



**ДЗВО «УНІВЕРСИТЕТ  
МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТИ»**

*Навчально-науковий інститут  
менеджменту та психології*

*Кафедра публічного управління і  
проектного менеджменту*

## **СИЛАБУС**

навчальної дисципліни

### **Маркетинг проектно-орієнтованих організацій**

<b>Загальна інформація</b>	<b>Пояснення</b>
Ступінь вищої освіти*	другий (магістерський), третій (освітньо-науковий)
Освітня програма*	без обмежень
Спеціальність*	без обмежень
Рік навчання, семестр *	відповідно до навчальних планів
Кількість кредитів*	3
Форма навчання*	Денна, заочна
Форма підсумкового контролю*	залік
Мова викладання*	українська
<b>Інформація про викладача</b>	
Лектор 1	 <p><b>Ковтун Оксана Анатоліївна</b> кандидат наук з державного управління, доцент, професор кафедри</p>
Профайл лектора	<p><b>Профіль лектора 1 на сайті УМО:</b>  <a href="http://umo.edu.ua/institutes/imp/struktura-institutu/kaf-upravl-proekt/sklad/kovtun-oksana-anatolijivna">http://umo.edu.ua/institutes/imp/struktura-institutu/kaf-upravl-proekt/sklad/kovtun-oksana-anatolijivna</a>  <b>ORCID iD</b>  <a href="https://orcid.org/0000-0002-0159-730X">https://orcid.org/0000-0002-0159-730X</a>  <b>Профіль вченого у Google Scholar</b>  <a href="https://scholar.google.com.ua/citations?user=s6z9be4AAAAJ&amp;hl=uk&amp;au">https://scholar.google.com.ua/citations?user=s6z9be4AAAAJ&amp;hl=uk&amp;au</a></p>

	<p><a href="#">thuser=1</a>  <b>Профіль вченого у ResearcherID</b>  <a href="https://publons.com/researcher/3313129/kovtun-oksana/">https://publons.com/researcher/3313129/kovtun-oksana/</a></p>
Канали комунікації*	<p><b>Сторінка кафедри на сайті Університету:</b>  <a href="http://umo.edu.ua/institutes/imp/struktura-institutu/kaf-upravl-proekt/o-kafedre">http://umo.edu.ua/institutes/imp/struktura-institutu/kaf-upravl-proekt/o-kafedre</a>  <b>Новини та оголошення:</b>  <a href="http://umo.edu.ua/institutes/imp/ogholoshennja">http://umo.edu.ua/institutes/imp/ogholoshennja</a>  <b>Особиста електронна пошта викладача:</b> kovtun.oa71@uem.edu.ua</p>
<b>Про дисципліну</b>	
Анотація курсу: в т.ч. мета та цілі курсу*	<p><b>Мета</b> – формування в здобувачів вищої освіти - майбутніх менеджерів і управлінців знань і практичних навичок з формування та реалізації маркетингових заходів та ефективного застосування сучасних інструментів маркетингу в проєктах в цифровому суспільстві.</p> <p><b>Основні завдання:</b> формування сучасних теоретичних та практичних знань, умінь та набуття здобувачами вищої освіти практичних навичок з маркетингу в проєктах; оволодіння понятійно-категоріальним апаратом науки маркетингу; дати уявлення про маркетинг як про сучасну систему управління проєктами, процесами, ресурсами; набуття практичних навичок здійснення управлінської роботи в сфері маркетингу проєктів та створення дієвої і ефективної маркетингової системи на підприємстві (в організації, установі); формування навичок самостійної роботи з літературою та джерелами в мережі Інтернет; розвиток логічного та аналітичного мислення; вироблення вміння застосовувати у професійній діяльності основні методи, принципи та інструменти цифрового маркетингу.</p>
Компетентності та результати навчання* Перелік соціальних, м'яких навичок (soft skills)	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні</p> <p><b>знати:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основні концепції та моделі стратегічного маркетингу;</li> <li>– методи, принципи, завдання, інструменти маркетингу;</li> <li>– еволюцію інструментів маркетингу;</li> <li>– принципи і методи побудови ефективної системи маркетингу в проєктах;</li> <li>– основні підходи організації роботи спеціаліста з маркетингу в проєктах;</li> <li>– основи стратегічного та оперативного планування;</li> </ul> <p><b>уміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формувати завдання з визначенням конкретних маркетингових цілей в проєктах;</li> <li>– організовувати спільну маркетингову діяльність членів команди проєкту;</li> <li>– здійснювати розробку і реалізацію маркетингових заходів, які націлені на ефективне просування проєкту, продукту (послуги);</li> <li>– поєднувати стратегію і тактику управління маркетингом в проєктах;</li> <li>– розробляти систему маркетингу в проєкті;</li> <li>– здійснювати стратегічне та оперативне планування маркетингу в проєктах;</li> <li>– оцінювати ефективність маркетингових інструментів та системи маркетингу в цілому;</li> <li>– приймати обґрунтовані рішення в складних, непередбачуваних та</li> </ul>

