

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



**Інститут післядипломної освіти та доувзівської підготовки**

**Кафедра управління та бізнес-адміністрування**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ**

**Освітня програма «Управління навчальним закладом»**

**Спеціальність 073 «Менеджмент»**

**Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»**

**Затверджено на засіданні кафедри  
управління та бізнес-адміністрування  
Протокол № 1 від «30» серпня 2022 р.**

**м. Івано-Франківськ – 2022-2023 н.р.**

**ЗМІСТ**

|   |    |
|---|----|
| 1. Загальна інформація                                | 3  |
| 2. Опис дисципліни                                    | 3  |
| 3. Структура дисципліни                               | 4  |
| 4. Темі практичних занять                             | 7  |
| 5. Самостійна робота                                  | 7  |
| 6. Індивідуальне завдання                             | 8  |
| 7. Методи навчання                                    | 8  |
| 8. Система оцінювання дисципліни                      | 9  |
| 9. Ресурсне забезпечення                              | 12 |
| 10. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів | 13 |
| 11. Контактна інформація                              | 15 |
| 12. Політика навчальної дисципліни                    | 16 |

## 1. Загальна інформація

|  |  |   |
|--|--|---|
| Назва дисципліни                               | <b>Маркетингові комунікації закладів освіти</b>                    |   |
| Освітня програма                               | Управління навчальним закладом                                     |   |
| Спеціалізація (за наявності)                   |  |   |
| Спеціальність                                  | 073 «Менеджмент»   |   |
| Галузь знань                                   | 07 «Управління та адміністрування»                                 |   |
| Освітній рівень                                | магістр  |   |
| Статус дисципліни                              | Вибіркова дисципліна   |   |
| Курс / семестр                                 | 2/3  |   |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання |  | <i>Заочна форма навчання:</i><br>Лекції – 6 год.<br>Практичні заняття – 4 год.<br>Самостійна робота – 80 год. |
| Мова викладання                                | українська   |   |
| Посилання на сайт дистанційного навчання       | <a href="http://www.d-learn.pnu.edu.ua">www.d-learn.pnu.edu.ua</a> |   |

## 2. Опис дисципліни

|   |
|---|
| <b>Мета та цілі дисципліни</b>  |
| <p><b>Мета дисципліни:</b> формування у студентів цілісної і логічно-послідовної системи знань про маркетинг в загалі та маркетингові комунікації зокрема; підготовка студентів магістратури як фахівців, здатних до самоосвіти та саморозвитку, що володіють основами маркетингової діяльності знань та успішно застосовують їх при управлінні закладом освіти у професійній практиці під час вирішення ситуацій, пов'язаних із управлінням та розвитком закладу освіти</p> <p><b>Предмет дисципліни:</b> процеси, методи та інструментарій маркетингових комунікаціями закладів освіти.</p> <p>Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:</p> <p><b>Змістовний модуль 1. Теорія і практика комунікацій в освіті.</b></p> <p><b>Змістовний модуль 2. Маркетингові комунікації в управлінні закладом освіти</b></p> <p>Основними <b>цілями</b> вивчення дисципліни «Маркетингові комунікації закладів освіти» є:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- поглиблення, розширення, інтеграція знань з інноваційних маркетингових комунікацій;</li> <li>- практичне опанування студентами різних форм інноваційних інтегрованих маркетингових комунікацій закладів освіти;</li> <li>- виховання у студентів особистих якостей майбутнього керівника закладу освіти;</li> <li>- маркетингове стратегічне бачення розвитку закладу освіти;</li> <li>- розвиток якостей особистості, що мають професійне значення для майбутнього керівника закладу освіти в сфері забезпечення маркетингових комунікацій</li> </ul> |
| <b>Компетентності</b>   |
| <p>ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог</p> <p>ЗК2. Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);</p> <p>ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;</p> <p>ЗК7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу</p> <p>ФК5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;</p> <p>ФК10. Здатність до управління організацією та її розвитком</p> <p>ФК12. Здатність приймати ефективні управлінські рішення в умовах реформування системи освіти з урахуванням регіональних особливостей</p>  |

**Програмні результати навчання**

ПРН 7. Організувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті;  
 ПРН 9. Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами

