

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

06-14-253S

СИЛАБУС SYLLABUS	Європейські публічні комунікації European public communications	
Шифр за ОП Code in Degree Programme	BV4.1	
Освітній рівень Level of Education	Бакалаврський (перший) Bachelor`s (first)	
Галузь знань Field of Knowledge	28	Публічне управління та адміністрування Public Management and Administration
Спеціальність Field of Study	281	Публічне управління та адміністрування Public Management and Administration
Освітня програма Degree Programme	Публічне управління та адміністрування Public Management and Administration	

РІВНЕ – 2024

Силабус навчальної дисципліни Європейські публічні комунікації для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр», які навчаються за освітньо-професійною програмою Публічне управління та адміністрування спеціальності Публічне управління та адміністрування. Рівне. НУВГП. 2024. стор.

ОПП на сайті університету: <https://ep3.nuwm.edu.ua/30542/>

Розробник силабусу: Шинкарук А.Л., доцент кафедри менеджменту та публічного врядування

Силабус схвалений на засіданні кафедри
Протокол № 7 від «20» грудня 2024 року

Завідувач кафедри: *Тихончук Л.Х., д.держ.упр., доцент*


Керівник (Гарант) ОП: *Антонова С.Є., к.е.н., доцент*

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ
Протокол № 4 від «30» грудня 2024 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІ: *Ковшун Н.Е., д.е.н професор*

Попередня версія силабусу -

© НУВГП, 2024

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
Європейські публічні комунікації	
ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Ступінь вищої освіти	<i>Бакалавр</i>
Освітня програма	<i>Публічне управління та адміністрування спеціальності</i>
Спеціальність	<i>281 Публічне управління та адміністрування</i>
Рік навчання, семестр	<i>3, 5 денна 3, 6 заочна</i>
Кількість кредитів	<i>4</i>
Лекції:	<i>22 годин денна /6 годин заочна</i>
Практичні заняття:	<i>20 годин денна /6 годин заочна 78 годин денна /108 годин заочна</i>
Курсова робота:	<i>Ні</i>
Форма навчання	<i>денна/заочна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>Залік</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
ІНФОРМАЦІЯ ПРО РОЗРОБНИКА (ІВ)	
Лектор	<i>Шинкарук А.Л., кандидат політичних наук, доцент</i>
	
Вікіситет	http://bit.ly/shynkaruk_wiki
ORCID	<i>0000-0001-9282-5103</i>

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

Мета та завдання

Публічні комунікації, відповідно до визначення суспільної комунікаційної системи, слід розглядати як структуровану (впорядковану певним чином) сукупність комунікантів, реципієнтів, смислових повідомлень, комунікаційних каналів і служб, які мають матеріально-технічні ресурси та професійні кадри. Якщо культура є сукупністю речових і нематеріальних культурних, тобто штучних соціальних, сенсів, то публічна комунікація – це частина предметної культури, що забезпечує рух культурних смислів у соціальному просторі та часі.

При цьому діяльність щодо здійснення публічних комунікацій (кампанії) визначається як цілеспрямована спроба інформувати або впливати на поведінку у великій аудиторії протягом певного періоду, використовуючи організований набір комунікаційних заходів та за участю масиву медіа-повідомлень в багатьох каналах для створення необхідних умов для людини і суспільства. Кампанія, як процес, є універсальною за темами і місцями, використовуючи систематичні рамки та основні стратегічні принципи, розроблені останнім часом. Планування кампанії включає аналіз ситуації, поставлених завдань, узгодження стратегій, реалізацію кампаній зі створення інформаційно-рекламних повідомлень, що поширюються через традиційні засоби масової інформації, нові технології і міжособистісне спілкування. Публічні комунікації є важливим компонентом політичного розвитку Європейського Союзу. Комунікація не може зробити ЄС ідеальним або вирішити економічні, соціальні, політичні та екологічні проблеми. Втім, комунікація допомагає підвищити обізнаність і мобілізацію людей. Комунікація розглядається як ключовий засіб збагачення ідентичності, інтеграції, поваги і демократичних цінностей, що допомагає громадянам зрозуміти Європейський Союз на емоційному рівні і через створення кращої системи спілкування суспільства та європейських інститутів при здійсненні спільної політики.

Інформаційна та комунікаційна політика ЄС насправді з самого початку була частиною європейської інтеграційної політики. Стратегія включає публікацію програмних документів, вдосконалення діючих служб, створення фондів розвитку ініціатив громадянського суспільства. Таким чином, комунікація стає стратегічним ресурсом ЄС і включає активну взаємодію і співпрацю з комунікаційними елементами суспільства: журналістами, громадськими організаціями, службовцями, урядовими структурами і т.д. Відповідно, необхідно враховувати багаторівневий характер таких комунікацій (наднаціональний, національний, регіональний, локальний) і можливе зіткнення культур, цінностей, економічних систем. Основна увага цієї книги зосереджена на трьох проявах сучасної публічної комунікації у Європейському Союзі: культурі, політиці та технологіях. Європейська культура – це перш за все набір соціальних і політичних цінностей, що сформувались протягом останніх століть і сьогодні переживають період зіткнення культур, демографічних зсувів, втрати зв'язку поколінь. З новою силою постає питання національної і регіональної ідентичності. Наприклад, спроба розвивати систему громадянства ЄС і відмова від національних кордонів викликали соціальне напруження і економічну нестабільність. Намагання поєднати збереження національної ідентичності і розвиток наднаціональних структур призвело до появи спільної культурної політики Європейського Союзу. Невід'ємною складовою культури ЄС є комунікаційна політика і розвиток інформаційного суспільства для збереження лідерства ЄС. Інформаційне суспільство акцентоване на сильній економіці, яке буде сприяти створенню робочих місць, що разом із соціальною та екологічною політикою забезпечить стійкий розвиток і соціальне включення. Основною метою ініціативи інформаційного суспільства стало прискорення перетворень Європи на інформаційне суспільство і забезпечення вигоди від нього для всіх європейців, а саме: перехід кожного громадянина, домашнього господарства, школи, бізнесу та органу управління до цифрової доби, а також забезпечення доступу в Інтернет; створення Європи з сильною підприємницькою культурою, яка заснована на цифрових технологіях і готова фінансувати і розвивати нові ідеї; гарантування, що цей процес сприяє залученню до нього всіх прошарків суспільства, розвиває довіру споживача і посилює соціальну єдність. Увага аудіовізуальної політики зберігається

на дигіталізації європейської культури, державних відносин, освіти тощо. У сфері державного управління особлива увага приділяється стандартизації інформації державного сектора і захисту персональних даних. Технологічно процеси комунікаційної політики виражаються у створенні і впровадженні систем електронного управління, навчання та залучення громадян до процесів прийняття рішень на різних рівнях – від локального до загальноєвропейського. ЄС вважається лідером за темпами впровадження електронних технологій в державне управління і суспільство. Кожна країна розробляє механізми та інструменти полегшення взаємодії громадян і державних установ, електронний документообіг, обмін та збереження інформації, прогнозування та планування розвитку окремих галузей, регіонів, міст. Особлива увага приділяється навчання громадян основам Інтернет-грамотності, персональній безпеці та створенню платформ для активного вираження громадянами власних ідей та пропозицій розвитку громад або для участі у процесах прийняття суспільно-політичних рішень.

Мета курсу – сформувати знання та навички ефективного використання публічних комунікацій у політичних, культурних і технологічних процесах ЄС.

Завдання:

- Визначити поняття та роль публічних комунікацій.
- Дослідити інформаційну політику ЄС та її вплив на європейську ідентичність.
- Вивчити принципи комунікаційних кампаній.
- Аналізувати культурний та цифровий виміри комунікацій.
- Розглянути соціальні аспекти та інформаційну безпеку.

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

<https://exam.nuwm.edu.ua/user/profile.php?id=77>

Передумови вивчення*

(місце освітнього компоненту в структурно-логічній схемі)

Комунікації в публічному секторі

Компетентності

ЗК 9.Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 11.Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 13.Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).

ФК2. Здатність забезпечувати належний рівень вироблення та використання управлінських продуктів, послуг чи процесів.

ФК4. Здатність використовувати в процесі підготовки і впровадження управлінських рішень сучасні ІКТ.

ФК6. Здатність здійснювати інформаційно-аналітичне забезпечення управлінських процесів із використанням сучасних інформаційних ресурсів та технологій.

ФК7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності.

ФК10. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування.

ФК13. Здатність застосовувати ефективні управлінські інструменти, використовувати та впроваджувати нові підходи до публічного управління та адміністрування з врахуванням євроінтеграційних завдань з метою підвищення ефективності розвитку територій, враховуючи регіональну специфіку.

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

ПРН3. Вміти усно і письмово спілкуватися іноземною мовою.

ПРН11. Уміти відшукувати та узагальнювати інформацію, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції.

ПРН12. Уміти налагодити комунікацію між громадянами та органами державної влади і місцевого самоврядування.

ПРН18. Уміти застосовувати демократичні технології прийняття управлінських рішень, враховуючи інтереси й потреби громадян, суспільства та держави в кризових умовах для створення сприятливого середовища у суспільстві.

Структура та зміст освітнього компонента

Теми лекційних занять

Тема 1. Публічні справи, публічні комунікації
(Лекцій – денна: 3 год. /заочна: 2 год. Самостійна робота – 14 год./ заочна: 18 год.)

Що таке публічні справи і їх роль у сучасному суспільстві?

Основні принципи публічних комунікацій.

Інструменти публічної комунікації у взаємодії з громадськістю.

Роль прозорості та відповідальності у публічних комунікаціях.

Стратегії формування довіри серед цільових аудиторій.

Тема 2. Європа 21 століття

(Лекцій – денна: 3 год. /заочна: 1 год. Самостійна робота – 13 год./ заочна: 18 год.)

Політичні, економічні та соціальні виклики сучасної Європи.

Роль Європейського Союзу у глобальних процесах.

Концепція європейських цінностей і інтеграції.

Тенденції розвитку громадянського суспільства у Європі.

Міграція, безпека та інновації як ключові фактори розвитку.

Тема 3. Репутаційний менеджмент та брендування у ЄС

(Лекцій – денна: 3 год. /заочна: 1 год. Самостійна робота – 13 год./ заочна: 18 год.)

Основи репутаційного менеджменту та його значення.
Процеси брендування на рівні держав, регіонів і організацій.
Європейський досвід у побудові позитивного іміджу.
Інструменти та методи брендингу в міжнародному контексті.
Виклики репутаційного управління у сучасному світі.

Тема 4. Громадські комунікації

(Лекцій – денна: 3 год. /заочна: 1 год. Самостійна робота – 13 год./
заочна: 18 год.)

Поняття та типи громадських комунікацій.
Стратегічне планування громадських комунікацій.
Інструменти ефективною комунікації з громадою.
Способи залучення громадськості до ухвалення рішень.
Практичні кейси успішних громадських комунікацій.

Тема 5. Відносини із ЗМІ

(Лекцій – денна: 2 год. /заочна: 1 год. Самостійна робота – 13 год./
заочна: 18 год.)

Роль засобів масової інформації у сучасному світі.
Як будувати ефективні відносини із ЗМІ?
Прес-релізи, брифінги та прес-конференції: структура і планування.
Етика співпраці зі ЗМІ.
Медіа як інструмент впливу на громадську думку.

Тема 6. Стейкхолдери. Лобювання

(Лекцій – денна: 2 год. /заочна: 1 год. Самостійна робота – 13 год./
заочна: 18 год.)

Хто такі стейкхолдери та їх категорії.
Методи і стратегія роботи зі стейкхолдерами.
Лобювання як інструмент впливу на прийняття рішень.
Етичні аспекти лобювання в Європі.
Приклади успішних лобістських кампаній у ЄС.

Тема 7. Інформаційні кампанії

(Лекцій – денна: 2 год. /заочна: 1 год. Самостійна робота – 13 год./
заочна: 18 год.)

Планування та реалізація інформаційних кампаній.
Цільові аудиторії та ключові повідомлення.
Інструменти та методи проведення інформаційних кампаній.
Вимірювання ефективності кампаній.
Аналіз успішних кейсів інформаційних кампаній.

