

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

06-13-93S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

SYLLABUS

ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ		ENTRY TO SPECIALTY
Шифр за ОП	ФП 1	Code in Degree Programme
Освітній рівень: бакалаврський (перший)		Level of Education: Bachelor`s (first)
Галузь знань Управління та адміністрування	07	Field of Knowledge Management and Administration
Спеціальність Маркетинг	075	Field of Study Marketing
Освітня програма: Маркетинг		Degree Programme: Marketing

РІВНЕ – 2024

Силабус навчальної дисципліни «Вступ до спеціальності» для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг». Рівне. НУВГП. 2024. 14 стор.

ОП на сайті університету: <https://ep3.nuwm.edu.ua/32067/>

Розробник силабусу: *Мальчик Мар'яна Василівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу; Мельник С.Р., старший викладач кафедри маркетингу.*

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

Завідувач кафедри: *Мальчик Мар'яна Василівна, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу*

Керівник (гарант) ОП: *Толчанова Зоя Олексіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу*

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

Голова науково-методичної ради з якості ННІ: *Ковшун Наталія Едуардівна, доктор економічних наук, професор*

© Мальчик М.В.,
Мельник С.Р., 2024
© НУВГП, 2024

**ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ»
ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ**

Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Освітня програма	Маркетинг
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Рік навчання, семестр	Денна форма: 1-ий рік, 1-ий семестр Заочна форма: 1-ий рік, 2-ий семестр
Кількість кредитів	4
Лекції:	Денна форма: 22 години Заочна форма: 6 годин
Практичні заняття:	Денна форма: 20 годин Заочна форма: 6 годин
Самостійна робота:	Денна форма: 78 годин Заочна форма: 108 годин
Курсова робота:	Ні
Форма навчання	Денна, заочна
Форма підсумкового контролю	Залік
Мова викладання	Українська

ІНФОРМАЦІЯ ПРО РОЗРОБНИКІВ

Лектор



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

Вікіситет

<http://surl.li/mnwfjy>

ORCID

<https://orcid.org/0000-0002-0917-191X>

Канали комунікації

m.malchyk@nuwm.edu.ua

*Актуальні оголошення на сторінці
дисципліни в системі MOODLE.*

*Мельник Світлана Русланівна
старший викладач кафедри маркетингу*



Вікіситет

<https://surl.li/qjimity>

ORCID

<https://orcid.org/0009-0000-2479-937X>

Канали комунікації

s.r.melnyk@nuwm.edu.ua

*Актуальні оголошення на сторінці
дисципліни в системі MOODLE.*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

Мета та завдання

Метою викладання дисципліни є формування теоретичних знань і набуття практичних навичок здобувачами вищої освіти ОР Бакалаврами щодо розуміння та роботи з основними концепціями, принципами та функціями маркетингу, способами аналізу ринку, споживчих потреб, формулювати маркетингові стратегії та оцінювати їх ефективність.

Завдання навчальної дисципліни «Вступ до спеціальності» – вивчення теоретичних понять категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

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.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

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.

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

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Структура та зміст освітнього компонента

Лекцій – 22 год. (заочна 6 год.), Практ. - 20 год. (заочна 6 год.),

Самостійна робота – 78 год. (заочна 108 год.).

Методи та технології навчання

Презентації, лекції, рольові та ділові ігри, проекти, тренінги та майстер-класи, проблемно-пошуковий метод, навчальна дискусія/дебати, мозковий штурм, кейс-стаді/аналіз ситуації, семінари (індивідуальна та групова форма роботи).

Засоби навчання

Мультимедійний проектор, інформаційно-комунікаційні системи, інформація про стан організацій (кейси), роздаткові друковані матеріали та Інтернет-джерела, Moodle, Google Meet, презентації.

ЛЕКЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ

Тема

**Кількість годин,
результати
навчання,
література**

**Опис
дисципліни**

ТЕМА 1. Академічна доброчесність у навчальному процесі здобувачів вищої освіти ОР Бакалавр спеціальності 075

«Маркетинг»

Лекцій – 2/1 год
Практ. – 2/1 год
Сам. роб. - 7/8 год
ПРН 12, 16
Література: [26; 27; 28]

Вимоги до професійних знань, умінь і навичок спеціалістів з маркетингу. Об'єкти та види професійної діяльності маркетолога. Правові аспекти академічної доброчесності. Прояви академічної недоброчесності.

ТЕМА 2. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Лекцій – 2/0 год
Практ. – 2/0 год
Сам. роб. - 8/10 год
ПРН 1, 4, 12
Література: [2; 4; 5; 7; 9; 13]

Історія розвитку маркетингу та його визначення, цілі та види. Основні поняття та елементи маркетингу (потреба, бажання, попит, обмін, ринок). Концепції та види маркетингу (виробнича, товарна, збутова, маркетингова, соціально-етична).

