

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально-науковий інститут агроекології та землеустрою

05-08-120S

СИЛАБУС	Маркетинг сфери туризму та гостинності	
SYLLABUS	Tourism and hospitality marketing	
Шифр за ОП Code in Degree Programme	ЦПП 2.8	
Освітній рівень Level of Education	бакалаврський (перший) bachelor's (first)	
Галузь знань Field of Knowledge	24	Сфера обслуговування Service sector
Спеціальність Field of Study	241	Готельно-ресторанна справа Hotel and Restaurant Affairs
Освітня програма Degree Programme	Українською Hotel and Restaurant Affairs	

РІВНЕ – 2024

Силабус ОК «Маркетинг сфери туризму та гостинності» для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа. Рівне. НУВГП. 2024. 13 стор.

ОП на сайті університету: <http://surl.li/pqcm>

Розробники силабусу:

Коротун О.П., к.екон.н., доцент кафедри маркетингу

Конарівська О.Б., к.екон.н., доцент кафедри туризму та ГРС

Силабус схвалений на засіданні кафедри
Протокол № 6 від "23" січня 2024 року

Завідувач кафедри: Коротун С.І., к.геогр.н., доцент

Керівник (гарант) ОП: Конарівська О.Б., к.екон.н., доцент кафедри туризму та ГРС

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ
Протокол № 10 від "23" січня 2024 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІАЗ: Прищеп А.М., д.с-г.н., професор

Попередня версія силабусу (вказати шифр) 06-13-29S

© НУВГП, 2024

ПРОГРАМА <small>назва освітнього компоненту*</small>
Навчальна дисципліна "Маркетинг сфери туризму та гостинності" є нормативною дисципліною для підготовки

студентів спеціальності 241 "Готельно-ресторанна справа" з галузі знань 24 "Сфера обслуговування" денної та заочної форм навчання, і викладається згідно з навчальним планом підготовки студентів за освітнім рівнем "бакалавр", яка спрямована на досягнення визначених результатів навчання, якій встановлено форму підсумкового контролю - екзамен та визначено кількість кредитів ЄКТС – 6.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Ступінь вищої освіти	бакалавр
Освітня програма	Готельно-ресторанна справ
Спеціальність	241 «Готельно-ресторанна справа»
Рік навчання, семестр	Денна форма навчання:4-ий рік навчання, 7-ий семестр Заочна форма навчання:5-ий рік навчання, 9-ий семестр
Кількість кредитів	6
Лекції:	Денна форма навчання: 32 год. Заочна форма навчання:4 год.
Лабораторні заняття:	Денна форма навчання: 30 год. Заочна форма навчання:14 год.
Самостійна робота:	Денна форма навчання: 118 год. Заочна форма навчання:162 год.
Курсова робота:	-
Форма навчання	денна/заочна
Форма підсумкового контролю	екзамен
Мова викладання	державна

ІНФОРМАЦІЯ ПРО РОЗРОБНИКА (ІВ)	
Лектор 	Коротун Ольга Петрівна, к.екон.н., доцент кафедри маркетингу
Вікіситет	http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Коротун_Ольга_Петрівна
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-5628-8301
Як комунікувати	o.p.korotun@nuwm.edu.ua https://exam.nuwm.edu.ua/login/index.php

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

Мета та завдання

Метою дисципліни "Маркетинг сфери туризму та гостинності" є формування сучасної системи поглядів і

спеціальних знань у галузі маркетингу туризму та індустрії гостинності, набуття практичних навичок щодо просування туристичного продукту та готельно-ресторанних послуг на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективності діяльності підприємств туристичної індустрії та індустрії гостинності. Закономірності розвитку маркетингу сфері обслуговування в ринкових умовах, система маркетингу туристичних та готельно-ресторанних підприємств.

Завданням дисципліни "Маркетинг сфери туризму та гостинності" є засвоєння теоретичних та організаційних основ маркетингу, розуміння сутності організації та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища, розуміння системи методів маркетингу.

Посилання на розміщення освітнього компонента на навчальній платформі Moodle, на платформі освітніх програм та їхніх освітніх компонентів

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=1589>

Передумови вивчення*

(місце освітнього компоненту в структурно-логічній схемі)

В структурно-логічній схемі підготовки бакалавра дисципліна «Маркетинг сфери туризму та гостинності» ґрунтується на вивченні таких дисциплін як: «Підприємницька діяльність», «Готельна справа» та «Ресторанна справа» і передуює вивченню ряду дисциплін професійного блоку.