	кризових умовах, діяти соціально відповідально та свідомо.		
Структура курсу*	Тема 1. Стратегічні моделі маркетингу. Тема 2. Еволюція маркетингових інструментів. Тема 3. Поняття цифрового маркетингу. Тема 4. Канали цифрового маркетингу. Тема 5. Планування і організація маркетингового проєкту. Тема 6. Планування контенту.		
Години (лекц./ сем.)	Тема	Результати навчання за дисципліною	Завдання
Денна 4/2 Заочна 2/-	Тема 1. Стратегічні моделі маркетингу	<b>Знати:</b> Основні теорії, концепції та моделі стратегічного маркетингу. Трансформація класичної моделі від 4Р до 7Р (комплекс маркетингу). Модель п'яти сил М. Портера (конкурентна ринкова позиція). Модель сприйняття бренду (карта сприйняття бренду). Модель довічної цінності клієнта (customer lifetime value). Вартість залучення клієнта (cost per acquisition). Ціна за клік, ціна за лід. Модель цільової аудиторії (сегментація, таргетинг, позицювання)..	<b>Вивчити самостійно:</b> Види сегментації (за географічною, демографічною, поведінковою, психографічною ознаками). Узагальнений портрет споживача. Матриця Бостонської консалтингової групи. Просування. Типи реклами.
Денна 2/2 Заочна 2/-	Тема 2. Еволюція маркетингових інструментів	<b>Знати:</b> Формування основ маркетингової теорії (маркетинг-мікс, життєвий цикл товару, імідж бренду, сегментація ринку, концепція маркетингу, маркетинговий аудит). Маркетинг в умовах турбулентного середовища (концепція 4Р, маркетинг життєвого стилю, розширена концепція маркетингу). «Летючий» маркетинг (таргетування, позиціонування, стратегічний маркетинг, маркетинг послуг, соціальний маркетинг, маркетинг суспільства, макромаркетинг). Управління в умовах невизначеності (маркетингове протистояння, е-позиціонування,	<b>Вивчити самостійно:</b> Економічна доцільність маркетингу (ROI-маркетинг, маркетинг брендів, маркетинг впливу на споживача, соціально відповідальний маркетинг, емпіричний маркетинг, соціальний медіа маркетинг (SMM), трибалізм (спільнота брендів), маркетинг автентичності, маркетинг спільних розробок). Цифровий маркетинг (комунікаційна турбулентність, цифрові трансформації, цифрова персоналізація, індивідуальні взаємини бренду і споживача, конкурентна диференціація).

