

**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

MARKETING MANAGEMENT

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	5
5. Самостійна робота	6
6. Індивідуальне завдання	6
7. Методи навчання	7
8. Система оцінювання дисципліни	7
9. Ресурсне забезпечення	10
10. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів	10
11. Контактна інформація	11
12. Політика навчальної дисципліни	11

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Marketing Management	
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>Мета курсу - розширити і поглибити знання студентів про основні поняття, явища та процеси у сфері маркетингу англійською мовою, огляд основ маркетингу (продукту, просування, розміщення та ціни).</p> <p>Завдання вивчення навчальної дисципліни:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Отримати знання про ринки та їх класифікацію, вміти обговорювати це англійською мовою; - Отримати знання про маркетинговий процес та поведінку покупця; - Оцінити важливість маркетингових досліджень, сегментації ринку та маркетингового міксу у розробці маркетингової стратегії; - Ознайомитись з різними методами стимулювання збуту, такі як реклама та заохочення, що застосовуються маркетологами для залучення клієнтів; - Познайомтесь із поняттям підприємств та дізнайтеся про типи підприємств; вміти обговорювати це англійською мовою; - Вдосконалити набуті на попередньому етапі навчання компетенції (розуміння основ функціонування організації, формування системи мотивації персоналу, планування цілей діяльності організації, проведення рекламних компаній, презентацій та ін).
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 формулювати 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. Marketing – An Overview	Introduction, Definition of Market, Types of Markets, Meaning and Definition of Marketing.	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси - Завдання для самостійного виконання
2.	Тема 2. Case study: Apple.	7 Key Strategies That You Must Learn from Apple's Marketing	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
3.	Тема 3. Marketing Concepts	Production concept, Product concept, Sales/selling concept, Modern marketing concept, Societal marketing concept, Impact of marketing concepts and its applicability. Marketing functions	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
4.	Тема 4. Case study: Starbucks	Marketing Strategy: How to Create a Remarkable Brand	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
5.	Тема 5. Customer needs, wants and demands	Marketing mix, a brief introduction, 4Ps, 7Ps. Importance of marketing mix in marketing decisions	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
6.	Тема 6. Marketing Planning and Strategies	Introduction, Management Processes in Marketing, Types of Marketing Plan, Competitive Marketing Strategies, Competitive Advantage: The Importance of Strategic Marketing. What is SWOT: Situation Analysis in Marketing	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
7.	Тема 7. Product Related Decisions	Introduction, Features of a Product and its Classifications, Product Plan and New Product Development, Product Mix and its Elements, Decisions related to Product Mix, Product Life Cycle	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
8.	Тема 8. Marketing in the public sector	Main differences between marketing in business and marketing in the public	- Тестовий контроль знань

		sector	- Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
9.	Тема 9. Introduction to Branding	Introduction, Definition of a Brand, Development of a Brand, Types of Brands, Importance of Brands and Branding, Brand Equity – Definition and Benefits	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
10.	Тема 10. Pricing Decisions	Introduction, Price and its Determinants, Objectives of Pricing Decisions, Factors Affecting Pricing Decisions, Pricing Policies and Strategies, Pricing Methods	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
11.	Тема 11. Promotion Mix	Introduction, Promotion mix and its components, Advertising, Sales Promotion, Personal selling, Direct marketing, Public Relations and publicity	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
12.	Тема 12: Market Segmentation, Targeting and Positioning	Market Segmentation: Introduction, Definition of market segmentation, Need for market segmentation, Criteria for effective segmentation, Bases for market segmentation, Benefits of market segmentation	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
13.	Тема 13: Consumer Behaviour	Introduction, Important definitions, Evolution of the study of consumer behavior, Determinants of consumer behavior, Types of buying decisions, Stages of the buying process, Importance of consumer behaviour study	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
14.	Тема 14: Services Marketing	Introduction, Definition of services, Characteristics of services , Distinction between goods and services, Marketing mix for services, Types of services, Strategies for Services Marketing	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання
15.	Тема 15: Recent Trends in Marketing	Introduction, E-commerce, E-marketing, E-Retailing, Relationship marketing, Mobile marketing, Green marketing Online marketing, Developing an integrated promotion mix	- Тестовий контроль знань - Бліцопитування - Кейси -Завдання для самостійного виконання

4. Теми практичних занять

№	Тема	Кількість годин
1.	Тема 1. Marketing – An Overview	2
2.	Тема 2. Case study: Apple.	2
3.	Тема 3. Marketing Concepts	2
4.	Тема 4. Case study: Starbucks	2
5.	Тема 5. Customer needs, wants and demands	2
6.	Тема 6. Marketing Planning and Strategies	2
7.	Тема 7. Product Related Decisions	2
8.	Тема 8. Marketing in the public sector	2
9.	Тема 9. Introduction to Branding	2
10.	Тема 10. Pricing Decisions	2
11.	Тема 11. Promotion Mix	2
12.	Тема 12: Market Segmentation, Targeting and Positioning	2
13.	Тема 13: Consumer Behaviour	2
14.	Тема 14: Services Marketing	2
15.	Тема 15: Recent Trends in Marketing	2

5. Самостійна робота

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «Marketing Management» 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. Marketing – An Overview	9
2.	Тема 2. Case study: Apple.	9
3.	Тема 3. Marketing Concepts	9
4.	Тема 4. Case study: Starbucks	9
5.	Тема 5. Customer needs, wants and demands	9
6.	Тема 6. Marketing Planning and Strategies	9
7.	Тема 7. Product Related Decisions	8
8.	Тема 8. Marketing in the public sector	8
9.	Тема 9. Introduction to Branding	8
10.	Тема 10. Pricing Decisions	7
11.	Тема 11. Promotion Mix	7
12.	Тема 12: Market Segmentation, Targeting and Positioning	7
13.	Тема 13: Consumer Behaviour	7
14.	Тема 14: Services Marketing	7
15.	Тема 15: Recent Trends in Marketing	7

6. Індивідуальне завдання

(виконується в межах самостійної роботи)

Вивчення дисципліни «Marketing Management» передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проекту: «Analysis of the 4Ps or the 7Ps of a company». Необхідно проаналізувати та оцінити маркетинговий мікс (4Ps чи 7Ps) будь-якої компанії.

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 «Marketing Management» 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, вмій 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 проєкт (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 проєкту.

Тестовий контроль. Студент опрацьовує питання, що призначенні 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 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:

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

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.

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. Philip Kotler, Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, Prentice-Hall, 2017
2. Philip Kotler and Gary Armstrong, Principles of Marketing, Prentice-Hall, 2018
3. Birn, R. J. (ed.) (2022): The Handbook of International Market Research Techniques, 2nd Edition, Kogan Page.
4. Punnett, B.J. and Shenkar, O. (2017): Handbook for International Management Research, 2nd Edition, the University of Michigan Press.
5. Schmidt, M. J. and Hollensen, S. (2016): Marketing Research: An International Approach, Prentice Hall.
6. T.K.Kinnear, K.L.Bernhardt and K.A.Krentler, Principles of Marketing, Harper Collins, 2015
7. Joseph P.Guiltinan and Gordan W.Paul, Marketing Management, McGraw-Hill, 2016
8. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader. Intermediate Business English. Edinburgh , 2020. – 176 p.
9. Hartman G. Making the deal: quick tips for successful negotiating – New York: John Wiley Inc. 2018

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>

	<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</p>
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.