

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Науково-навчальний інститут бізнесу та сучасних технологій
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Методика викладання маркетингу у вищій школі»

на 2021-2022 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	–
Освітня програма/спеціалізація	–
Спеціальність	–
Галузь знань	–
Ступінь вищої освіти	магістр

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада
маркетингу

Карпенко Наталія Володимирівна
д.е.н., професор
професор кафедри

Контактний телефон	+38-050-614-74-57
Електронна адреса	knataliya54@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://www.marketing.puet.edu.ua/ он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	метою вивчення блоку дисциплін є опанування студентами науково-педагогічної складової маркетингу у вищій школі з метою подальшого застосування отриманих навичок у науковій та викладацькій діяльності маркетингових дисциплін у закладах фахової передвищої освіти, вищої освіти; надання консультацій та проведення тренінгів як у спеціально-створених організаціях, так і в складі підприємств.
Тривалість	4 кредити, разом 150 год. (лекції 16 год., практичні 32 год., самостійна робота студентів 72 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії та візні, самостійна робота поза розкладом
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК).
Базові знання	Наявність широких знань із застосування сучасних технологій у маркетинговій діяльності.
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>ПР01. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПР02. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР03. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР04. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР05. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПР08. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПР09. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>	<p>ЗК01. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК02. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК03. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК04. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК05. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК08. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p> <p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК03. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК04. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК09. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p>СК10. Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу.</p>

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Система вищої освіти в Україні		
Тема 1. Роль і значення вищої освіти в розвитку суспільства	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Поняття та категорії освітньої діяльності. Види освіти. Поняття та зміст вищої освіти. Концептуальні засади та напрями розвитку вищої освіти в Україні. Національний та європейський контекст розвитку. Реформування вищої освіти. Законодавча база функціонування та розвитку вищої школи.
Тема 2. Організація управління вищою освітою.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Структура вищої освіти. Рівні та ступені вищої освіти. Молодший бакалавр. Бакалавр. Магістр. Доктор філософії. Доктор наук. Система стандартів вищої освіти. Стандарти освітньої діяльності. Вимоги до освітньої програми. Управління у сфері вищої освіти. Суб'єкти управління.
Тема 3. Університет: його роль та значення в розвитку лідерського і інституційного потенціалу суспільства	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Завдання вищого навчального закладу. Правовий статус вищого навчального закладу. Типи вищих навчальних закладів. Організація освітнього процесу. Форми навчання у вищих навчальних закладах. Учасники освітнього процесу. Вчені звання наукових і науково-педагогічних працівників.
Модуль 2. Практикум з викладання маркетингових дисциплін		
Тема 4. Методичні складові організації	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять;	Вивчення поняття освітній процес. Структура освітньо-професійної програми. Особливості

освітнього процесу	виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	формування навчальних планів. Розробка робочої програми навчальної дисципліни.
Тема 5. Методичні основи викладання навчальних дисциплін	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; творчі проекти	Підготовка викладача до заняття. Етапи підготовки лекції. Критерії оцінювання лекторської майстерності. Форми й порядок проведення практичних занять. Методи раціональної організації самостійної роботи студентів. Розроблення екзаменаційних білетів. Підготовка й проведення іспиту і заліку. Порядок проведення державного іспиту. Форми самостійної роботи студентів та її контроль з боку викладача. Методика проведення лекційного, практичного та семінарського заняття у вищій школі. Типи та структура занять з маркетингових дисциплін. Науково-методична робота викладача.
Тема 6. Формування творчого підходу у викладанні маркетингових дисциплін	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; творчі проекти	Формування креативного мислення в процесі викладання маркетингу. Навчально-дослідна робота студентів. Організація роботи студентських наукових гуртків.

Інформаційні джерела

- Keys of educational marketing / A.G. Tahir, S.A.A. Rizvi, M.B. Khan, F.Ahmad // Journal of Applied Environmental and Biological Sciences. – 2017. – № 7 (1). – P. 180–187.
- Roskosa A. Marketing in higher education in the agenda of increasing international enrolment / A.Roskosa, Yu. Stukalina // Rural environment. Education. Personality. – 2019. – Vol. 12. – P. 119–125.
- Stefko R. The Role of e-marketing tools in constructing the image of a higher education institution / R.Stefko, R.Fedorko, R.Bacik // Procedia. Social and Behavioral Sciences. – 2015. – Vol. 175. – P. 431–438.
- Білоусова С.В. Маркетинг освітніх послуг: стан, тенденції та перспективи / С.В. Білоусова // Бізнес-навігатор. – 2015. – № 1 (36). – С. 39–43.
- Гончарова О.В. Маркетинг на ринку освітніх послуг / О.В. Гончарова // Вчені записки університету «Крок». – 2018. – Вип. 49. – С. 169–178.
- Жегус О.В. Ринок послуг вищої освіти як основа маркетингової діяльності вищого навчального закладу / О.В. Жегус // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2017. – Вип. 1 (25). – С. 269–281 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://elib.hduht.edu.ua/jspui/handle/123456789/1820>.
- Карпенко, Н. В. Процес взаємодії ВНЗ та підприємств – баз практичної підготовки майбутніх маркетологів [Текст] / Н. В. Карпенко // Якість вищої освіти: вдосконалення змісту та організації практичної підготовки студентів [Текст] : матеріали XL Міжнародної науково-методичної конференції (м. Полтава, 25–26 лютого 2015 року). – Полтава : ПУЕТ, 2015. – С. 266–269.
- Лукашук О.С. Особливості маркетингової діяльності у сфері освітніх послуг / О.С. Лукашук, О.В. Гончарова // Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди. – 2013. – Вип. 40 (1). – С. 182–192.
- Лялюк А. Особливості використання стратегічного маркетингу вищими навчальними закладами / А.Лялюк // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ III. Економіка та управління підприємствами. – 2018. – № 4. – С. 70–78.
- Маштакова І.О. Маркетинг освітніх послуг: сутність та методи оцінки ефективності / І.О. Маштакова // Економічні інновації. – 2015. – Вип. № 60, Кн. I. – С. 293–301.
- Могилова А.Ю. Особливості маркетингу на ринку освітніх послуг / А.Ю. Могилова, І.В. Решетнікова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Вип. 10, Ч. 2. – С. 21–25.
- Павленко О. Маркетинг у сфері вищої освіти в XXI столітті: еволюція чи революція? / О.Павленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2018/31136/IP_19_46.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Снісарчук І.В. Закономірності управління маркетинговим потенціалом закладів вищої освіти / І.В. Снісарчук // Економіка, управління та адміністрування. – 2019. – № 3 (89). – С. 87–93.
- Ткачук С.В. Маркетинг освітніх послуг: проблеми та перспективи / С.В. Ткачук, С.А. Стахурська, В.О. Стахурський // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2018. – № 1, Т. 24. – С. 37–47.

Веб-ресурси

1. Міністерство освіти і науки України: <https://mon.gov.ua/ua>
2. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти: <https://office.naq.gov.ua/>

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publicna-informaciya>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Теми 1-3: відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (8 балів); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); проектна робота (10 балів)	50
Теми 4-6: відвідування занять (4 бали); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (8 балів); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); проектна робота (10 балів)	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни