НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

06-13-90S

СИЛАБУС
навчальної дисципліни

SYLLABUS

Науковий семінар		**Scientific seminar**
Шифр за ОП	ФП31.2	Code in Degree Programme
Освітній рівень: **Бакалаврський (перший)**		Level of Education: **Bachelor's (first)**
Галузь знань **Управління та адміністрування**		Field of Knowledge **Management and Administration**
Спеціальність **075 Маркетинг**		Field of Study: **075 Marketing**
Освітня програма: **Маркетинг**		Degree Programme: **Marketing**

РІВНЕ – 2024

Силабус навчальної дисципліни «Науковий семінар» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг». Рівне. НУВГП. 2024. 11 с.

ОПП на сайті університету: https://ep3.nuwm.edu.ua/21064/

Розробники силабусу:
е-підпис: Мальчик Мар'яна Василівна, д.екон.н., професор кафедри маркетингу
Коротун Ольга Петрівна, к.екон.н, доцент кафедри маркетингу

Силабус схвалений на засіданні кафедри маркетингу ННІЕМ:
Протокол №7 від «25» грудня 2024 року

Завідувач кафедри:

е-підписМальчик Мар'яна Василівна, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу

Керівник (гарант) ОПП 075 Маркетинг: Толчанова Зоя Олексіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу

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

Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ:
е-підписКовшун Наталія Едуардівна, доктор економічних наук, професор

© Мальчик М.В.,
Коротун О.П., 2024
©НУВГП, 2024

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Науковий семінар»	
ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Освітня програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Рік навчання, семестр	4-ий рік навчання, 8-ий семестр - ДФН 5-ий рік навчання, 10-ий семестр - ЗФН
Кількість кредитів	4
Лекції:	22/6 години
Практичні заняття:	20/6 години
Самостійна робота:	78/108 годин
Форма навчання	денна/заочна
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
ІНФОРМАЦІЯ ПРО РОЗРОБНИКІВ *	
	Мальчик Мар'яна Василівна *доктор економічних наук,* *професор кафедри маркетингу*
Вікіситет	http://surl.li/mnwfjy
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-0917-191X

Канали комунікації	*m.malchyk@nuwm.edu.ua тел. +38-097-751-66-51* *Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE*
	Коротун Ольга Петрівна *кандидат економічних наук,* *доцент кафедри маркетингу*
Вікіситет	http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Коротун_Ольга_Петрівна
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-5628-8301
Канали комунікації	*o.p.korotun@nuwm.edu.ua* https://exam.nuwm.edu.ua/login/index.php

ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Мета та завдання

Курс **«Науковий семінар»**є спеціалізованою навчальною дисципліною, що спрямована на розвиток у здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності **«Маркетинг»** компетентностей, необхідних для самостійної дослідницької діяльності, критичного аналізу наукових джерел та представлення власних наукових ідей. Дисципліна охоплює питання методології та етики наукових досліджень, основи академічного письма, правила підготовки та проведення наукових дискусій, а також методи аргументованої презентації результатів досліджень.

Зміст курсу передбачає опрацювання основних наукових підходів у маркетингових дослідженнях, оволодіння методами збору та аналізу даних, а також розгляд методів підготовки наукових статей, доповідей та презентацій. Особлива увага приділяється розвитку навичок участі у наукових семінарах, конференціях та дискусіях, що сприяє підвищенню рівня академічної культури здобувачів освіти.

Основною метою курсує формування навичок самостійної дослідницької роботи, підготовки наукових публікацій, аналітичного підходу до розгляду актуальних проблем маркетингу, а також набуття досвіду публічних виступів і обговорення власних досліджень у професійному середовищі.

Курс спрямований на розвиток умінь здобувачів у сфері проведення наукових досліджень, формування обґрунтованих наукових позицій, аналізу результатів досліджень інших авторів та ефективної презентації власних наукових здобутків.

Завдання курсу:

- ознайомлення здобувачів із ключовими принципами наукової діяльності та особливостями підготовки наукових публікацій у сфері маркетингу;
- розвиток навичок підготовки наукових доповідей, участі в дискусіях та публічних виступах на наукових заходах;
- опанування методів критичного аналізу наукових джерел, формулювання власної дослідницької позиції та аргументованого обґрунтування висновків;
- засвоєння основних принципів академічної доброчесності, зокрема правил цитування та уникнення плагіату;
- формування навичок презентації наукових результатів у різних форматах (усні доповіді, наукові статті, постерні презентації);
- підготовка здобувачів до написання та захисту кваліфікаційних робіт.

Здобувач повинен знати:

- основи методології наукових досліджень у сфері маркетингу та суміжних дисциплінах;
- принципи структурування наукової роботи, вимоги до оформлення статей, тез та доповідей;
- методи збору, аналізу та інтерпретації емпіричних даних у маркетингових дослідженнях;

- правила підготовки та проведення наукових семінарів, дискусій та конференцій;
- особливості академічного письма та стандарти оформлення бібліографічних посилань;
- етичні аспекти наукової діяльності, принципи доброчесності та відповідальності дослідника.

Здобувач повинен вміти:

- самостійно формулювати наукові проблеми, розробляти та обґрунтовувати гіпотези дослідження;
- аналізувати, інтерпретувати та узагальнювати наукові джерела з використанням сучасних аналітичних підходів;
- готувати наукові статті, тези та доповіді відповідно до академічних стандартів;
- аргументовано представляти власні наукові дослідження, брати участь у наукових дискусіях та відповідати на критичні зауваження;
- застосовувати методи візуалізації даних для ефективного представлення наукових результатів;
- організовувати та проводити наукові семінари, брати участь у конференціях, розширюючи професійні контакти в академічному середовищі.

Курс спрямований на підготовку здобувачів до активної участі у науковому житті, розвитку професійних навичок у сфері маркетингових досліджень, а також підвищення їх конкурентоспроможності у подальшій кар'єрі. Освоєння матеріалу дисципліни сприятиме формуванню у здобувачів системного наукового мислення, здатності до аргументованого відстоювання власної позиції та ефективної комунікації результатів досліджень у професійних та академічних колах.

Посилання на розміщення освітнього компоненту на навчальній платформі Moodle, на платформі освітніх програм та їх освітніх компонентів	
на навчальній платформі Moodle	https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=7216

Передумови вивчення*
(місце освітнього компоненту в структурно-логічній схемі)

Дисципліна «Науковий семінар» є завершальним етапом підготовки здобувачів спеціальності «Маркетинг» у межах бакалаврської освітньої програми. Вона вивчається на 4-му році навчання у 8-му семестрі та спирається на знання, отримані здобувачами впродовж попередніх років навчання, зокрема під час опанування таких дисциплін: «Маркетинг», «Маркетингові дослідження» та інших.

Компетентності

ІК.Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
ЗК1.Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
ЗК3.Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК9.Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
ФК2.Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
ФК3.Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
ФК5.Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
ФК12.Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання

Р1.Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
Р2.Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
Р12.Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
Р17.Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ	
Лекцій – 22/6 год. Практичні – 20/6 год. Самостійна робота – 78/108 год.	
Методи та технології навчання	Освітній процес включає такі види навчальних робіт: лекційні заняття з використанням інтерактивних методів навчання; практичні заняття з аналізу реальних кейсів та виконання практичних завдань у середовищах маркетплейсів; самостійна робота здобувачів над індивідуальними та груповими проєктами; модульні та підсумковий контролі у формі тестування.
Засоби навчання	Мультимедіа, проекційна апаратура, інформаційно-комунікаційні системи, програмне забезпечення
ЛЕКЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ	
Тема	
Кількість годин, результати навчання, література	**Зміст тем**
Тема 1. Вступ до курсу. Основи наукових досліджень у маркетингу	
лекцій – 2/1 год. практ. – 1/1 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Наукові методи в маркетингу: сучасні підходи. Етичні аспекти проведення наукових досліджень.
Тема 2. Актуальні проблеми маркетингу у глобальному середовищі	
лекцій – 2/0,5 год. практ. – 1/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Тренди в маркетингу: виклики та можливості. Інновації у маркетингових стратегіях.
Тема 3. Вибір теми та формулювання наукової проблеми	
лекцій – 2/0,5 год. практ. – 2/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Критерії вибору теми дослідження. Постановка проблеми: цілі та завдання.
Тема 4. Методологія наукових досліджень у маркетингу	

лекцій – 2/0,5 год. практ. – 2/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Огляд кількісних і якісних методів. Вибір методів для дослідження.
Тема 5. Структура наукового дослідження	
лекцій – 2/0,5 год. практ. – 2/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Основні етапи дослідження. Створення плану роботи.
Тема 6. Написання наукових статей та тез	
лекцій – 2/0,5 год. практ. – 2/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Основні вимоги до оформлення. Типові помилки при написанні.
Тема 7. Аналіз даних у наукових дослідженнях	
лекцій – 2/0,5 год. практ. – 2/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Інструменти для обробки даних. Інтерпретація результатів.
Тема 8. Підготовка презентацій для наукових заходів	
лекцій – 2/0,5 год. практ. – 2/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Структура презентації. Візуалізація даних.
Тема 9. Публічні виступи та захист дослідження	
лекцій – 2/0,5 год. практ. – 2/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Риторика та ораторське мистецтво. Робота з аудиторією.
Тема 10. Рецензування та критика наукових робіт	
лекцій – 2/0,5 год. практ. – 2/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Як конструктивно оцінювати роботи інших. Підготовка до отримання рецензії.
Тема 11. Підсумки курсу. Перспективи наукових досліджень у маркетингу	
лекцій – 2/0,5 год. практ. – 1/0,5 год. РН 1,2,4,7,11,12,17 Література: [1-8]	Оцінка здобутих знань. Наступні кроки у науковій діяльності.

Форми та методи навчання

Вивчення ОК 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 здобувачів 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 ОК 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 здобувачів. Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага здобувачів концентрується на матеріалі, який не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордон-них навчальних закладів з роздаванням здобувачам 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 здобувачів 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 здобувача 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) здобувачам 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 здобувачі 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 и висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Ділові та рольові ігри – форма активізації здобувачів, 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 та критерії оцінювання

Для досягнення цілей та завдань курсу здобувачам 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.
Шкала оцінювання наведена на сторінці освітньої компоненти на навчальній платформі Moodle https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=7216
Додаткові бали здобувачам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту освітньої компоненти. Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти https://ep3.nuwm.edu.ua/25889/.
Модульний контроль проходитиме у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

Поєднання навчання та досліджень

Здобувачі 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.

Інформаційні ресурси

Рекомендована література

Основна

1. Вегеш, М. Основи наукових досліджень : методичний посібник для студентів спеціальності 052 "Політологія". Ужгород : [б. в.], 2021. 67 с.
2. Мальська, М., Паньків, Н. Основи наукових досліджень : навчальний посібник. Львів : Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 226 с.
3. Основи наукових досліджень : навчальний посібник / уклад. Н. П. Кравець. Вид. 3-є, випр. і доповн. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2020. 74 с.
4. Основи наукових досліджень [Електронний ресурс] : навч. посібник / Т. М. Брикова, О. Г. Терешкін. Електрон. дані. Харків : ХДУХТ, 2020. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана.
5. Сімакова, О. О., Никифоров, Р. П. Основи наукових досліджень та інтелектуальна власність : навч. посіб. Вид. 3-е, перероб. і допов. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 129 с.
6. Сінчук, О. М., Берідзе, Т. М., Барановська, М. Л. та ін. Основи наукових досліджень : навч. посіб. Кривий Ріг ; Київ, 2022. 198 с.
7. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. 15th ed. Harlow: Pearson, 2016. 832 p.
8. Parker G. G., Van Alstyne M. W., Choudary S. P. Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You. New York: W. W. Norton & Company, 2016. 352 p.

Додаткова література

1. Blanchard K. The New One Minute Manager. New York: HarperCollins, 2015. 112 p.
2. Clarke A. SEO 2021: Learn Search Engine Optimization with Smart Internet Marketing Strategies. 7th ed. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2020. 284 p.
3. Cutroni J. Google Analytics. 3rd ed. Sebastopol: O'Reilly Media, 2018. 428 p.
4. Dean B. Advanced SEO: Tactics and Strategies. New York: Backlinko, 2018. 320 p.
5. Farris P. W., Bendle N. T., Pfeifer P. E., Reibstein D. J. Marketing Metrics: The Manager's Guide to Measuring Marketing Performance. 4th ed. Hoboken: Pearson, 2020. 432 p.
6. Gitomer J. Customer Satisfaction is Worthless, Customer Loyalty is Priceless. Hoboken: Wiley, 2018. 208 p.
7. Goodman J. Customer Experience 3.0: High-Profit Strategies in the Age of Techno Service. New York: AMACOM, 2019. 320 p.
8. Hagiu A., Wright J. Multi-Sided Platforms // International Journal of Industrial Organization. 2015. Vol. 43. P. 162–174.
9. Hyken S. The Convenience Revolution: How to Deliver a Customer Service Experience that Disrupts the Competition and Creates Fierce Loyalty. New York: Greenleaf Book Group, 2018. 176 p.