Тема 8. Онлайн комунікації / веб / соціальні медіа

(Лекцій – денна: 2 год. /заочна: 1 год. Самостійна робота – 13 год./
заочна: 18 год.)

Особливості онлайн комунікацій у сучасному світі.
Використання веб-платформ для ефективного спілкування.
Соціальні медіа як інструмент взаємодії з громадськістю.
Контент-стратегії для різних платформ.
Ризики та виклики онлайн комунікацій (фейки, кібербезпека).

Тема 9. Кризові комунікації

(Лекцій – денна: 2 год. /заочна: 1 год. Самостійна робота – 13 год./
заочна: 18 год.)

Поняття кризових комунікацій та їх важливість.
Стратегії реагування під час кризи.
Як підготувати антикризовий комунікаційний план?
Помилки у кризових комунікаціях і як їх уникнути.
Приклади ефективних кризових комунікацій.

Теми практичних занять

Практична 1. Есе "Що я знаю про Європу?" – денна 2 год, заочна 1 год.

Практична 2. Формування комунікаційної стратегії – денна 3 год, заочна 1 год.

Практична 3. Брендуння та розробка репутаційної стратегії – денна 2 год, заочна 1 год.

Практична 4. Цільові аудиторії та портрети користувачів публічних комунікацій – денна 2 год, заочна 1 год.

Практична 5. Таргетуння та робота із ЗМІ – денна 3 год, заочна 1 год.

Практична 6. Карта стейкхолдерів – денна 2 год, заочна 1 год.

Практична 7. Інформаційна кампанії. Контент план – денна 2 год, заочна 1 год.

Практична 8. Розробка соціально-медійної стратегії – денна 2 год, заочна 0,5 год.

Практична 9. Кризові комунікації в публічній сфері – денна 2 год, заочна 0,5 год.

Форми та методи навчання

Форми навчання: традиційні лекції та практичні заняття, дуальні заняття із залученням практиків.

Методи навчання: аналітичний, дослідницький, проблемно-пошуковий, дискусія, ситуативні задачі, презентація, *навчальна дискусія, дебати.*

Технології викладання: *тренінги, рольові ігри, аналіз конкретних ситуацій, обговорення, презентації, міні-лекції, ситуаційні дослідження, навчання на основі досвіду та інші.*

Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

Матеріали освітнього компонента розміщено на навчальній платформі Moodle

Порядок оцінювання програмних результатів навчання/ результатів навчання

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно вчасно виконати індивідуальні завдання (ситуаційні завдання, наукові тези, реферати, тощо), брати участь у практичних заняттях (доповіді з презентаціями, актуальні запитання, участь у дискусіях, тощо); вчасно здати модульні контролі знань.

Викладач проводить оцінювання індивідуальних завдань студентів шляхом проставлення балів за визначеними критеріями, що вчасно доводяться здобувачам освіти. Також, студент під наглядом викладача самостійно оцінює свою роботу.

За вчасне та якісне виконання усіх видів завдань, студент отримує такі обов'язкові бали:

- по 3 бали за якісну підготовку до кожного практичного заняття;
- 18 балів за якісне оформлення індивідуальних завдань;
- 20 балів – модуль 1;
- 20 балів – модуль 2. Усього 100 балів.

Додаткові бали студент може отримати при написанні наукової статті, наукової роботи на конкурс, есе, тощо. Тему для дослідницької роботи студенти можуть вибрати самостійно за погодженням із викладачем. Додаткові бали також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни.

Модульний контроль проходить у формі тестування. У тесті 20 запитань різної складності: рівень 1 – 17 запитань по 0,9 бали (15,3 балів), рівень 2 – 2 запитань по 1,4 бали (2,8 бали), рівень 3 – 1 запитання по 1,9 бали (1,9 бали). Усього – 20 балів.