Компетентності

ЗК 01. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя.

ЗК 02. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо, реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 05. Здатність працювати в команді.

ЗК 06. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 07. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

СК 01. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності.

СК 02. Здатність організувати сервісно-виробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.

СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.

СК 07. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.

СК 08 Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів

СК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності;

СК 12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

Програмні результати навчання (ПРН). Результати навчання (РН)*

РН 02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук.

РН 05. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

РН 06. Аналізувати, інтерпретувати і моделювати на основі існуючих наукових концепцій сервісні, виробничі та організаційні процеси готельного та ресторанного бізнесу.

РН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг

РН 16. Виконувати самостійно завдання, розв'язувати задачі і проблеми, застосовувати їх в різних професійних ситуаціях та відповідати за результати своєї діяльності.

Структура та зміст освітнього компонента

ЛЕКЦІЙНІ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

Тема

**Кількість годин,
результати
навчання,
література**

Опис дисципліни

Тема 1. Поняття готельно-ресторанного бізнесу

лекцій – 4 год.
практ. – 2 год.
ПР:2,5,6,8,16
Література:
[2,5,6,10,11]

Предмет, зміст дисципліни “Маркетинг у готельному і рестораном бізнесі”. Потреби, бажання і попит. Продукт сфери гостинності. Структура рівнів продукту. Пропозиція продукту. Цінність, вартість, споживча задоволеність. Специфіка маркетингу в індустрії гостинності.

Тема 2. Організація ринку готельно-ресторанних послуг	
лекцій – 4 год. практ. – 4 год. ПР:2,5,6,8,16 Література: [3,5,7,9,11]	Структура ринку і попит. Сегментація ринку. Основи сегментації споживчих ринків. Визначення цільового ринку. Варіанти охоплення ринків. Визначення привабливих сегментів ринку. Модель споживчої поведінки. Особистісні характеристики, що впливають на споживчу поведінку. Учасники процесу покупки. Споживач як учасник процесу прийняття рішення про покупку. Покупка як процес і результат. Позичування товару і готельно-ресторанного підприємства в цілях досягнення конкурентних переваг. Ринкове позиціонування. Вибір і застосування стратегії позиціонування.
Тема 3. Маркетингова інформаційна система та маркетингових досліджень на готельно-ресторанному ринку	
лекцій – 4 год. практ. – 4 год. ПР:2,5,6,8,16 Література: [4,6,9,10,11]	Маркетингова інформаційна система готельно-ресторанних підприємств. Внутрішня інформація. Інформація про клієнта. Зовнішня інформація. Методологічні засади маркетингових досліджень. Кабінетні та польові дослідження. Цілі, напрями та об'єкти досліджень у сфері гостинності. Дослідження маркетингового середовища готельно-ресторанних підприємств. Дослідження конкурентів. Дослідження споживачів.
Тема 4. Маркетинг – орієнтоване планування на підприємствах готельного та ресторанного господарства	
лекцій – 4 год. практ. – 4 год. ПР:2,5,6,8,16 Література: [1,3,5,9,10]	Процес стратегічного планування, його етапи. Цілі та завдання маркетингу в готельних і ресторанних підприємствах. Стратегічні цілі готельних і ресторанних підприємств. Маркетингові стратегії готельних і ресторанних підприємств. Стратегії зростання. Плани та програми маркетингу. Аналіз збутових територій. Світовий, регіональний та національні ринки туризму. Прогнози розвитку. Вплив макросередовища. Умови привабливості збутової території. Сегментація туристичного попиту. Поняття «ринкового сегменту».
Тема 5. Товарна політика підприємств готельного та ресторанного господарства	
лекцій – 4 год. практ. – 4 год. ПР:2,5,6,8,16 Література: [2,3,5,7,8]	Сутність асортиментної політики підприємств готельного та ресторанного господарства. Завдання асортиментної політики послуг. Відмінності видів послуг за фазою життєвого циклу. Показники визначення стадії життєвого циклу послуг: обсяг реалізації, обсяг прибутку, темп зростання споживчого попиту, частка ринку, обсяг інновацій у виробництво послуг. Принципи асортиментної політики: синергізм та стратегічна гнучкість. Товарні стратегії підприємств готельного та ресторанного

господарства: стратегія диференціації, стратегія вузької спеціалізації, стратегія диверсифікації, стратегія вертикальної інтеграції. Сутність інноваційної політики та її основні елементи. Процес розробки нової послуги.