		глобальний і локальний маркетинг, медіа маркетинг, директ-маркетинг, маркетинг взаємин зі споживачами (CRM), внутрішній маркетинг). Персоналізований маркетинг (емоційний маркетинг, досвід споживання, спонсорський маркетинг, етика маркетингу, інтернет маркетинг і електронна комерція).	
Денна 2/2 Заочна 2/-	Тема 3. Поняття цифрового маркетингу	<b>Знати:</b> Інтернет та цифровий маркетинг: відмінності. 6D концепція цифрового маркетингу: digital customer (цифровий портрет споживача), digital competition (аналіз конкурентів інструментами цифрового маркетингу), digital communication (просування через інтернет сайти, соціальні мережі, мобільні додатки, інші месенджери),	<b>Вивчити самостійно:</b> 6D концепція цифрового маркетингу: digital product (розробка кастомізованого продукту за допомогою цифрових технологій), digital pricing (ціноутворення та оплата через інтернет-сервіси), digital distribution (електронна комерція).
Денна 2/4 Заочна -/2	Тема 4. Канали цифрового маркетингу	<b>Знати:</b> Пошукова оптимізація – SEO (Search Engine Optimization). Соціальні мережі – SMM (Social Media Marketing). Електронна пошта (Email Marketing). Реклама на сайтах (CPC, CPA). Реклама в мобільних додатках. Робота з репутацією – ORM (Online Reputation Management): сайти оголошень, форуми, сайти питань і відповідей. Digital PR – іміджеві публікації на сторонніх ресурсах і блогах.	<b>Вивчити самостійно:</b> Цифрові гаджети та додаткові канали: Smart TV, цифрові носії:(диски, чіпи), гаджети (smart-годинник, окуляри тощо), мережі (Wi-Fi, Bluetooth, Mesh-мережі), інтерактивні екрани (в магазинах, зовнішня реклама), QR-codes. Augment Reality, Virtual Reality (доповнена і віртуальна реальність).
Денна 4/2 Заочна 2/-	Тема 5. Планування і організація маркетингового проєкту	<b>Знати:</b> Основи організації роботи маркетологів в проєктах. Застосування Microsoft Project та Microsoft Office Outlook в маркетинговій діяльності підприємства (організації, установі, проєкті). Програмне	<b>Вивчити самостійно:</b> Застосування Microsoft Power Point, Prezi в маркетинговій діяльності. Принципи побудови презентацій. Маркетинговий план, його складові. Розрахунок

		забезпечення для підготовки та проведення презентацій в маркетинговій діяльності.	ефективності реалізації маркетингових заходів
Денна 2/2 Заочна -/2	Тема 6. Планування контенту.	<b>Знати:</b> Контент маркетинг: характеристика та сфера застосування. Модель контент маркетингу. Форми контенту. Періодичність публікацій. Тональність бренду.	<b>Вивчити самостійно:</b> Візуальна ідентичність контенту для брендів. Планування контенту
Місце дисципліни в освітній траєкторії здобувача вищої освіти	Дисципліна інтегрує відповідно до свого предмету знання з іншими галузями знань: управлінських, соціологічних, психологічних, економічних наук тощо.		
<b>Розширена інформація</b>			
Методи, технології навчання та викладання	<p><b>Дисципліна передбачає навчання із застосуванням наступних методів:</b></p> <p>Під час лекційного курсу застосовуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- мультимедійна презентація;</li> <li>- слайдова презентація;</li> <li>- дискусійне обговорення проблемних питань.</li> </ul> <p>На практичних заняттях застосовуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ситуаційні завдання;</li> <li>- рішення практичних задач;</li> <li>- кооперативне навчання (робота за методом малих груп);</li> <li>- кейсовий метод.</li> </ul> <p><b>Лекції</b> забезпечують здобувачів вищої освіти науково-практичними матеріалами з основ, теорії і практики маркетингу, із загальних питань організаційного, економічного та інших механізмів управління системою маркетингу в проектах, ефективного застосування сучасних інструментів маркетингу, презентації результатів та професійної самопрезентації, що є основою для самостійного навчання здобувачів вищої освіти.</p> <p><b>На практичних заняттях</b> формуються навички критичного мислення, здатність логічно, аргументовано висловлювати власні погляди з певного питання, здійснюється активізація пізнавальної діяльності здобувачів за рахунок асоціації їх власного досвіду з предметом навчання, чому сприяють індивідуальні завдання та кейси, виконання яких надає здобувачам вищої освіти можливість застосовувати теоретичні знання на практиці, набуття практичних навичок здійснення управлінської діяльності та створення дієвої і ефективної системи маркетингу проекту.</p> <p><b>Самостійне навчання</b> реалізується також у підготовці до практичних занять, у виконанні індивідуальних завдань, кейсів, у роботі з підготовки мультимедійних презентацій, що будуть проаналізовані, обговорені та оцінені в академічних групах.</p> <p>Під час підготовки до занять здобувачі вищої освіти розвиватимуть навички самостійного навчання, критичного аналізу наукової літератури та матеріалів інформаційних ресурсів, синтезу та аналітичного мислення.</p>		
Засоби навчання	Мультимедійна апаратура, екран, бібліотечні фонди, проектор, фліпчарт, онлайн дошки, застосунки для опитування, візуалізації, рефлексії		