### 3. Структура дисципліни

| №  | Тема  | Результати навчання   | Завдання   |
|----|---|---|--|
| 1. | ТЕМА 1. Маркетингові комунікації: поняття, цілі, функції                      | Розуміти Поняття комунікації та маркетингових комунікацій; цілі, функції, принципи. маркетингових комунікацій; процес маркетингової комунікації; види маркетингових комунікацій; особливості маркетингових комунікацій в освіті; цільові аудиторії освітніх маркетингових комунікацій; інформаційний простір маркетингових комунікацій закладу освіти   | Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести). |
| 2. | ТЕМА 2. Сучасні маркетингові комунікацій та їх застосування в закладах освіти | Розуміти інноваційні можливості інтерактивного маркетингу; застосування комунікацій в Інтернет-маркетингу; Web-комунікації, соціальні мережі як елементи маркетингових комунікацій; комунікаційні технології та засоби мобільного маркетингу, SMS-маркетингу; комунікації event-маркетингу; види, цілі, сфера застосування event-маркетингу; волонтерство, благодійність, спонсорство, фандрайзинг  | Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести). |
| 3. | ТЕМА 3. Комплекс маркетингових комунікацій закладу освіти                     | Розуміти використання комунікаційних інструментів для просування освітніх послуг; елементи комплексу маркетингових комунікацій закладу освіти на ринку освітніх послуг: реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, ярмаркова та виставкова діяльність, неформальні джерела інформації, просування у Інтернет мережі; інтегровані маркетингові комунікації як інструмент взаємодії як із споживачами та замовниками освітніх послуг | Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести). |
| 4. | ТЕМА 4 Внутрішні комунікації закладу освіти                                   | Знати внутрішньо організаційний маркетинг та його комунікаційну структуру; сутність внутрішніх комунікацій; канали внутрішніх комунікацій; корпоративно-інформаційна система закладу освіти; оцінка ефективності системи внутрішніх комунікацій; міжособистісні комунікації та комунікації в малих соціальних групах  | Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести). |

|    |  |   |  |
|----|--|---|--|
| 5. | ТЕМА 5. Маркетингове управління закладом освіти як технологія забезпечення якості освіти     | Розуміти поняття якості освіти, якості освітніх послуг, управління якістю надання освітніх послуг; особливості маркетингового управління закладом освіти; етапи маркетингового управління закладом освіти; маркетингові дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища як елемент супроводу забезпечення якості надання освітніх послуг закладом освіти                     | Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести). |
| 6. | ТЕМА 6. Маркетингова комунікаційна стратегія закладу освіти                                  | Знати розробку стратегії позиціонування закладу освіти в освітньому просторі; стратегічне планування маркетингових комунікацій; організація маркетингових комунікацій; сегментація каналів комунікації із різними стейколдерами закладу освіти; інструменти та показники оцінювання результатів маркетингової роботи у закладі освіти   | Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести). |
| 7. | ТЕМА 7. Маркетингово-моніторингові дослідження розвитку освітнього середовища закладу освіти | Знати місце маркетингово-моніторингових досліджень в управлінні розвитком освітнього середовища закладу освіти; чинники розвитку освітнього середовища закладу освіти; структура, зміст, особливості організації та проведення маркетингово-моніторингових досліджень розвитку освітнього середовища закладу освіти; організація on-line опитувань стейкхолдерів закладу освіти | Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести). |

#### 4. Теми практичних занять

| № з/п    | Назва теми   | Кількість годин |
|----------|--|-----------------|
| <b>1</b> | <b>2</b>   | <b>3</b>        |
| 1.       | ТЕМА 1. Маркетингові комунікації: поняття, цілі, функції                                     | 0,5             |
| 2.       | ТЕМА 2. Сучасні маркетингові комунікації та їх застосування в закладах освіти                | 1               |
| 3.       | ТЕМА 3. Комплекс маркетингових комунікацій закладу освіти                                    | 0,5             |
| 4.       | ТЕМА 4 Внутрішні комунікації закладу освіти  | 0,5             |
| 5.       | ТЕМА 5. Маркетингове управління закладом освіти як технологія забезпечення якості освіти     | 0,5             |
| 6.       | ТЕМА 6. Маркетингова комунікаційна стратегія закладу освіти                                  | 0,5             |
| 7.       | ТЕМА 7. Маркетингово-моніторингові дослідження розвитку освітнього середовища закладу освіти | 0,5             |
|          | Разом  | 4               |

#### 5. Самостійна робота

Самостійна робота студентів – невід'ємна складова частина навчального процесу, яка відіграє важливу роль у процесі формування майбутнього спеціаліста.