Тема 6. Політика розподілу і стратегії збуту готельних і ресторанних підприємств

лекцій – 4 год.
практ. – 4 год.
ПР:2,5,6,8,16
Література:
[2,4,5,6,9]

Характеристика каналів розподілу готельних і ресторанних підприємств. Функції учасників каналів розподілу, які сприяють вирішенню завдань маркетингу. Рівень маркетингового каналу розподілу. Вибір каналу розподілу і його модифікації в готельному і ресторанному підприємстві. Канали збуту готельних і ресторанних послуг. Прямі та агентські продажі. Розробка збутової стратегії готельних і ресторанних підприємств. Спеціалізація та територіальне розміщення. Способи підтримки та стимулювання діяльності партнерів зі збуту.

Тема 7. Просування продукту та послуг у сфері туризму та гостинності

лекцій – 4 год.
практ. – 4 год.
ПР:2,5,6,8,16
Література:
[2,3,5,6,9]

Специфіка маркетингової комунікації на ринку готельно-ресторанних послуг. Планування маркетингової комунікації для готельних і ресторанних підприємств. Інтегровані рекламні комунікації. Розподіл та координація зусиль щодо просування в готельно-ресторанному бізнесі між рівнями управління. Вертикальне та горизонтальне спільне просування. Організація реклами. Формування рекламного бюджету та фінансування витрат. Стимулювання продажів туристичних та готельних послуг: завдання, об'єкти. Способи стимулювання потенційних клієнтів. Рішення у сфері PR.

Тема 8. Організація та контроль надання туристичних, готельних та ресторанних послуг

лекцій – 4 год.
практ. – 4 год.
ПР:2,5,6,8,16
Література:
[2,4,5,6,9]

Необхідність організації та контролю за наданням туристичних та готельно-ресторанних послуг. Основні етапи роботи. Вибір українських постачальників турпослуг: джерела отримання інформації, критерії вибору. Кодекс відносин між готелями та турагенствами у міжнародному туризмі. Варіанти договорів на готельні послуги. Встановлення порядку отримання інформації від партнерів зі збуту: обсяги інформації, терміни передачі. Надсилання інформації постачальникам послуг. Підготовка диспетчерської та туристичної програм. Підготовка гідів та перекладачів: вимоги до кваліфікації.

Перевірка готовності постачальників послуг до прийому туристів. Способи контролю за дотриманням постачальниками умов обслуговування. Форми компенсації завданих туристам збитків.
Організація супроводу туристів. Внесення змін до програми та маршруту. Оцінка ступеня задоволеності клієнтів: методи, цілі, рекомендації.

Форми та методи навчання

Вивчення дисципліни досягається інформаційним, ілюстративним та проблемним методами навчання.

Лекції супроводжуються демонстрацією схем, таблиць з мультимедійним супроводом. На практичних заняттях розглядаються та розв'язуються задачі, наближені до реальних ситуацій: використовується роздатковий матеріал (наочність) для формування у студентів системного мислення, розвитку пам'яті; проводиться дискусійне обговорення проблемних питань; задаються провокаційні питання.

Навчання супроводжується опрацюванням нормативної, навчальної літератури, а також періодичних видань.

При викладанні навчальної дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, метод "переваги та недоліки", метод "Робота в мережі", ділові ігри, екскурсійні заняття.

Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага студентів концентрується на матеріалі, який не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздаванням студентам під час лекції друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу і характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. На початку проведення міні-лекції за вказаними темами лектор акцентує увагу студентів на необхідності представити викладений лекційний матеріал у так званому структурно-логічному вигляді. На розгляд виносяться питання, які зафіксовані у плані лекцій, але викладаються вони стисло.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування. Після висвітлення проблеми (при використанні проблемних лекцій) або стислого викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) студентам

пропонується об'єднуватися у групи по 5 – 6 осіб і презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань. Однією з позитивних рис презентації та її переваг за умови використання в навчальному процесі є обмін досвідом, який здобули студенти під час роботи в певній малій групі.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників щодо даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки і висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Ділові та рольові ігри – форма активізації студентів, внаслідок якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації в ролі безпосередніх учасників подій.

Обговорення тематичних зображень дає змогу візуально сприймати інформацію, сприяє розвитку асоціативного мислення та кращому засвоєнню матеріалу.

Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

- технічні засоби навчання: мультимедійне обладнання, ноутбук;
- програмне забезпечення: MS Windows, доступ до Інтернет;
- програмне забезпечення: система дистанційного навчання Moodle.

Порядок оцінювання програмних результатів навчання/ результатів навчання

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно засвоїти теоретичний матеріал та здати модульні контролі знань, а також вчасно виконати практичні завдання. В результаті можна отримати такі обов'язкові бали:

– 60 балів - за вчасне та якісне виконання завдань практичних занять та інших поточних завдань, що становить поточну (практичну) складову його оцінки;

– 40 балів – модульні контролі (20+20).

Всього 100 балів.

Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни. Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти <http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/>.

Модульний контроль проходитиме у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

Рекомендована література

Основна

1. Іванова Л. О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства: навч. посіб. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2014. 216 с.
2. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навчальний посібник / Н. Є. Кудла ; Львів. ін-т економіки і туризму. - Київ : Знання, 2018. - 351 с. - (Вища освіта XXI ст.).

3. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу у туризмі : підруч. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 336 с.
4. Маркетинг. Навчальний посібник. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. За заг.ред. проф. Старостіної А.О. Київ: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
5. Маркетинг: навч. посіб. / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко та ін. / за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. Рівне: НУВГП, 2014. 444 с.
6. Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : колект. монографія / L. Yancheva, N. Savytska, N. Ushakova, T. Shtal, A. Borysova; ред.: Н. Л. Савицька; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. - 174 с. - Бібліогр. в кінці ст. - укр. - англ.
7. Мезомаркетинг у сфері туризму : монографія / Н. В. Онищук; ред.: Т. Д. Фатєєва ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2017. - 300 с.
8. Менеджмент і маркетинг туризму: Навч. посібник / [Афонченкова Т. М., Булюк О. В., Масенко Б.П., Панченко, Ю.В., Федотова Н.В.]; за ред. О.Є.Лугініна. - К.: Видавництво Ліра-К, 2016 - 364 с.
9. Полінкевич О. М. Маркетинг туризму та готельно-ресторанної справи : навч. посіб. Луцьк : ЛНТУ, 2022. 288 с.
10. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навчальний посібник / П. Р.Пуцентейло. - Київ : Центр учбової літератури, 2007. - 344с.
11. Регіональна маркетингова політика у галузі туризму : монографія / М. М. Біль, С. В. Васильчак, О. М. Вітер, Л. І. Гальків, С. С. Гринкевич; Львів. ін-т економіки і туризму. - Львів : Растр-7, 2017. - 233 с.

Допоміжна

1. Алієна-Барановська В. М., Дахно І. І. Міжнародний туризм : навч. посіб.-довід. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 344 с.
2. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
3. Забуранна Л. В., Сіренко К. В. Маркетингові комунікації туристичних підприємств: сучасна теорія і практика: моногр. Київ : Ліра-К, 2012. 152 с.
4. Коротун О. П., Стратегія економічного розвитку ринку туристичних послуг. Стратегія розвитку: інвестиційний вимір: матер. наук. семінару / за ред. д.е.н., проф. Гуткевич С.О. Київ : НУХТ, 2016. Вип.11. Ч.1. С.91-94
5. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 351 с.
6. Мальська М. П., Худо В. В., Занько Ю. С. Організація туристичного обслуговування: підручник. Київ : Знання, 2011. 275 с.
7. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник/ М. П. Мальська; В.В.Худо. - 2-ге вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.

8. Мальчик М. В., Онищук Н. В., Попко О. В. Ідентифікація особливостей формування системи маркетингу співпраці туристичних підприємств. Туризм: наука, освіта, практика: матер. міжнар. наук.-практ. конф. Рівне, 2018. С. 72-77.
9. Мальчик М.В., Ковальчук Є.А. Маркетингові інновації у сфері туризму. Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі: міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., присвячена 50-річчю заснування ХДУХТ, 3 жовтня 2017 р. : [тези доп.] / редкол. : О.І.Черевко (та ін.). Харків : ХДУЗТ, 2017. С.59-61.
10. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика : монографія / за ред. М. В. Мальчик. Рівне : НУВГП, 2015. 197 с.
11. Мельниченко С. В., Ведмідь Н. І. Інформаційні технології у туристичній індустрії: підручник. Київ : КНТЕУ, 2011. 280 с.
12. Міжнародний туризм: навчальний посібник/ Т. В. Божидаркін [и др.]. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 312 с.
13. Попко О. В., Туризм як складова розвитку економіки та екологічної культури України. Студентський вісник НУВГП (1(7)). pp. 140-143.