Інформаційні ресурси*	<p style="text-align: center;"><b>Основна література:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виноградова О.В. Сучасні види маркетингу: навч. посібник. Київ: ДУТ, 2019. 265 с.</li> <li>2. Івент-менеджмент: навчальний посібник / Т. Л. Повалій, Н. Д. Світайло. Суми : Сумський державний університет, 2021. 198 с.</li> <li>3. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-БУКС, 2018. 208 с.</li> <li>4. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 332 с.</li> <li>5. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.</li> <li>6. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н.Є. Летуновська, Л.М. Хоменко, О.В. Люльов та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с. URL : <a href="https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/83910/3/Letunovska_marketynh.pdf;jsessionid=876B2B82B964A295E255B682ADEF31E2">https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/83910/3/Letunovska_marketynh.pdf;jsessionid=876B2B82B964A295E255B682ADEF31E2</a></li> <li>7. Окландер М.А., Литовченко І.Л., Ботушан М.І. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки : монографія. К.: Знання, 2011. 232 с.</li> <li>8. Окландер М.А., Окландер Т.О., Яшкіна О.І. [та ін.]. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія; за ред. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.</li> <li>9. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67. URL: <a href="https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-koncepciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi">https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-koncepciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi</a></li> <li>10. Проектний менеджмент у публічному управлінні: підручник. Кол. авт.; за наук. ред. Ю. П. Шарова. Київ. 2017. 344 с.</li> <li>11. Технологія управління соціальними проектами: монографія; за заг. ред. Т.М. Безверхнюк. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2014. 292 с.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Додаткова література:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Гриценко С.І. Цифровий маркетинг – нова парадигма розвитку освітніх кластерів в умовах глобалізації. <i>Вісник економічної науки України</i>. 2016. № 1 (30). С. 29–31.</li> <li>2. Гліненко Л.К., Дайновський Ю.А. Цифрові маркетингові комунікації в Україні в аспекті готовності споживачів. <i>Маркетинг і цифрові технології</i>. 2022. Вип. 6. №1. С. 6-20. URL: <a href="https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/164">https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/164</a></li> <li>3. Індустрія 4.0 – що це таке та навіщо це Україні. <i>Сайт асоціації підприємств промислової автоматизації України</i>. URL: <a href="https://appau.org.ua/publications/industriya-4-0-shho-tse-take-ta-navishho-tse-ukrayini/">https://appau.org.ua/publications/industriya-4-0-shho-tse-take-ta-navishho-tse-ukrayini/</a></li> <li>4. Окландер М.А., Романенко О.О. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу. <i>Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»</i>. 2015. № 12. С. 362–371.</li> <li>5. Оцінка обсягу ринку маркетингових сервісів. Корекція прогнозу на 2023 за результатами півріччя. <i>Сайт Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив</i>. URL: <a href="https://mami.org.ua/uk/news/mami-news/Ocinka-obsjagu-rinku-marketingovih-servisiv-Korekcija-prognozu-na-223-za-rezultatami-pivrichchja">https://mami.org.ua/uk/news/mami-news/Ocinka-obsjagu-rinku-marketingovih-servisiv-Korekcija-prognozu-na-223-za-rezultatami-pivrichchja</a></li> <li>6. Тренди діджитал-маркетингу на 2023 рік. URL: <a href="https://info.nic.ua/uk/blog-uk/digital-marketing-2/">https://info.nic.ua/uk/blog-uk/digital-marketing-2/</a></li> <li>7. Романенко Л. Цифровий маркетинг: сутність та тенденції розвитку. <i>Scientific Notes of Lviv University of Business and Law</i>. 2019. №23. С. 80-84. URL: <a href="https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/201">https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/201</a></li> </ol>
-----------------------	--