ТЕМА 3. Маркетинговий менеджмент

Лекцій – 2/0 год
Практ. – 2/0 год
Сам. роб. - 7/10 год
ПРН 1, 4, 12
Література: [4; 5; 6; 7; 8; 11]

Функції маркетингу. Внутрішнє та зовнішнє середовище маркетингу. Макро- та мікросередовище: споживачі, конкуренти, постачальники, соціально-економічні фактори. Структура апарату маркетингової служби. Загальна концепція управління маркетингом.

ТЕМА 4. Маркетингова інформаційна система

Лекцій – 2/0 год
Практ. – 1/0 год
Сам. роб. - 7/10 год
ПРН 1, 4, 12, 14
Література: [4; 5; 8; 13]

Класифікація маркетингової інформації. Фактори, що впливають на споживачів. Класифікація потреб. Маркетингові дослідження. Тенденції росту ринку товарів і послуг підприємства.

ТЕМА 5. Вивчення потреб і поведінки споживачів й вибір цільових сегментів ринку

Лекцій – 2/1 год
Практ. – 2/1 год
Сам. роб. - 7/10 год
ПРН 1, 12, 14, 16
Література: [1; 2; 5; 7; 11; 12; 16; 17]

Сутність сегментації ринку, принципи та методи вибору цільових сегментів. Класифікація потреб суб'єктів ринку. Фактори, що впливають на потреби споживачів.

ТЕМА 6. Товарна політика в системі маркетингу

Лекцій – 2/1 год
Практ. – 2/1 год
Сам. роб. - 7/10 год
ПРН 1, 4, 16
Література: [3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 16; 18]

Цілі та суть товарної політики. Процес розробки нових товарів. Життєвий цикл товару. Конкурентоспроможність товарів. Позиціонування на ринку. Асортимент і товарна номенклатура.

ТЕМА 7. Цінова політика в системі маркетингу

Лекцій – 2/1 год
Практ. – 2/1 год
Сам. роб. - 7/10 год
ПРН 1, 4, 16
Література: [3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 13; 19]

Основи ціноутворення: витрати, попит, конкуренція. Цілі ціноутворення. Види цінових стратегій. Еластичність попиту та ціни.

ТЕМА 8. Політика розповсюдження в системі маркетингу

Лекцій – 2/1 год
Практ. – 2/1 год
Сам. роб. - 7/10 год
ПРН 1, 4, 16
Література: [3; 4; 5; 6; 7;
8; 9; 13]

Характеристика і функції каналів розповсюдження. Методи розповсюдження товарів і послуг. Види та особливості посередників. Канали розподілу: прямі та опосередковані. Функції посередників. Логістика та її значення в маркетингу.

ТЕМА 9. Комунікаційна політика в системі маркетингу

Лекцій – 2/1 год
Практ. – 2/1 год
Сам. роб. - 7/10 год
ПРН 1, 4, 16
Література: [3; 4; 5; 6; 7;
8; 10; 12; 15; 20; 21; 22]

Цілі системи маркетингових комунікацій. Види комунікаційних заходів. Стимулювання збуту. Маркетингові комунікації: реклама, стимулювання збуту, персональний продаж, PR. Основи створення ефективної рекламної кампанії.

ТЕМА 10. Стратегії маркетингу підприємства

Лекцій – 2/0 год
Практ. – 2/0 год
Сам. роб. - 7/10 год
ПРН 1, 4, 14, 16
Література: [3; 4; 5; 6; 7;
8; 9; 10; 13; 14]

Сутність стратегій маркетингу. Аналіз стану підприємства на ринку. Маркетингові стратегії конкурентоспроможності підприємства. Процес стратегічного планування. Моделі прийняття стратегічних рішень. Види маркетингових стратегій.

ТЕМА 11. Організація і контроль маркетингової діяльності

Лекцій – 2/0 год
Практ. – 1/0 год
Сам. роб. - 7/10 год
ПРН 1, 4, 14, 16
Література: [3; 4; 5; 6; 7; 8]

Організація служби маркетингу на підприємстві. Характеристики організаційних структур. Контроль виконання маркетингових планів.

Форми та методи навчання

Форми навчання: лекційні та практичні заняття, самостійна робота, консультації, контрольні заходи.

Методи навчання: проблемні лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, ділові ігри, екскурсійні заняття.

Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

Навчальна платформа Moodle, мультимедіа-, проекційна апаратура (проектори, екрани, смартдошки тощо), комп'ютери, інтернет мережі.

Порядок оцінювання програмних результатів навчання/результатів навчання

Для досягнення цілей та завдань курсу здобувачам вищої освіти ОР Бакалаврам потрібно засвоїти теоретичний матеріал та здати модульні контролю 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 контролю (20+20).

- Всього 100 балів.

Додаткові бали здобувачам вищої освіти ОР Бакалаврам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни. 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.

Рекомендована література (основна, допоміжна)

Основна

1. Jobber D., Ellis-Chadwick F. Principles and Practice of Marketing. McGraw-Hill, 2023. 800 p.
2. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley. John Wiley & Sons, LTD, 2021. 224 p.
3. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури КНУ ім. Т. Шевченка, 2020. 612 с.
4. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю., Окрепкий Р., Дудар В., Хрупович С., Борисяк О. Маркетинг : навч. посіб. / за ред. Н. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
5. Мальчик М.В, Гонтаренко Н.А., Попко О.В., Толчанова З.О., Король Б.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І. Маркетинг : навч. посібник / за заг. ред. д.е.н., проф., Мальчик М.В. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.
6. Маркетинг: бакалаврський курс : підручник / за заг. ред. С.М. Ілляшенка. Київ : Центр учбової літератури КНУ ім. Т. Шевченка, 2023. 1134 с.
7. Рябова Т.А., Москаленко В.А., Лисенко І.В., Полковниченко С.О., Ільчук В.П., Вербицька А.В., Бабаченко Л.В., Рябов І.Б. Маркетинг : навч. посіб. для підготовки до атестаційного іспиту здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / за ред. А. В. Вербицької, С. О. Полковниченко. Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024. 276 с.
8. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

Допоміжна

9. Kotler P., Armstrong G., Balasubramanian S. Principles of Marketing. Longman (Pearson Education), 2023. 768 p.
10. Malchyk M., Popko O., Oplachko I., Adasiuk I., Martyniuk O. Brand Promotion Strategy in the Internet Services Market. Scientific Horizons. 2022. 24(7). P. 100-108. URL: <https://surl.li/sox1ma> (Scopus).

11. Malchyk M. Reflexing tools of managing consumer choice in the marketing system of industrial enterprises / M. Malchyk, O. Popko, I. Oplachko // Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), 1-2 April 2020, Seville, Spain (Scopus, Web of Science). URL: <https://surl.li/kyyfkn>.
12. Ogilvy D. Ogilvy on Advertising. Headline Publishing Group, 2023. 288 p.
13. Pickton D., Phillips N., Masterson R. Marketing: An Introduction. SAGE Publications Ltd, 2021. 560 p.
14. The Impact of Digitalization on Modern Marketing Strategies and Business Practices (Transformation) Mariana Malchyk*, Olena Popko, Iryna Oplachko, Oksana Martyniuk and Zoia Tolchanova /Review of Economics and Finance, 2022, 20, 1042-1050. URL: <https://surl.li/fpatjp> (Scopus).
15. Мальчик М. В. Реклама в інтернеті: теоретичний аналіз і особливості / І. П. Адасюк, М. В. Мальчик // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». 2021. 1(7). С. 75-85. URL: <https://surl.li/aefpjo>.
16. Мальчик М.В., Хібеба Б.М. Маркетингові складові успішного створення регіонального косметологічного бренду // Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції молодих науковців, аспірантів і здобувачів вищої освіти, м. Рівне, 11–12 травня 2023 року. Рівне : НУВГП, 2023. 763 с. С. 444-447. URL: <https://surl.li/ehaaba>.
17. Мальчик М.В., Шевчук П.І. Маркетингові інструменти з во у співпраці з отг: нові тренди та перспективи // Via Economica. Випуск 5, 2024. С.72-77. (Кат Б)
18. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 248 с.
19. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 284 с.
20. Оплачко І. О., Хомич В. М. Особливості стратегій позиціонування підприємства на ринку. Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Рівне, 9-10 трав. 2024 р. С. 238-240.
21. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації : підручник. 2-ге вид. Київ : Студцентр ННІЖ КНУ ім. Т. Шевченка, 2024. 384 с.
22. Хомич В. М., Оплачко І. О. Особливості просування закладу у сфері позашкільної освіти на ринку освітніх послуг. Студентський вісник Національного університету водного господарства та природокористування. 2024. № 1(21). С. 97-100.