Лінк на нормативні документи, що регламентують проведення поточного та підсумкового контролів знань студентів, можливість ім подання апеляції: <https://nuwm.edu.ua/sp/dokumenty>

Рекомендована література (основна, допоміжна)

перелік навчальних матеріалів, які повинен опанувати/ознайомитись студент перед заняттям та інше

Основна

“Communicating Europe in 4 Steps.”Communication Director, 20 Jan. 2016, URL: www.communication-director.com/issues/communicating-europe-4-steps/#.YV19ZZrP3IW. (дата звернення 10 вересня 2024).

“Crisis Communication.”European Centre for Disease Prevention and Control, 27 Sept. 2019, URL: www.ecdc.europa.eu/en/health-communication/crisis-communication. (дата звернення 10 вересня 2024)..

“English | Branding Style Guides.”Brandingstyleguides.com, 2011, URL: brandingstyleguides.com/language/english/. (дата звернення 10 вересня 2024).

“ERA.”ERA, 15 June 2018, URL: www.era.europa.eu/agency/stakeholder-relations_en. (дата звернення 10 вересня 2024).

“European Union for Journalists - OPEN Media Hub.”OPEN Media Hub, 2018, URL: openmediahub.com/eu-basics/european-union-journalists/. (дата звернення 10 вересня 2024).

“Free Crisis Communication Templates.”Smartsheet, 2019, URL: www.smartsheet.com/content/crisis-communication-templates. (дата звернення 10 вересня 2024).

“Logo and Visual Identity.”The Council of Europe in Brief, 2014, URL: www.coe.int/en/web/about-us/visual-identity. (дата звернення 10 вересня 2024).

“OSH Campaign Toolkit | Safety and Health at Work EU-OSHA.”Europa.eu, 2021, URL: osha.europa.eu (дата звернення 10 вересня 2024).

Допоміжна

“Bloomsbury Collections - Government Communication - Cases and Challenges.” Bloomsburycollections.com, 2013, URL: www.bloomsburycollections.com/book/government-communication-cases-and-challenges/ch1-introduction. (дата звернення 10 вересня 2024).

“Communication.” European Commission, 2021, URL: ec.europa.eu/info/departments/communication_en#related. (дата звернення 10 вересня 2024).

“How to Identify Stakeholders Using Social Media.” Tractivity.co.uk, 2021, URL: www.tractivity.co.uk/blog/stakeholder-identification-digital-channels. (дата звернення 10 вересня 2024).

“The ‘European (Union) Identity’: An Overview.” E-International Relations, 15 Apr. 2020, URL: www.e-ir.info/2020/04/15/the-european-union-identity-an-overview/. (дата звернення 10 вересня 2024).

ACO/ACT - Public Affairs Handbook – 2020 URL: https://shape.nato.int/resources/3/website/PA_handbook.pdf (дата звернення 10 вересня 2024).

H2020 Programme Guidance Social media guide for EU funded R&I projects URL: <https://www.kowi.de/Portaldata/2/Resources/horizon2020/H2020-soc-med-guide.pdf> (дата звернення 10 вересня 2024).

STAKEHOLDER ENGAGEMENT Handbook URL: <https://www.biodiversa.org/706/download> (дата звернення 10 вересня 2024).

“About the Toolkit | Campaign Toolkit | Tools and Publications.” Healthy-Workplaces.eu, 2020, URL: healthy-workplaces.eu/en/tools-and-publications/campaign-toolkit/about-toolkit. (дата звернення 10 вересня 2024).

“Citizens as Partners.” Oecd-ilibrary.org, 2021, URL: www.oecd-ilibrary.org/governance/citizens-as-partners_9789264195578-en;jsessionid=CUtP6yndoXWT0QIPrG7jQL4J.ip-10-240-5-147. (дата звернення 10 вересня 2024).

“Public Affairs Council.” Public Affairs Council, 27 Jan. 2015, URL: pac.org/news/ (дата звернення 10 вересня 2024).

“Social Media Use.” European Commission, 2021, URL: ec.europa.eu/info/social-media-use_en. (дата звернення 10 вересня 2024).

“What Is Lobbying? | Lobby Europe.” Lobby Europe, 20 Nov. 2019, URL: lobbyeurope.org/what-is-lobbying/. (дата звернення 10 вересня 2024).