8. Рубан В.В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Випуск 2-2 (08). С. 20–25.

9. Савицька Н.Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C. *Маркетинг і цифрові технології*. 2017. № 1. С. 20–33.

10. Україна 2030Е — країна з розвинутою цифровою економікою. *Український інститут майбутнього*. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyuu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>

11. Хрупович С. Є., Окрепуї Р.Б, Дудар В.Т. Використання штучного інтелекту для моделювання портрету споживача в цифровому маркетингу. *Галицький економічний вісник*. Т. : ТНТУ, 2022. Том 74. № 1. С. 163–170.

12. Шевченко Н.В Давиденко М.В. Особливості реалізації маркетингових проектів у системі проектного менеджменту. *Збірник наук. праць Черкаського держ. техн. універ.* Серія: Економічні науки. 2017. №47. С.41-47.

13. Шрейдер А.О., Писаренко Н.Л. Кластерні інструменти аналізу в процесі вибору цільових ринків. *Актуальні проблеми економіки і управління*. 2020. Вип. 42. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/205392>

14. Яцюк Д. В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 7. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/7\\_2015/16.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/7_2015/16.pdf)

#### Інформаційні ресурси:

Офіційна Інтернет-сторінка Верховної Ради України <https://zakon.rada.gov.ua/>

Офіційна Інтернет-сторінка Кабінету Міністрів України // <http://www.kmu.gov.ua>

Офіційна Інтернет-сторінка Міністерства економіки України // <http://www.me.gov.ua>

Офіційна Інтернет-сторінка Державного комітету статистики України // <http://www.ukrstat.gov.ua>

Офіційний сайт Інтернет асоціації України // <https://inau.ua/>

Українська асоціація маркетингу // <http://uam.in.ua/ukr/>

Спеціалізоване агентство контент-маркетингу. Content Marketing // <http://contentmarketing.com.ua/tsifroviy-marketing-10-golovnihproblem>

Американська асоціація маркетингу. American Marketing Association // <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>

#### Аналітичні ресурси:

Аналітичні інструменти компанії Google - Google analytics, Google ads, Google search console; Support.google.com – довідка про всі можливості системи

Аналітичні інструменти соціальної мережі Facebook - Facebook advertising manager

Аналітика сайтів конкурентів - Similarweb.com, Youscan.com, Serpstat.com, SpyFu.com, Alexa.com

Аналітика соціальних сторінок конкурентів - SocialBackers.com, SocialBlade.com, Popster.com

Аналітика ринків- Trends.google.com, marketfinder.thinkwithgoogle.com

Бенчмарк ключових метрик - Worldstat.com, Adstage.io

Планування медійних кампаній - AdMixer.ua, creatives.admixer.com, Criteo.com

Планувальник ключових слів - Keyword Keg.com, Answerthepublic.com

Верифікація ключових слів - Trends.google.com, marketfinder.thinkwithgoogle.com

Аналітика та створення (редагування) відео на YouTube - Studio.youtube.com, vidIQ.com, TubeBuddy.com