10. Malchyk M., Popko O., Oplachko I., Adasiuk I., Martyniuk O. Brand Promotion Strategy in the Internet Services Market // *Scientific Horizons*. – 2022. – Vol. 24(7). – P. 100–108. URL: https://sciencehorizon.com.ua/uk/journals/tom-24-7-2021/strategichne-upravlinnya-brendom-na-rinku-internet-poslug(SCOPUS) (дата звернення: 15.091.2024).
11. Malchyk M., Popko O., Oplachko I., Martyniuk O., Tolchanova Z. The Impact of Digitalization on Modern Marketing Strategies and Business Practices (Transformation) // *Review of Economics and Finance*. – 2022. – Vol. 20. – P. 1042–1050. ISSN: 1923-7529, e-ISSN: 1923-8401. URL: https://refpress.org/ref-vol20-a116/(SCOPUS, Author ID: 57216743707) (дата звернення: 15.09.2024).
12. Mostova A., Budko O., Malchyk M., Tiesheva L., Kovalchuk N. Entrepreneurship Based on ESG Principles in the Digital Economy // *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*. – 2024. – Special issue № 14/01/XL. – P. 104–110. (Web of Science). URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140140/papers/A_18.pdf(дата звернення: 15.09.2024).
13. Safonov Y., Korotun O. History and Current Technological Trends in the Digital Economy of Ukraine // Global Academics International Journal of Advance Researches. – 2024. – № 1 (23). – P. 19–31. URL: https://www.i-journal.org/index.php?item=issue&id=23 (дата звернення: 15.09.2024).
14. Safonov Y., Korotun O. Modern Aspects of the Development of Digital Technologies // Global Academics International Journal of Advance Researches. – 2023. – № 4 (22). – P. 15–23. URL: https://www.i-journal.org/index.php?item=archive&id=22 (дата звернення: 15.09.2024).
15. Whinston A. B., Stahl D. O., Choi S. Y. The Economics of Electronic Commerce. Indianapolis: Macmillan, 2020. 412 p.
16. Коротун О.П., Збирит С.Є., Мартинюк А.Ю. Омніканальний маркетинг: створення цілісної взаємодії між брендом та споживачем // Економіка та суспільство. – 2024. – Вип. 63. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4089

Інформаційні ресурси

1. Кабінет Міністрів України. URL: http://www.kmu.gov.ua/
2. Законодавство України . URL: http://rada.gov.ua/
3. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/
4. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: http://www.nbuv.gov.ua/
5. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека (м.Рівне, пл.Короленка, 6). URL: http://libr.rv.ua/
6. Рівненська централізована бібліотечна система (Київська, 44, Рівне). URL: https://rivnecbs.com.ua/
7. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL: http://nuwm.edu.ua/MySql/page_lib.php
8. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУВГП. URL: http://ep3.nuwm.edu.ua

ПОЛІТИКИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

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

Складові освітньої компоненти сприяють формуванню універсальних, корисних для будь-якого виду діяльності (міжпрофесійних) навичок, які дозволяють швидко адаптуватися до нових умов, змінювати сферу зайнятості, вирішувати нестандартні завдання:
- допитливість, ініціативність – під час засвоєння теоретичного матеріалу лекційних занять і 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, 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 освітньої компоненти та висвітлення результатів під час навчальних занять, участі в конференціях і круглих столах та/або наукових публікаціях;
- самонавчання для професійного та особистісного зростання – як результат виконання самостійної роботи, у 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). Перескладання 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 (в т.ч. із 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 здобувача на повторне вивчення ОК чи повторне навчання на курсі.
Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин освітньої компоненти відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної ОК на платформі MOODLE за календарем.

Неформальна та інформальна освіта

Здобувачі мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним Положенням: http://surl.li/zcmsgz. Зокрема здобувачі 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 освітньої компоненти (освітньої програми) та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

Правила академічної доброчесності

Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення здобувача подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.
За списування під час виконання окремих завдань, здобувачу знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.
Документи з Академічної доброчесності викладені сайті університету http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj
Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями встановленими Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату в НУВГП: http://surl.li/lizrbh
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/strukturni-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. Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/.
Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної дисципліни.

Автори:

професор кафедри маркетингу,
доктор економічних наук, професор Мар'яна Мальчик

доцент кафедри маркетингу,
кандидат економічних наук Ольга Коротун

Автор
Доцент Ольга КОРОТУН

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи Валерій СОРОКА

документ підписаний КЕП
Номер документа СИЛ №666
Підписувач Сорока Валерій Степанович
Підписувач (дані КЕП):
Сертифікат 3FAA9288358EC003040000009B6C3700C8C2C100