Мета самостійної роботи – набуття навичок щодо вирішення конкретних практичних завдань і використання отриманих знань у подальшій практичній діяльності.

Самостійна робота студентів при вивченні курсу складається з різних її видів:

- підготовка до аудиторних занять (лекцій, семінарів, практичних занять);
- вивчення законодавчих та нормативних актів України;
- завершення розпочатих на практичних заняттях завдань, передбачених робочою програмою курсу;

- написання рефератів.

Підготовка до лекційного заняття передбачає обов'язкове вивчення матеріалу попередньої лекції і ознайомлення з матеріалами наступної лекції (підручники, посібники).

Підготовка до практичних занять передбачає обов'язкове вивчення отриманого теоретичного матеріалу з метою подальшого застосування знань на практичних заняттях, у наступній практичній діяльності. При підготовці до заняття відповідної теми необхідно детально вивчити конспект лекції, підручник (навчальний посібник) і законспектувати законодавчі і нормативні акти, що їх рекомендує викладач. Семінарські і практичні заняття передбачають вивчення теоретичного матеріалу та виконання завдань. Студент самостійно завершує у позааудиторних умовах розпочаті в аудиторіях завдання і здає у час, який встановлює викладач. Виконувати завдання необхідно в такій послідовності: ознайомитись із завданням і вивчити його умову; визначити методи (прийоми) розв'язання кожної конкретної господарської ситуації; безпосередньо почати розв'язувати завдання; обґрунтувати висновки і пропозиції згідно з отриманими результатами; виконане завдання належно оформити в зошиті; захистити завдання (якщо це встановлено робочою програмою дисципліни) відповідно до встановленого графіка самостійної роботи. Якщо передбачений програмою обсяг завдань студент не виконав і не захистив, то до іспиту його не допускають.

| № з/п    | Назва теми   | Кількість годин |
|----------|--|-----------------|
| <b>1</b> | <b>2</b>   | <b>3</b>        |
| 1.       | ТЕМА 1. Маркетингові комунікації: поняття, цілі, функції                                     | 10              |
| 2.       | ТЕМА 2. Сучасні маркетингові комунікації та їх застосування в закладах освіти                | 10              |
| 3.       | ТЕМА 3. Комплекс маркетингових комунікацій закладу освіти                                    | 10              |
| 4.       | ТЕМА 4 Внутрішні комунікації закладу освіти  | 10              |
| 5.       | ТЕМА 5. Маркетингове управління закладом освіти як технологія забезпечення якості освіти     | 10              |
| 6.       | ТЕМА 6. Маркетингова комунікаційна стратегія закладу освіти                                  | 10              |
| 7.       | ТЕМА 7. Маркетингово-моніторингові дослідження розвитку освітнього середовища закладу освіти | 20              |
| 9.       | Разом  | 80              |

## 6. Індивідуальне завдання

*(виконується в межах самостійної роботи)*

Для закріплення теоретичних знань і практичних навичок з дисципліни студентам необхідно виконати контрольну роботу згідно з індивідуальним планом роботи.

Для забезпечення своєчасної перевірки та захисту контрольна робота повинна бути подана на кафедру і зареєстрована не пізніше, ніж за три тижні до початку сесії.

Викладач перевіряє та оцінює завдання. Результатами оцінки завдання можуть бути:

- 1) «зараховано» (робота не потребує захисту у випадку якісного її виконання);
- 2) «доопрацювати або захистити» (в роботі є помилки або суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово або захищені усно);
- 3) «повертається студенту» (у випадку коли робота виконана невірно або не відповідає завданню вона повертається студенту для повторного її виконання).

Позначення (N) відповідає порядковому номеру студента у журналі групи.

Індивідуальне завдання складається з 2 частин:

- 1.Відповідь на теоретичні питання.
- 2.Розв'язання практичних ситуацій.