Відкрита демо-версія аналітики -

	<p><a href="https://analytics.google.com/analytics/web/demoAccount">https://analytics.google.com/analytics/web/demoAccount</a>  Тестові системи сайтів - <a href="http://thinkwithgoogle.com/feature/testmysite/">thinkwithgoogle.com/feature/testmysite/</a>,  <a href="http://SemRush.com">SemRush.com</a>  Створення креативу для сайту, соціальних мереж - <a href="http://Crello.com">Crello.com</a>  Шаблони для створення сайтів - <a href="http://Tilda.cc">Tilda.cc</a>, <a href="http://Wix.com">Wix.com</a>, <a href="http://Wordpress.com">Wordpress.com</a>  Онлайн опитування - <a href="https://www.surveymonkey.com">SurveyMonkey</a> <a href="https://www.surveymonkey.com">https://www.surveymonkey.com</a></p> <p><b>Офіційні сайти періодичної літератури:</b>  <a href="http://lib.onu.edu.ua/">http://lib.onu.edu.ua/</a> Бібліотека ОНУ ім. І.І. Мечникова  <a href="http://w.w.w.ognb.odessa.ua/">http://w.w.w.ognb.odessa.ua/</a> Бібліотека ім. Горького  <a href="http://w.w.w.nbu.gov.ua/">http://w.w.w.nbu.gov.ua/</a> Бібліотека ім. В. Вернадського  <a href="http://lib-gw.univ.kiev.ua/">http://lib-gw.univ.kiev.ua/</a> Бібліотека ім. Максимовича, КНУ  <a href="http://lib.misto.kiev.ua/">http://lib.misto.kiev.ua</a> Київська міська бібліотека  <a href="http://w.w.w.biblioteka.org.ua/">http://w.w.w.biblioteka.org.ua</a> Українська електронна бібліотека  <a href="http://lib.iitta.gov.ua/">http://lib.iitta.gov.ua</a> Електронна бібліотека НАПН України</p>																																																						
<b>Правила та вимоги</b>																																																							
Оцінювання досягнень здобувача вищої освіти*	<p style="text-align: center;"><b>Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти</b></p> <table border="1" data-bbox="480 864 1437 972"> <thead> <tr> <th colspan="6">Поточний контроль та самостійна робота</th> <th>ІДЗ</th> <th>Всього</th> </tr> <tr> <th>T1</th> <th>T2</th> <th>T3</th> <th>T4</th> <th>T5</th> <th>T6</th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>20/20</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><b>Шкала оцінювання: національна та ECTS</b></p> <table border="1" data-bbox="572 1032 1355 1637"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Сума балів за всі види навчальної діяльності</th> <th rowspan="2">Оцінка ECTS</th> <th colspan="2">Оцінка за національною шкалою</th> </tr> <tr> <th>для екзамену, курсового проекту (роботи), практики</th> <th>для заліку</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>90 – 100</td> <td><b>A</b></td> <td>відмінно</td> <td rowspan="4">зараховано</td> </tr> <tr> <td>82-89</td> <td><b>B</b></td> <td>добре</td> </tr> <tr> <td>75-81</td> <td><b>C</b></td> <td rowspan="2">задовільно</td> </tr> <tr> <td>64-74</td> <td><b>D</b></td> </tr> <tr> <td>60-63</td> <td><b>E</b></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>35-59</td> <td><b>FX</b></td> <td>незадовільно з можливістю повторного складання</td> <td>не зараховано з можливістю повторного складання</td> </tr> <tr> <td>0-34</td> <td><b>F</b></td> <td>незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td> <td>не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td> </tr> </tbody> </table>	Поточний контроль та самостійна робота						ІДЗ	Всього	T1	T2	T3	T4	T5	T6			10	10	10	10	10	10	20/20	100	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку	90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано	82-89	<b>B</b>	добре	75-81	<b>C</b>	задовільно	64-74	<b>D</b>	60-63	<b>E</b>			35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання	0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни
Поточний контроль та самостійна робота						ІДЗ	Всього																																																
T1	T2	T3	T4	T5	T6																																																		
10	10	10	10	10	10	20/20	100																																																
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою																																																					
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку																																																				
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано																																																				
82-89	<b>B</b>	добре																																																					
75-81	<b>C</b>	задовільно																																																					
64-74	<b>D</b>																																																						
60-63	<b>E</b>																																																						
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання																																																				
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни																																																				
Дедлайни та перескладання*	Перескладання та повторне вивчення дисципліни здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в ДЗВО «Університет менеджменту освіти» Режим доступу: <a href="http://umo.edu.ua/normativni-dokumenty4">http://umo.edu.ua/normativni-dokumenty4</a>																																																						
Правила академічної доброчесності*	Перевірка кваліфікаційних робіт на плагіат здійснюється обов'язково згідно до вимог норм доброчесності «Положення про академічну доброчесність у ДЗВО «Університет менеджменту освіти» Режим доступу: <a href="http://umo.edu.ua/vnutrishni-normativni-dokumenty">http://umo.edu.ua/vnutrishni-normativni-dokumenty</a>																																																						