Інформаційні ресурси в Інтернет

23. Безкоштовні курси з основ цифрового маркетингу, SEO, реклами та веб-аналітики. Google Digital Garage : веб-сайт. URL: <https://grow.google/intl/uk/>.
24. ГО «Українська асоціація маркетингу» : веб-сайт. URL: <https://uam.in.ua/>.
25. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
26. Інформаційні матеріали про академічну доброчесність у Національному університеті водного господарства та природокористування : веб-сайт. URL: <https://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>.
27. Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування : веб-сайт. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>.
28. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУВГП : веб-сайт. URL : <https://ep3.nuwm.edu.ua/>.
29. Кабінет Міністрів України : веб-сайт. URL : <https://www.kmu.gov.ua/>.
30. Курси від провідних університетів світу. Coursera : веб-сайт. URL: <https://www.coursera.org/>.
31. Курси та сертифікація з основ маркетингу, inbound-маркетингу та цифрових стратегій. HubSpot Academy : веб-сайт. URL: <https://academy.hubspot.com/>.
32. Міністерство економіки України : веб-сайт. URL: <https://me.gov.ua/?lang=uk-UA>.
33. Міністерство у справах ветеранів України. : веб-сайт. URL: <https://mva.gov.ua/>.
34. Національна бібліотека імені В. І. Вернадського : веб-сайт. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>.
35. Положення про академічну доброчесність у Національному університеті водного господарства та природокористування : веб-сайт. URL: <https://surl.li/viqjrh>.
36. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека : веб-сайт. URL: www.lib.rv.ua/.
37. Розділ про маркетингові стратегії, аналітику та тренди. Harvard Business Review – Marketing Insights : веб-сайт. URL: <https://hbr.org/>.

Журнали та дослідницькі матеріали

38. Journal of Marketing : веб-сайт. URL: <https://www.ama.org/>.
39. Marketing Week : веб-сайт. URL: <https://www.marketingweek.com/>.
40. McKinsey&Company : веб-сайт. URL: <https://www.mckinsey.com/>.
41. Ogilvy : веб-сайт. URL: <https://www.ogilvy.com/>.

Поєднання навчання та досліджень

Здобувачі вищої освіти ОР Бакалаври 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)

Комунікативні навички, критичне мислення, креативність, емпатія, робота в команді, управління часом, адаптивність, цілеспрямованість та ініціативність, стресостійкість, цифрова грамотність.

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», <https://ep3.nuwm.edu.ua/30369/>. Згідно цього документу і реалізується право здобувача вищої освіти ОР Бакалавра на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Перездача модульних контролів здійснюється згідно з правилами, оприлюдненими на сторінці Навчально-наукового центру незалежного оцінювання за посиланням: <https://surl.li/getsqm>.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин навчальної дисципліни відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної дисципліни на платформі MOODLE за календарем: <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=1577>.

Неформальна та інформальна освіта

Студенти мають право на перезарахування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного положення <https://surl.li/codbph>.

Студенти можуть самостійно на платформах Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та ін. опанувати матеріал для перезарахування результатів навчання. При цьому знання та навички, сформовані під час проходження певного курсу чи його частин, мають мати зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни. Онлайн-курси, результати яких можуть бути зараховані як частина кредитів освітньої компоненти (курси (із сертифікатом) на платформах Prometheus, Coursera):

- 1) <https://surl.li/rczxiw>
- 2) <https://surl.li/gjxocp>
- 3) <https://surl.li/ckrfur>
- 4) <https://surl.li/mdtjjh>
- 5) <https://surl.li/tmnilo>
- 6) <https://surl.li/rldptg>
- 7) <https://surl.li/ylryxi>
- 8) <https://surl.li/quqtoc>
- 9) <https://surl.li/cmfbgm>
- 10) <https://surl.li/uwngbm>

Правила академічної доброчесності

Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення здобувача вищої освіти ОР Бакалавра подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, здобувачу вищої освіти ОР Бакалавру знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Онлайн курс «Академічна доброчесність» викладений за посиланням: <https://surl.li/ghfhdf> та на сайті університету <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>.

Здобувач вищої освіти ОР Бакалавр 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: <https://surl.li/krohck>.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями.

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://surl.li/nyoqme>

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 здобувачами вищої освіти ОР Бакалаврами 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.

*Лектор: Мальчик Мар'яна Василівна, доктор економічних наук,
професор, професор кафедри маркетингу*

Автор
Завідувач кафедри маркетингу

Мар'яна МАЛЬЧИК

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної та
навчальної роботи

Валерій СОРОКА



документ підписаний КЕП
Номер документа СИЛ №650
Підписувач Сорока Валерій Степанович
Підписувач (дані КЕП):
Сертифікат 3FAA9288358EC003040000009B6C3700C8C2C100