Communicating the Crisis: The European Commission on Social Media During the Economic Crisis in the European Union URL: <https://www.researchgate.net/> (дата звернення 10 вересня 2024).

Council of Europe COMMUNICATION PLAN GUIDELINES Project Management Methodology URL: <https://rm.coe.int> (дата звернення 10 вересня 2024).

D 5.3: Best practices in stakeholder engagement URL: <https://www.lter-europe.net/document-archive/> (дата звернення 10 вересня 2024).

Digital plan example URL: <http://digitalengagementframework.com>
Communication Strategy Interreg Baltic URL: <https://www.interreg-baltic.eu/fileadmin/> (дата звернення 10 вересня 2024).

Інформаційні ресурси в Інтернет

Для вивчення навчальної дисципліни студенти можуть користуватися інформаційними ресурсами, наведеними у кожній із тем на сторінці курсу <https://exam.niwm.edu.ua/course/view.php?id=757>

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.
Дослідницькі проекти виконуються у формі: написання наукової статті або тез для виступу на конференції

ПОЛІТИКИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

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

Аналітичні навички

Формування власної думки та прийняття рішень

Уміння слухати і запитувати

Дедлайни та перескладання

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <https://ep3.nuwm.edu.ua/30369/>.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі та перездачі оприлюднюються на сторінці MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua//>.

Неформальна та інформальна освіта (за потреби)

“Дистанційний курс ‘Брендинг міст і територій.’”Vumonline.ua, 2016, URL: vumonline.ua/course/city-branding/. (дата звернення 13 серпня 2024).

“Дистанційний онлайн курс ‘Що таке європейська ідея?’” Vumonline.ua, 2015, URL: vumonline.ua/course/what-is-the-european-idea/. (дата звернення 13 серпня 2024).

“Європейський простір.”Euprostitir.org.ua, 2021, URL: euprostitir.org.ua/courses/135176. (дата звернення 13 серпня 2024).

“Курс ‘Адвокація.’”Culturepartnership.eu, 2021, URL: www.culturepartnership.eu/ua/publishing/advocacy-course. (дата звернення 13 серпня 2024).

“Курс ‘Комунікації.’”Culturepartnership.eu, 2021, URL: www.culturepartnership.eu/ua/publishing/communication-course. (дата звернення 13 серпня 2024).

“Курс ‘Медіа-пітчінг.’”Culturepartnership.eu, 2021, URL: www.culturepartnership.eu/ua/publishing/media-pitching. (дата звернення 13 серпня 2024).

Правила академічної доброчесності

Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися «Кодексу честі студентів» <https://ep3.nuwm.edu.ua/4917/>. Перевірку навчальних завдань неупереджено здійснює викладач. Усі навчальні завдання повинні бути виконані власноручно здобувачем вищої освіти, у разі виявлення однакових робіт, здобувач освіти не отримує бали і повинен виконати завдання повторно.

В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.

Вимоги дотримання академічної доброчесності регламентуються Положенням про академічну доброчесність в Національному університеті водного господарства та природокористування (<https://ep3.nuwm.edu.ua/25004/>).

Перелік рекомендованих видів академічної відповідальності за конкретні порушення академічної доброчесності для здобувачів вищої освіти НУВГП наведено у додатку до Положення про академічну доброчесність в Національному університеті водного господарства та природокористування

Вимоги до відвідування

Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин. Якщо є довідка про хворобу чи іншу поважну причину то студенту не потрібно відпрацьовувати пропущене заняття.

Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/>

При об'єктивних причинах пропуску занять, студенти можуть самостійно вивчити пропущений матеріал за вищенаведеним посиланням на розміщення навчальної дисципліни на платформі MOODLE.

Лектор: Шинкарук А.Л. к.політ.н., доцент

Автор
Доцент КМПВ

Антон ШИНКАРУК

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної та
навчальної роботи

Валерій СОРОКА



документ підписаний КЕП
Номер документа СИЛ №608
Підписувач Сорока Валерій Степанович
Підписувач (дані КЕП):
Сертифікат 3FAA9288358EC00304000009B6C3700C8C2C100