<p>Навчання здобувачів вищої освіти з особливими потребами</p>	<p>У сучасних умовах гуманізації освіти, її відкритості та вимог забезпечення усіх верств населення високим рівнем освіченості, особливу увагу необхідно звернути на організацію навчальної діяльності з особами, які мають особливі потреби. Це питання набуває актуальності через постійне зростання кількості таких осіб, що впливає на необхідність перегляду підходів до організації освітнього процесу з урахуванням їхніх потреб.</p> <p>Тому в державі створюються сприятливі умови, які б могли допомогти особам з проблемами розвитку, задовольнити їх потреби, виходячи із реальних можливостей особистості і вимог суспільства.</p> <p>Однією із державних програм такого роду є «Концепція державного стандарту спеціальної освіти дітей з особливими потребами» та інші нормативно-правові документи. Саме гнучкість освітньої системи дозволить отримати освіту відповідно до потенційних можливостей особистості. Основними шляхами реалізації концепції визначено варіативність навчальних планів, освітніх програм та технологій навчання, які б сприяли включенню дітей з особливими потребами у відповідну освітню систему.</p> <p>Положення «Про освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти у Навчально-науковому інституті менеджменту та психології ДЗВО «Університет менеджменту освіти»</p> <p>Режим доступу: <a href="https://is.gd/OSEnc9">https://is.gd/OSEnc9</a></p>
<p>Правила отримання зворотної інформації про дисципліну</p>	<p>Формами отримання зворотного зв'язку із здобувачами вищої освіти є:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виконання письмових робіт із поданням їх через корпоративну електронну пошту.</li> <li>2. Виконання індивідуальних творчих завдань із поданням їх через корпоративну електронну пошту, презентація результатів.</li> <li>3. Онлайн консультації з навчальної дисципліни.</li> <li>4. Анкети та результати зворотного зв'язку: <a href="http://umo.edu.ua/anketuvannja-zvo">http://umo.edu.ua/anketuvannja-zvo</a></li> </ol>
<p>Оновлення</p>	<p>Здійснюється кожного року, спираючись на аналіз новітніх наукових досліджень та практичних доробок в галузі публічного управління. Процедура внесення змін регламентується внутрішніми нормативними документами Навчально-наукового інституту менеджменту та психології ДЗВО «УМО».</p> <p>1. Положення «Про освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти у Навчально-науковому інституті менеджменту та психології ДЗВО «Університет менеджменту освіти»</p> <p>Режим доступу: <a href="https://is.gd/OSEnc9">https://is.gd/OSEnc9</a></p> <p>2. Положення «Про робочу програму навчальної дисципліни у Навчально-науковому інституті менеджменту та психології ДЗВО «Університет менеджменту освіти»</p> <p>Режим доступу: <a href="https://is.gd/tc4Sql">https://is.gd/tc4Sql</a></p>