

## Силабус навчальної дисципліни

### «Маркетингове управління та маркетингові комунікації в освіті»

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 073 Менеджмент

Освітня програма: Управління закладом освіти

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Курс: 2

Семестр: 3

<b>Факультет</b>	<b>Соціальної та психологічної освіти</b>
<b>Кафедра</b>	<b>Педагогіки та освітнього менеджменту</b>
<b>Викладач</b>	Кірдан Олена Леонідівна, професор кафедри педагогіки та освітнього менеджменту <b>E-mail:</b> o.l.kirdan@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=8288">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=8288</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС / години</b>	4 / 120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Очна (денна/вечірня) форма:</b> лекції (20 год.), практичні (20 год.), самостійна робота (80 год.)
	<b>Заочна форма:</b> лекції (4 год.), практичні (6 год.), самостійна робота (110 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<b>Академічна доброчесність</b> передбачає самостійне виконання здобувачами вищої освіти завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання; достовірне посилання на джерела інформації у разі використання ідей, тверджень, відомостей. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувач вищої освіти отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання. <b>Відвідування занять</b> є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин, що підтверджені відповідним документом (працевлаштування, міжнародне стажування, пандемія), навчання може відбуватись в онлайн / змішаній формі. Перескладання модулів відбувається за наявності поважних причин, що підтверджені документально. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти:</b> під час виконання індивідуальних завдань здобувач вищої освіти досліджує та аналізує інноваційні форми та методи управління ЗВО, розв'язує кейси, пропонує власні аргументи прийняття управлінських рішень, висловлює власні міркування та бачення перспектив розвитку ЗВО на інноваційних засадах.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Дисципліна передбачає вивчення базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності у закладах освіти.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Вивчення курсу забезпечує розвиток у здобувачів вищої освіти маркетингової компетентності як майбутніх керівників закладів освіти.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Знати історію виникнення маркетингу, його сферу, цілі, функції, види, концепції. Набути здатність проводити маркетингові дослідження, аналізувати ринкові можливості закладу освіти. Знати і розуміти моделі прийняття стратегічних рішень. Застосовувати знання в практичних ситуаціях, а саме: укладати концепцію розвитку закладу освіти, цільові програми. Набути здатність до оптимальної поведінки, етики спілкування й ділового спілкування. Набути умінь (soft-skills) відповідно до НРК: комунікація – вибирати і реалізовувати комунікативні стратегії і тактики відповідно до контексту взаємодії у закладах освіти, виявляти лідерський потенціал; бути здатним до командної роботи, автономність та відповідальність – проводити самостійні наукові дослідження.
<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Проводити маркетинговий аналіз освітнього середовища. Визначати пріоритети концепцію розвитку закладу освіти. Аналізувати ринкові можливості закладу освіти. Працювати з інформацією; визначати складники процесу вибору комплексу просування; уміти планувати рекламу, розробляти рекламне звернення оцінювати її ефективність. Уміти рефлексувати результати професійної діяльності.
<b>Зміст дисципліни</b>	Теоретичні та історичні засади маркетингу. Маркетингові дослідження: процес, етапи методи, напрями. Маркетингове планування, розроблення стратегії

	маркетингу. Цілі та завдання маркетингових комунікацій в освіті. Види реклами, планування реклами.
<b>Обов'язкові завдання</b>	Опрацювання наукових джерел, розв'язання кейсів, виконання завдань практичних занять та індивідуального навчально-дослідного завдання, проходження модульного тестування.
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Професійна компетентність керівника закладу освіти, теорія організації, теорія прийняття рішення.
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НБ УДПУ</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Маркетингове управління та маркетингові комунікації в освіті». Кірдан О.Л. Електронний ресурс. Режим доступу: <a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=8288">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=8288</a></li> <li>2. Управління і керівництво закладом вищої освіти. Навчальний посібник. Укладач Кірдан. О.Л. Умань : Візаві. 2021. 196 с.</li> <li>3. Правові аспекти управління навчальними закладами [Текст] : [навч. посібник] / МОН України, Уманський ДПУ імені Павла Тичини ; [авт.-упоряд. Матвійчук В. К., Кривошея І. І., Гордієнко В. В., Олейнічук О. М.]. – Умань : Жовтий О. О., 2013. 214 с.</li> <li>4. Клименюк М. М., Кочарян І. С. Стратегія управління вищим навчальним закладом в сучасних умовах [Текст] : [монографія]. Київ : Освіта України, 2011. 190, [1] с.</li> </ol>
<b>Поточний контроль</b>	Виконання завдань практичних занять, розв'язання кейсів, модульне тестування, ІНДЗ (реферат, наукова стаття, підготовка термінологічного словника з дисципліни тощо).
<b>Підсумковий контроль</b>	Екзамен

Розробник

Олена КІРДАН