Інформаційні ресурси в Інтернет

1. Державне агентство розвитку туризму. ДАРТ. URL : <https://www.tourism.gov.ua/>
2. Державний комітет статистики України URL : <https://ukrstat.gov.ua/>
3. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75) URL : <https://lib.nuwm.edu.ua/> (інформаційні ресурси у цифровому репозиторії).
4. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>
5. Національна туристична організація України. URL: <https://www.ntoukraine.org/>
6. Обласна наукова бібліотека (м. Рівне, майдан Короленка, 6) URL : <http://lib.rv.ua/>
7. Рівненська централізована бібліотечна система (м. Рівне, вул. Київська, 44). URL : <https://rivnecbs.com.ua/>
8. Рівненщина туристична. URL: <https://rivne.travel/>
9. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org>

Поєднання навчання та досліджень* (за потреби)

Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

ПОЛІТИКИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)

- допитливість, ініціативність – під час засвоєння теоретичного матеріалу лекційних занять та самостійної роботи для розширення знань із відповідних тем курсу;
- цілеспрямованість, наполегливість – під час виконання практичних робіт, а також індивідуальних завдань для

- отримання додаткових балів;
- адаптивність, командна робота – під час дискусійних обговорень тематичних питань курсу, участі в діловій грі, опрацювання практичних кейсів;
- соціальна обізнаність і відповідальність – як результат урахування організаційних вимог курсу, підтримання зворотного зв'язку та вчасного звітування про виконані види діяльності;
- критичне мислення, лідерство, креативність – розуміння, аналіз, пошук вирішення актуальних проблем у розрізі дисципліни та висвітлення результатів під час навчальних занять, участі в конференціях і круглих столах та/або наукових публікаціях;
- лідерство, розв'язання проблем та формування ідей – як результат командної роботи під час виконання практичних робіт, наукового пошуку вирішення поставлених завдань;
- самонавчання для професійного та особистісного зростання – як результат виконання самостійної роботи, в тому числі з електронними навчальними ресурсами та інформаційними базами.

Дедлайни та перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перездавання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т.ч. з використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин навчальної дисципліни відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної дисципліни на платформі MOODLE за календарем

Неформальна та інформальна освіта (за потреби)

Студенти мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним

Положенням: <https://nuwm.edu.ua/files/1299/--/2012/-----.pdf>.

Зокрема студенти можуть самостійно проходити онлайн-курси на таких навчальних платформах, як Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших, для наступного перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-

курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни (освітньої програми) та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

Правила академічної доброчесності

Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення студента подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Документи з Академічної доброчесності викладені сайті університету <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>.

Студент зобов'язаний дотримуватися Кодексу честі студентів НУВГП, який встановлює загальні моральні принципи та правила етичної поведінки осіб, які навчаються в університеті, та якими вони мають керуватися у своїй діяльності:

<http://ep3.nuwm.edu.ua/4917/1/>

[Codeks%20chesti%20studentiv%20зах.pdf](http://ep3.nuwm.edu.ua/4917/1/Codeks%20chesti%20studentiv%20зах.pdf).

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями встановленими [Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату в НУВГП](#):

Принципи доброчесності у НУВГП та відповідність показникам забезпечення якості вищої освіти регламентовано НАЗЯВО та положеннями відділу якості освіти НУВГП.

Сайт НАЗЯВО: <https://naqa.gov.ua/>

Відділ якості освіти НУВГП: <https://nuwm.edu.ua/strukturi-pidrozdili/vyo>

Вимоги до відвідування

Лекції та практичні заняття відбуваються в офлайн або онлайн режимі згідно розкладу.

Консультації будуть проводитися онлайн за допомогою Google Meet за кодом у домовлений зі студентами час.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу.

Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної дисципліни.

Автор
Доцент

Ольга КОРОТУН

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної та

Валерій СОРОКА

навчальної роботи



документ підписаний КЕП
Номер документа СИЛ №447
Підписувач Сорока Валерій Степанович
Підписувач (дані КЕП):
Сертифікат 58E2D9E7F900307B04000000807E2D0054327D00