

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



Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки

Кафедра управління та бізнес-адміністрування

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ENGLISH FOR MARKETING AND ADVERTISING

Освітня програма «Публічне управління та адміністрування»

Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»

Галузь знань 28 «Публічне управління та адміністрування»

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

ЗМІСТ

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

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	English for Marketing and Advertising	
Освітня програма	Публічне управління та адміністрування	
Спеціалізація (за наявності)		
Спеціальність	281 «Публічне управління та адміністрування»	
Галузь знань	28 «Публічне управління та адміністрування»	
Освітній рівень	бакалавр	
Статус дисципліни	Вибіркова навчальна дисципліна	
Розподіл за видами занять та годинами навчання	<i>Денна форма навчання:</i> Лекційні заняття – 30 Практичні заняття – 30 год. Самостійна робота – 120 год.	<i>Заочна форма навчання:</i> Лекційні заняття – 10 Практичні заняття – 10 год. Самостійна робота – 160 год.
Мова викладання	англійська	
Посилання на сайт дистанційного навчання	www.d-learn.pnu.edu.ua	

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни
<p>Найуспішніші маркетингові кампанії - це ті, які досягають найвищого рівня комунікації та взаємодії з цільовою аудиторією. Це вимагає знання клієнтів, їхньої поведінки, психології та процесів прийняття рішень, з одного боку, і доступних інструментів і технологій маркетингової комунікації, з іншого боку.</p> <p>Курс <i>English for Marketing and Advertising</i> має на меті надати студентам всебічне розуміння основ стратегій, інструментів і концепцій різноманітних маркетингових і бізнес-дисциплін, необхідних для розробки та реалізації різних комунікаційних підходів і кампаній у міжнародному масштабі. Курс також зосереджується на практичних елементах, які дадуть студентам можливість застосовувати свої читання, досліджувати та презентувати матеріали. Під час практичних семінарів і домашніх завдань учасники курсу повинні вдосконалювати свої навички письма, презентації, продажу та реклами.</p>
Компетентності
ЗК1. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями ЗК6. Здатність працювати в команді. ЗК7. Здатність планувати та управляти часом ЗК11. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ФК.2. Здатність забезпечувати належний рівень вироблення та використання управлінських продуктів, послуг чи процесів ФК.7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності. ФК.9. Здатність впроваджувати інноваційні технології в публічному управлінні та адмініструванні.
Програмні результати навчання
ПР1. Використовувати базові знання з історичних, культурних, політичних, соціальних, економічних засад розвитку суспільства. ПР3. Уміти усно і письмово спілкуватися іноземною мовою. ПР4. Знати структуру та особливості функціонування сфери публічного управління та адміністрування. ПР7. Уміти організувати та брати участь у волонтерських/культурно-освітніх/спортивних проектах, спрямованих на формування здорового способу життя / активної громадянської позиції. ПР8. Розуміти та використовувати технології вироблення, прийняття та реалізації управлінських рішень. ПР11. Уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формувати рекомендації в межах своєї компетенції. ПР12. Уміти налагодити комунікацію між громадянами та органами державної влади і місцевого

самоврядування.

ПР16. Використовувати дані статистичної звітності, обліку та спеціальних досліджень у професійній діяльності.

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Introduction to marketing and advertising	Jobs and responsibilities Corporate identity, logos Branding	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
2.	Тема 2. Finding the customer	Market research Customer profiles Data collection A telephone survey	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
3.	Тема 3. Planning a marketing strategy	The marketing plan The five Ps Pricing and positioning strategies	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
4.	Тема 4. Creating ads	The AIDA model for advertising Working with an ad agency Advertising channels Rate sheets	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
5.	Тема 5. Marketing tools	Distribution channels Types of discounts Types of retailers Telemarketing Direct marketing	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
6.	Тема 6. Presenting your public face	Public relations Websites as a marketing tool Sponsoring Effective press releases	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
7.	Тема 7. Marketing through trade fairs	Giveaways Organizing events Attending a trade fair	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для

			самостійного виконання
8.	Тема 8. Brand Communication Strategy	Brands Brand Communication Strategy Financial value of brands Social value of brands Best practices of brands Future of Brands	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
9.	Тема 9. Sales Promotion and Publicity	Sales promotion defined; Forms of sales promotion; Objectives of sales promotion; Below the line advertising; Advertising specialties; Roles of packaging in sales promotion; Resellers promotional support; Developing the sales promotion programme; Merchandising, Exhibitions and trade fairs publicity; Types of communication tools for publicity; Handling negative publicity; Product publicity; Criteria for good publicity release.	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
10.	Тема 10. Social Media Communication	Social Media and Customer Communication The New Role of the Customer The Social Business Ecosystem Social Technology and Business Decisions Social Analytics, Metrics and Measurement Engagement on Social Web Social CRM Social Objects Social Graph Social Applications	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
11.	Тема 11. Public Relations and Communication	Definitions of public relations; History of public relations; Public relations media; Using public relations consultancy service; In-house public relations department; The public relations opinion survey; Evaluation of public relations programmes; Code of ethics.	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання

12.	Тема 12. Communication Risks and Conflicts	<p>Communication Risks and Conflicts Defined</p> <p>Cultural Issues</p> <p>Content Issues</p> <p>Network Selection Issues</p> <p>Product Quality Issues</p> <p>Financial Risks</p> <p>Internal Communication Issues</p> <p>Customer Service Issues</p> <p>Risk and Conflict Identification</p> <p>Risk and Conflict Resolution Stages</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
13.	Тема 13. Negotiation and Meetings	<p>Negotiation Defined</p> <p>Negotiation Process</p> <p>Negotiation Preparation (Research, Planning, Strategies and Tactics)</p> <p>NLP</p> <p>Win-Win Strategy</p> <p>Negotiation Meeting Preparation</p> <p>Meeting Strategies and Location</p> <p>Meeting Team</p> <p>Meeting Verbal and Non-verbal Tone and Breath</p> <p>Meeting Closing</p> <p>Follow-up Strategies</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
14.	Тема 14. Global Marketing Communication	<p>Marketing communication in an international context</p> <p>Macro environmental factors driving world trade</p> <p>The international trade environment</p> <p>Export and Import Communication Strategies</p> <p>The international marketing mix</p> <p>International promotion and advertising.</p> <p>Integrated Marketing Communication</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
15.	Тема 15. Monitoring and Control	<p>Planning and Control</p> <p>Control Process</p> <p>Control Indicators</p> <p>Timing of Information Flows</p> <p>Performance Evaluation and Control</p> <p>Media Monitoring Tools</p> <p>The Marketing Audit</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання

4. Теми практичних занять

№	Тема	Кількість годин
1.	Тема 1. Introduction to marketing and advertising	2
2.	Тема 2. Finding the customer	2
3.	Тема 3. Planning a marketing strategy	2
4.	Тема 4. Creating ads	2
5.	Тема 5. Marketing tools	2
6.	Тема 6. Presenting your public face	2
7.	Тема 7. Marketing through trade fairs	2
8.	Тема 8. Brand Communication Strategy	2
9.	Тема 9. Sales Promotion and Publicity	2
10.	Тема 10. Social Media Communication	2
11.	Тема 11. Public Relations and Communication	2
12.	Тема 12. Communication Risks and Conflicts	2
13.	Тема 13. Negotiation and Meetings	2
14.	Тема 14. Global Marketing Communication	2
15.	Тема 15. Monitoring and Control	2

5. Самостійна робота

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «English for Marketing and Advertising» складається з різних її видів:

- 1) підготовка до аудиторних занять;
- 2) самостійне поглиблене опрацювання тем навчальної дисципліни згідно з навчально-тематичним планом та проходження тестування за результатами опрацювання;

№	Тема	Кількість годин
1.	Тема 1. Introduction to marketing and advertising	9
2.	Тема 2. Finding the customer	9
3.	Тема 3. Planning a marketing strategy	9
4.	Тема 4. Creating ads	9
5.	Тема 5. Marketing tools	9
6.	Тема 6. Presenting your public face	9
7.	Тема 7. Marketing through trade fairs	8
8.	Тема 8. Brand Communication Strategy	8
9.	Тема 9. Sales Promotion and Publicity	8
10.	Тема 10. Social Media Communication	7
11.	Тема 11. Public Relations and Communication	7
12.	Тема 12. Communication Risks and Conflicts	7
13.	Тема 13. Negotiation and Meetings	7
14.	Тема 14. Global Marketing Communication	7
15.	Тема 15. Monitoring and Control	7

6. Індивідуальне завдання

(виконується в межах самостійної роботи)

Вивчення дисципліни «English for Marketing and Advertising» передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проекту: «The Impact Of Advertising And Marketing In The Society».

Презентація власного дослідження відбувається у вигляді підготовленої доповіді та створеної презентації (до 15 слайдів) за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін.

Презентація власного дослідження відбувається у вигляді підготовленої доповіді та створеної презентації (до 15 слайдів) за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін.

7. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «English for Marketing and Advertising» 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 одногрупників; 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

Накопичування балів під час вивчення дисципліни здобувачем вищої освіти здійснюється у такому співвідношенні (підсумковий контроль у вигляді заліку):

- 1) обсяг балів за практичні заняття (25 %)
- 2) обсяг балів за самостійну роботу
 - тестування (15 %)
 - індивідуальний проект (10 %)
- 3) екзамен (50 %)

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 25 балів.

Вид навчальної роботи	№ теми															Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Практичне заняття (опрацювання завдання)	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	25
Самостійна робота (тестування з теми)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
Самостійна робота (індивідуальний проєкт)																10
Екзамен																50
Максимальна к-ть балів																100

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 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 «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).

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні->

документи/polozhenja/

Контроль за самостійну роботу.

Самостійна робота здобувачів освіти передбачає:

1. Тестування.
2. Підготовка індивідуального проекту.

Тестовий контроль. Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (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 15 балів.

Підготовка індивідуального проекту.

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

$$y = \frac{x \times 10}{100},$$

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

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

Критерії оцінювання індивідуального проекту:

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

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

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

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

Підсумковий семестровий контроль являє собою підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що з даної дисципліни здійснюється у формі заліку. Підсумковий семестровий контроль оцінюється від 0 до 100 балів і переводиться у національну шкалу та шкалу ЄКТС.

Шкала оцінювання для екзамену

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

9. Ресурсне забезпечення

1. Olujimi Kalyode (2019), Marketing Communications. 1st Edition. Bookboon.com.
2. Dave Evans and Jack McKee (2020) Social Media Marketing: the Next Generation of BusinessEngagement. Wiley Publishing, Inc.
3. Chris Fill (2020), Marketing Communications: Brands, Experience and Participation, Publisher:Pearson
4. Smith and Ze Zook (2015), Marketing Communications: Offline and Online Integration,Engagement and Analytics by PR, 6thedition, Publisher: Kogan Page
5. Vikram Bisen, Priya (2019), Business Communication. New Age International Publishers.
6. Peter Garber (2018), 50 Communication Activities, Icebreakers and Exercises. HRD Press Inc.
7. Gert Rickheit (2018), Handbook of Communication Competence. Walter de Gruyter GmbH & Co.KG
8. David Loudon, Robert Stevens, Bruce Wrenn (2015), Marketing Management: Text and Cases,Best Business Books
9. Chris Hackley (2015), Advertising and Promotion: Communicating Brands. Saga Publications
10. Rita Clifton and John Simmons (2018) Brands and Branding. The Economists
11. Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. and Ferrell O.C. (2016) Marketing: Concepts and Strategies. 5
12. Th European edition. Abingdon, UK: Houghton Mifflin.
13. Kotler, P. and Keller, K. L., (2018) Marketing Management, 13 Edition, Prentice-Hall.
14. Kim, C. K., Maugorgne, R., (2018) Blue Ocean Strategy. Harvard Business School Press.
15. Kotler, P. and Keller, K. L., (2017) Marketing Management, 12 Edition, Prentice-Hall.
16. Palmer, R., Cockton, J. and Cooper, G. (2017) Managing Marketing, Marketing Success

10. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів

Підвищення кваліфікації на кафедрі економіки, менеджменту та адміністрування Херсонського державного університету, 180 год, 18 травня – 30 червня 2022 р.

11. Контактна інформація

Кафедра	<p>Кафедра управління та бізнес-адміністрування</p> <p>м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57, каб. 111 (вхід з вул. Чорновола) тел. +38 (097) 771-80-54 – ст. лаборант кафедри Галина Володимирівна Яцків</p> <p> kutba@pnu.edu.ua</p> <p> https://www.facebook.com/mbakafed</p> <p> https://www.instagram.com/kafedra_mba</p> <p> https://kutba.pnu.edu.ua</p>
Викладач	 <p>Ірина Іванівна Григорук доктор філософії з економіки, доцент кафедри управління і бізнес-адміністрування</p>
Контактна інформація	<p> тел. +38 (067) 687-42-36</p> <p> iryna.hryhoruk@pnu.edu.ua</p> <p> https://www.facebook.com/generaljuk/</p>

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">  > Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»  > Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково дослідній роботі студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
--------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ ➤ Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». ✚ ➤ Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”. ✚ ➤ Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”. ✚ ➤ Лист МОН України “До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності”. <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами більш детально можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</p>
Пропуски занять (відпрацювання)	<p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «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. стор. 4.).</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	<p>У разі виконання завдання студентом пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за 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) – стор. 4-5.</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Невідповідна поведінка під час заняття	<p>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»</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Додаткові бали	<p>Отримання додаткових балів за дисципліною можливе в разі виконання індивідуальних завдань, попередньо узгоджених з викладачем. Перелік індивідуальних завдань міститься у навчальній програмі до курсу.</p> <p>Також за рішенням кафедри управління та бізнес-адміністрування студентам, 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 «Положення</p>

	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) – стор. 3
Неформальна освіта	<p>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)</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>

Викладач



Григорук І.І.