## 7. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «Маркетингові комунікації закладів освіти» використовуються наступні методи навчання.

| Методи навчання               | Характеристика   |
|-------------------------------|--|
| Наочні методи навчання        | Ґрунтуються на візуальному сприйнятті інформації (читання лекцій та підготовка практичних завдань із використанням мультимедійних презентацій, демонстрація тематичних відеороликів).  |
| Інтерактивні методи навчання  | Ґрунтуються на принципі зворотного зв'язку, коли здобувач освіти отримує відповіді, зауваження та поради щодо певної проблематики від викладача чи однокласників; коли здобувачі освіти взаємодіють між собою, а викладач виступає координатором та наставником, а також стежить за дотриманням навчальних та етичних норм. Серед інтерактивних методів навчання використовуються: відповіді на запитання та опитування думок здобувачів освіти, кейс-стаді, дискусії, мозковий штурм, ігровий метод.  |
| Практичні методи навчання     | Передбачають виконання практичних завдань. Серед практичних методів навчання використовуються практичні роботи, вправи, написання есе.   |
| Інноваційні методи навчання   | Поєднують інтерактивні та комп'ютерні технології. Серед інноваційних методів навчання використовуються: компетентнісний метод (спрямований на розвиток професійних навичок, вмінь та якостей здобувачів освіти), проектно-дослідницький метод (спрямований на вирішення проблемного питання через розвиток пошукових та аналітичних якостей здобувачів освіти, а також навичок командної роботи), використання інформаційно-комунікаційних технологій та діджитал-інструментів. Програми і сервіси, які використовуються: сервіси та програмні продукти від Microsoft, інструменти Google, графічні редактори Crello та Canva, хмарне презентаційне програмне забезпечення Prezi, конструктор лендінгових сторінок of.ua, Diagrams.net, Kahoot, Mentimeter, QR Генератор, Cutt.ly. |
| Методи дистанційного навчання | Ґрунтуються на використанні інформаційних технологій, в т.ч. університетської авторської системи дистанційного навчання, платформ для організації відеоконференцій: Zoom Video Communications, Google Meet, Cisco Webex.   |

## 8. Система оцінювання дисципліни

**Поточний контроль** проводиться на кожному практичному занятті за виступ та виконання письмового завдання студентом. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми під час роботи на практичних заняттях та набутих професійних навичок під час виконання практичних завдань.

Оцінювання відповідей здобувачів освіти на практичних заняттях відбувається згідно навчального розкладу за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за кожен вид навчальної роботи та відповідну тему відображена у таблиці. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за виконання завдань на практичних заняттях складає 56 балів.

#### Накопичування балів під час вивчення дисципліни

| Вид навчальної роботи                     | № теми |   |   |   |   |   |   |   |   | Разом      |
|---|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|------------|
|   | 1      | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |   |            |
| Практичне заняття (опрацювання завдання)  | 8      | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | - | 56         |
| Самостійна робота (тестування з теми)     | 4      | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 6 | 34         |
| Самостійна робота (індивідуальний проєкт) |        |   |   |   |   |   |   |   |   | 10         |
| <b>Максимальна к-ть балів</b>             |        |   |   |   |   |   |   |   |   | <b>100</b> |

#### Критерії поточного оцінювання:

«90-100 балів» – здобувач вищої освіти в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.

«70-89 балів» – здобувач вищої освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

«50-69 балів» – здобувач вищої освіти в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.

«Менше 50 балів» – здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

**Додаткові бали до поточного контролю** здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру, взявши участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни чи підготувавши дайджест (добір уривків з різних джерел на певну тематику). У форматі дайджестів можна зробити системний аналіз будь-якого теоретичного положення, розкрити різні точки зору на будь-яку проблему, тему, питання та зробити узагальнюючі висновки:

*2 бали* – нараховується здобувачам освіти, які пройшли навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру.

*2 бали* – нараховується здобувачам освіти, які взяли участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни.

*1 бал* – нараховується здобувачам освіти, які підготували дайджест на певну тематику



в межах вивчення дисципліни.

Також за рішенням кафедри управління та бізнес-адміністрування здобувачам вищої освіти, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали відповідно до Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника»: [https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia\\_nove2.pdf](https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf) (введено в дію наказом ректора № 799 від 26.11.2020 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.).

Ознайомитися із положенням можна за посиланням:  
[https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні\\_документи/polozhenja/](https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні_документи/polozhenja/)

### **Контроль за самостійну роботу.**

Самостійна робота здобувачів освіти передбачає:

1. Тестування.
2. Підготовка індивідуального проєкту.

*Тестовий контроль.* Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (<https://test-d-learn.pnu.edu.ua/>) (дві спроби – кращий результат).

Оцінювання за кожен тестовий контроль здійснюється за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за відповідну тему відображена у таблиці вище. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за тестовий контроль складає 34 бали. *Підготовка індивідуального проєкту.*

Вивчення дисципліни передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту. Оцінювання індивідуального проєкту здійснюється за 100 бальною шкалою. Максимальна кількість балів за індивідуальний проєкт складає 10 балів. Сума балів за індивідуальний проєкт розраховується за наступною формулою:

$$y = \frac{x \times 12}{100},$$

де  $x$  – кількість балів, яку отримав здобувач вищої освіти (за 100-бальною шкалою),

Метою підготовки індивідуального проєкту є закріплення теоретичних знань і практичних навичок з дисципліни.

#### **Критерії оцінювання індивідуального проєкту:**

«90-100 балів» – індивідуальний проєкт виконано на високому рівні, вирішено усі поставлені завдання. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив повне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«70-89 балів» – індивідуальний проєкт містить деякі незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив достатнє володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«50-69 балів» – індивідуальний проєкт містить незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно, проте сам проєкт не містить всебічного аналізу, а поставлені питання вирішені не повністю. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив загальне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«Менше 50 балів» – індивідуальний проєкт не відповідає поставленим завданням, допущені суттєві помилки та неточності.

Семестровий контроль у формі заліку передбачає, що підсумкова оцінка (у стобальній шкалі) з навчальної дисципліни визначається як сума оцінок за поточний контроль знань

Повторне складання допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз викладачеві (талон №2) тестування в системі дистанційного навчання + усне опитування відповідно до програмових вимог, другий – комісії (талон №3) реалізується виключно у тестовій формі з використанням організаційно-технологічних процесів. Якщо студент не склав навчальну дисципліну за талоном 3, дозволяється повторне вивчення навчальної дисципліни впродовж наступного семестру (планується за рахунок власного часу студента і не фінансується з бюджетних коштів).

Здобувачі вищої освіти, які одержали під час екзаменаційної сесії більше трьох підсумкових незадовільних оцінок (F, FX) незалежно від виду контролю (екзамен, залік), відраховуються з університету за академічну неуспішність. Здобувачам вищої освіти, які одержали під час екзаменаційної сесії одну-три незадовільні оцінки (F, FX), дозволяється ліквідувати академічну заборгованість у встановлені графіком навчального процесу терміни. Здобувача вищої освіти, який не ліквідував академічну заборгованість у встановлені терміни без поважної причини, відраховують з університету за академічну неуспішність або за його згодою направляють на повторне вивчення навчальної дисципліни, яке регламентується Положенням про порядок повторного вивчення дисциплін (кредитів ECTS) в умовах ECTS.

#### Шкала оцінювання для екзамену

| університетська | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою                              |
|-----------------|-------------|--|
| 90-100          | <b>A</b>    | відмінно   |
| 80-89           | <b>B</b>    | добре  |
| 70-79           | <b>C</b>    |  |
| 60-69           | <b>D</b>    | задовільно   |
| 50-59           | <b>E</b>    |  |
| 25-49           | <b>FX</b>   | незадовільно з можливістю повторного складання             |
| 0-24            | <b>F</b>    | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |

## 9. Ресурсне забезпечення

#### Рекомендовані літературні джерела:

1. Сайт дистанційного навчання. URL : <https://test-d-learn.pnu.edu.ua/>
2. Березюк В.О. Методологічні аспекти оцінювання ефективності інтегрованих маркетингових комунікацій в інтернет-середовищі. Маркетингова освіта в Україні : збірник матеріалів V Міжнар. наук.- практич. Інтернет-конф., м. Київ, 7–8 жовтня 2021 р. Київ : КНЕУ, 2021. С. 159–162. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/36667/21-5695.pdf?sequence=1> (дата звернення: 14.09.2022).
3. Білик В.В., Сергієнко О.А., Крупенна І.А. Інструменти цифрового маркетингу в умовах трансформації комунікацій сучасної організації. Науковий вісник Чернівецького університету. 2020. Випуск 825. Економіка. С. 33–40
4. Луценко К.О., Луценко В.Ю. Актуальні тенденції розвитку комунікацій в системі маркетингу. Вчені записки Університету «КРОК». 2018. № 3 (51). С. 151–156
5. Попадинець, І. Р., Фудка М, Петриляк Я. Маркетинг освітніх послуг. Економіко-управлінські аспекти трансформації та інноваційного розвитку галузевих і регіональних суспільних систем в сучасних умовах : матеріали Всеукр. наук.-практич. інтернет-конф. / Сімків Л. Є., гол. ред. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ. 2019. С. 313-314
6. Popadynets, I., Andrusiv, U., Shtohryn, M & Galtsova, O. (2020). The effect of cooperation between universities and stakeholders: Evidence from Ukraine. International Journal of Data and Network Science, 4(2), 199-212.(Scopus)
7. Цифрова грамотність населення України : звіт за результатами

загальнонаціонального опитування. URL: [https://osvita.diia.gov.ua/uploads/0/2625-doslidzenna\\_2021\\_ukr.pdf](https://osvita.diia.gov.ua/uploads/0/2625-doslidzenna_2021_ukr.pdf) (дата звернення: 14.09.2022).




8. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя / за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.

## 10. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів

| Викладач                             | Різновид підвищення кваліфікації  |
|--------------------------------------|---|
| <p>Попадинець Ірина<br/>Ромаївна</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підвищення кваліфікації за програмою «Основи проектування електронного курсу», свідоцтво №02070855/000049-18 від 15.06.2018р.</li> <li>2. Міжнародне стажування (Наукове стажування для освітян “Академічна доброчесність”, Варшава, Польща) в обсязі 120 годин з отриманням сертифікату (01.10.2018-14.10.2018, сертифікат WP-03-11) Навчання в очній аспірантурі Івано-Франківського державного технічного університету нафти і газу 01.12.2010-21.01.2016</li> <li>3. Захист кандидатської дисертації 31.01.2017.</li> <li>4. Присвоєння наукового ступеня – кандидат економічних наук (доктор філософії) у 2017 р.</li> </ol> |

## 11. Контактна інформація

|         |   |
|---------|---|
| Кафедра | <p>Кафедра управління та бізнес-адміністрування<br/>м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57,</p> <p> каб. 111 (вхід з вул. Чорновола)</p> <p> тел. +38 (097) 771-80-54 – ст. лаборант кафедри Галина Володимирівна Яцків</p> <p> <a href="https://kutba.pnu.edu.ua/">https://kutba.pnu.edu.ua/</a></p> <p> <a href="mailto:kutba@pnu.edu.ua">kutba@pnu.edu.ua</a><br/>Сторінки в соцмережах:</p> <p> <a href="https://www.facebook.com/mbakafedra">https://www.facebook.com/mbakafedra</a></p> <p> <a href="https://www.instagram.com/kafedra_mba/">https://www.instagram.com/kafedra_mba/</a></p> |
|---------|---|

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Викладачі                       |  <p><b>Попадинець Ірина Романівна</b><br/>кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління та бізнес-адміністрування</p>                                       |
| Контактна інформація викладачів |  +38 (099) 2169284<br> iryna.popadynets@pnu.edu.ua<br>Робочі години: Пн-Пт – 8:30 – 17:00 |

## 12. Політика навчальної дисципліни

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Академічна доброчесність        | <p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».</li> <li>• Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».</li> <li>• Положення про запобігання академічному плагіату та інших видів академічної нечесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».</li> <li>• Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».</li> <li>• Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».</li> <li>• Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності».</li> </ul> <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: <a href="https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/">https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</a></p> |
| Пропуски занять (відпрацювання) | <p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4).</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: <a href="https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/">https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</a></p>  |
| Виконання завдання пізніше      | <p>У разі виконання завдання здобувачем освіти пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за</p>   |

|  |   |
|--|---|
| встановленого терміну                  | завдання – «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019)(див. ст. 4-5).<br>Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <a href="https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/">https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</a>  |
| Невідповідна поведінка під час заняття | Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти».<br>Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <a href="https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/">https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</a> |
| Неформальна освіта                     | Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019)Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <a href="https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/">https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</a>   |

Викладач \_\_\_\_\_

Попадинець І.Р.