

**Державний вищий навчальний заклад
«Донбаський державний педагогічний університет»**

Факультет гуманітарної та економічної освіти

Кафедра управління та адміністрування

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Перший проректор



Набока

О.Г. Набока

«29» червня 2023 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ, ЕКОНОМІКА ОСВІТИ**

**підготовки здобувачів
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

**спеціальності 014 Середня освіта (за предметними спеціальностями)
предметна спеціальність 014.09 Середня освіта (Інформатика)
за освітньо-професійною програмою
«Середня освіта (Інформатика)»**

мова навчання українська

Дніпро - Слов'янськ – 2023 р.

Розробник:

Артюхіна М.В. - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління та адміністрування ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет».

Рецензенти:

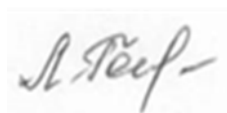
Коверга С.В. - доктор економічних наук, професор, професор кафедри управління та адміністрування ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет».

Цибулько Л.Г. - доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри педагогіки ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет».

Робоча програма розглянута і схвалена на засіданні кафедри управління та адміністрування

Протокол № 10 від «09» червня 2023 р.

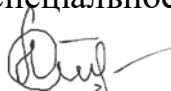
Завідувач кафедри



Гончар Л.В.

Погоджено групою забезпечення спеціальності
014 Середня освіта (за предметними спеціальностями)

Керівник групи забезпечення



Стьопкін А.В.

Затверджено та рекомендовано до впровадження вченою радою

Державного вищого навчального закладу
«Донбаський державний педагогічний університет»

“29” червня 2023 р. , протокол № 9

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
	денна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Обов'язкова
Загальна кількість годин – 90	Рік підготовки:
	4-й
	Семестр
	7-й
Тижневих годин для денної форми навчання: контактних – 4 самостійної роботи здобувача – 3,5	Лекції
	24 год.
	Практичні
	24 год.
	Лабораторні
	- год.
	Самостійна робота
	42 год.
Вид контролю: залік	

Метою вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент, маркетинг, економіка освіти» є формування сучасного економічного мислення у здобувачів та освоєння ними методологічних основ управління закладом освіти з урахуванням специфіки галузі, використовуючи сучасні прогресивні підходи до організації управлінських процесів; методи та засоби маркетингового управління, у тому числі діджитал-маркетингу; інструменти управління фінансово-економічною діяльністю закладів освіти.

2. Матриця компетентностей, програмних результатів навчання, методів навчання, методів контролю з навчальної дисципліни «Менеджмент, маркетинг, економіка освіти»

Компетентності, які формуються з посиланням на шифр відповідно до освітньої програми	Програмні результати навчання з посиланням на шифр відповідно до освітньої програми	Методи навчання	Методи контролю
<p>ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі у галузі середньої освіти, що передбачає застосування теоретичних знань і практичних умінь із наук предметної спеціальності, педагогіки, психології, теорії та методики навчання і характеризується комплексністю та невизначеністю умов організації освітнього процесу на рівні базової середньої освіти.</p> <p>ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, до застосування знань у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 5. Здатність діяти автономно, приймати обґрунтовані рішення у професійній діяльності і відповідати за їх виконання, діяти відповідально і свідомо на основі чинного законодавства та етичних міркувань (мотивів).</p> <p>ЗК 6. Здатність до міжособистісної взаємодії та роботи у команді у сфері професійної діяльності, спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня.</p> <p>ЗК 8. Здатність зберігати та примножувати</p>	<p>РН 7. Демонструє знання основ фундаментальних і прикладних наук (відповідно до предметної спеціальності), оперує базовими категоріями та поняттями предметної області спеціальності.</p> <p>РН 11. Виявляє навички роботи в команді, адаптації та дії у новій ситуації, пояснює необхідність забезпечення рівних можливостей і дотримання гендерного паритету у професійній діяльності.</p> <p>РН 12. Аналізує власну педагогічну діяльність та її результати, здійснює об'єктивну самооцінку і самокорекцію своїх професійних якостей.</p>	<p>Поєднання традиційних та інтерактивних методів навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> • словесні: лекція, дискусія, співбесіда, розповідь, пояснення тощо; • практичні (практичні заняття, вправи, кейси, розв'язання ситуацій, дидактична гра тощо); • наочні (спостереження, демонстрування, ілюстрування тощо); 	<p>Спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне та письмове опитування, тестування, практична перевірка (оцінка практичних завдань), рейтинговий контроль, взаємоконтроль (взаємооцінка), залік.</p>

<p>моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та значення у розвитку суспільства, техніки і технологій.</p> <p>ЗК 10. Здатність поважати різноманітність і мультикультурність суспільства, усвідомлювати необхідність рівних можливостей для всіх учасників освітнього процесу.</p> <p>ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації, застосування соціальних навичок (т.з. softskills) у професійній діяльності.</p> <p>СК 1. Здатність перенесення системи наукових знань у професійну діяльність та в площину навчального предмету.</p> <p>СК 6. Здатність до формування колективу учнів; знаходження ефективних шляхів мотивації їх до саморозвитку (самовизначення, зацікавлення, усвідомленого ставлення до навчання); спрямування на прогрес і досягнення з урахуванням здібностей та інтересів кожного з них.</p>	<p>РН 13. Демонструє знання основних положень нормативно-правових документів щодо професійної діяльності, обґрунтовує необхідність використання інструментів демократичної правової держави у професійній та громадській діяльності та прийняття рішень на засадах поваги до прав і свобод людини в Україні.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • проєктні (розроблення мініпроєктів, робота у міні групах тощо); • цифрові (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); • самостійна робота (робота із друківаними та електронними інформаційними ресурсами, розв'язання завдань тощо). 	
--	--	---	--

3. Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин				
	усього	Денна форма			
		зокрема			
		л	пр	лаб	с.р.
Тема 1. Сутність та основні поняття менеджменту, маркетингу та економіки освіти.	10	2	2	-	6
Тема 2. Державне регулювання освітньої галузі. Вплив факторів ринкового середовища на діяльність освітньої галузі.	10	2	2	-	6
Тема 3. Економічна сутність освітньої послуги. Якість освітніх послуг.	10	4	4	-	2
Тема 4. Ресурси освітньої галузі. Фінансова діяльність закладів освіти.	10	2	2	-	6
Тема 5. Аналіз маркетингових можливостей на ринку освітніх послуг.	10	2	2	-	6
Тема 6. Канали розподілення освітніх послуг. Франчайзинг.	10	2	2	-	6
Тема 7. Специфіка маркетингового комплексу в освітній галузі.	10	2	2	-	6
Тема 8. Система маркетингових комунікацій навчального закладу.	10	4	4	-	2
Тема 9. Інструменти цифрового маркетингу в маркетинговій діяльності навчального закладу.	10	4	4	-	2
Разом:	90	24	24	-	42

4. Програма навчальної дисципліни

4.1. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
1	Сутність та основні поняття менеджменту, маркетингу та економіки освіти.	2
2	Державне регулювання освітньої галузі. Вплив факторів ринкового середовища на діяльність освітньої галузі	2
3	Економічна сутність освітньої послуги. Якість освітніх послуг.	2
4	Ресурси освітньої галузі. Фінансова діяльність закладів освіти.	2
5	Аналіз маркетингових можливостей на ринку освітніх послуг.	2

6	Канали розподілення освітніх послуг. Франчайзинг.	2
7	Специфіка маркетингового комплексу в освітній галузі.	2
8	Система маркетингових комунікацій навчального закладу.	4
9	Інструменти цифрового маркетингу в маркетинговій діяльності навчального закладу.	4
Разом		24

4.2. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
1	Управління закладом освіти.	2
2	Аналіз і оцінка впливу факторів бізнес-середовища на діяльність закладів освіти. Методи SWOT-, STEP-аналізу, BCG.	2
3	Ресурси закладів освіти. Фандрейзинг.	4
4	Система маркетингових комунікацій закладу освіти.	4
5	Створення рекламних креативів за допомогою он-лайн інструментів. SMM-маркетинг.	4
6	Розробка одно сторінкових сайтів з використанням он-лайн конструкторів сайтів.	4
7	Розробка особистого бренду вчителя.	4
Разом		24

4.3. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна форма
1	Менеджмент, маркетинг, економіка освіти – основні поняття.	5
2	Вплив факторів бізнес-середовища на діяльність закладів освіти. Системний підхід в управлінні організаціями.	5
3	Асортимент товарів і послуг закладу освіти. Якість освітніх послуг.	6
4	Фінансова діяльність закладів освіти. Розрахунок точки беззбитковості.	6
5	Комплекс маркетингу.	6
6	Канали розподілу освітніх послуг.	6

	Франчайзинг.	
7	Система маркетингових комунікацій. Інструменти діджитал-маркетингу.	8
Разом		42

5. Критерії оцінювання результатів навчання

Результати навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни визначаються у балах, що виставляються згідно з критеріями оцінювання, затвердженими в ДДПУ, а саме за 100-бальною шкалою та національною п'ятибальною шкалою для заліків «зараховано», «незараховано»).

Навчальна дисципліна оцінюється максимальною оцінкою у 100 балів.

Шкала оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

За накопичувальною 100 – бальною шкалою	За національною шкалою	
	<i>для екзаменів, звітів з практики, курсових робіт</i>	<i>для заліків</i>
90 – 100 балів	відмінно	зараховано
89 – 75 балів	добре	
60 – 74 балів	задовільно	
26 – 59 балів	незадовільно	не зараховано
0 – 25 балів	неприйнятно	

Критерії оцінювання заліку:

– на оцінку **«зараховано» (60-100 балів)** заслуговує здобувач вищої освіти, який за час відвідування лекційних, практичних та/або лабораторних занять й за виконану самостійну роботу отримав зазначену кількість балів протягом семестру;

– оцінка **«не зараховано» (0-59 балів)** виставляється здобувачеві вищої освіти, який за час відвідування лекційних, практичних та/або лабораторних занять й за виконану самостійну роботу не набрав 60 балів упродовж семестру, він має прогалини в знаннях основного навчально-програмного матеріалу.

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти за лекції здійснюється за такими критеріями: присутність здобувача на лекції, складання її конспекту та активна участь у перебігу лекції.

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих під час практичного заняття здійснюється за такими критеріями:

– під час опитувань – за повну й ґрунтовну відповідь на сформульоване запитання з теми заняття;

– під час тестування – за правильні відповіді на запитання тесту з теми заняття;

– у процесі виконання ситуаційних вправ і завдань – за запропонований правильний алгоритм (послідовність) виконання завдання; за знання теоретичних основ проблеми, порушеної в завданні; за володіння формулами й математичними методами, необхідними для виконання завдання; за отриманий правильний результат.

Оцінювання рефератів, доповідей, есе, презентацій тощо за визначеними темами здійснюється відповідно до таких критеріїв:

- за повноту та використання сучасних концепцій і джерел інформації (крім лекційного конспекту, має бути ще не менше трьох джерел інформації);
- за оформлення роботи згідно з вимогами і наявність посилань на використану літературу та джерела;
- за наявність змістовних висновків;
- за глибокі знання навчального матеріалу, що містяться в основних і додаткових рекомендованих літературних джерелах.

У разі виявлення невідповідності результатів навчання окремим критеріям із тієї чи тієї форми контролю знань кількість балів, яка виставляється здобувачу, може бути знижена:

- за неповну відповідь;
- за кожен неправильну відповідь;
- за невчасне виконання завдання;
- за недостовірність поданої інформації;
- за недостатнє розкриття теми;
- за відсутність посилань на літературні джерела.

Результати поточних контролів рівня знань здобувачів вищої освіти денної та заочної форм навчання (у вигляді певної кількості отриманих балів) обов'язково доводяться викладачем наприкінці кожного заняття до їхнього відома, виставляються в Журнал обліку роботи академічної групи та є підставою для одержання допуску до підсумкового контролю.

Оцінювання результатів навчання у формі семестрового заліку проводиться по закінченні вивчення навчальної дисципліни, зазвичай, на останньому практичному та/або лабораторному занятті або в період до початку екзаменаційної сесії відповідно до графіка освітнього процесу.

На останньому аудиторному занятті викладач зобов'язаний оголосити здобувачам вищої освіти відкрито (у присутності групи) накопичені ними бали поточного оцінювання з навчальної дисципліни, отримані під час лекційних, практичних та/або лабораторних занять та за виконану самостійну роботу. Залік, як форма контролю, передбачає зарахування здобувачеві балів, накопичених за результатами поточного оцінювання з навчальної дисципліни (за наявності у здобувача не менше 60 балів за поточну роботу – без додаткового опитування) й не вимагає обов'язкової присутності здобувача вищої освіти.

Здобувач має право (за бажанням) підвищити власний результат оцінювання в балах з навчальної дисципліни, де формою контролю є залік,

шляхом виконання завдань самостійної роботи, але не пізніше ніж до початку екзаменаційної сесії.

6. Засоби діагностики результатів навчання

- усне опитування, обговорення, виступи, дискусії;
- он-лайн тестування та вирішення кейсів на платформі Moodle;
- оцінка реферату;
- оцінка результатів виконаних практичних завдань;
- оцінка результатів неформальної освіти з тем дисципліни;
- участь у наукових конференціях, написання тез доповідей чи статей;
- залік.

7. Рекомендована література

Основна

1. Менеджмент в освіті : підручник / за ред. проф. В. В. Крижка ; авт. кол.: Василь Крижка, Валерій Радул, Сергій Клепко, Григорій Луценко, Ольга Старокожко, Сергій Немченко, Юлія Кондратенко. Київ : Освіта України, 2020. 465 с.
2. Бренд-менеджмент: вимір глобальний, вимір локальний: монографія/ [Ромат Є.В., J.W. Wiktor, J.Sobura, K. Sanak-Kosmowska, Багорка М.О. та ін.]; за заг. ред. Є.В. Ромата. Київ: Студцентр, 2021. 256 с.
3. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьява І. Маркетинг 4.0: від традиційного до цифрового. К.: КМ-Букс, 2018. 208 с.
4. Менеджмент : навч.посіб. / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
5. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Менеджмент. Практикум : навч. посібник. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2019. 104 с.

Допоміжна

1. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. К: Моноліт-Bizz, 2018. 320 с.
2. Менеджмент: навч.посіб. / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с
3. Філановський О. Головна маркетингова книга. К: Ранок, Фабула, 2018. 304с.
4. Опорний конспект лекцій з курсу “Основи маркетингу” для студентів денної та заочної форм навчання усіх факультетів університету /Укладачі: к.е.н., доц.. Голда Н.М., к.е.н., доц. Краузе О.І. Тернопіль. 2018, 96с.
5. Сенишин О.С., Кривенко О.В. Маркетинг. Навчальний посібник. Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2020. 347 с.
6. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Маркетинг. Навчальний посібник / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

7. Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: монографія / Ромат Є.В., Бабаченко Л.В., Багорка М.О., Білоткач І.А. та ін.]; за заг. ред. Є.В. Ромата. Київ: Студцентр, 2021. 308 с.

8. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Державна служба якості освіти <https://sqe.gov.ua/>
2. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти <https://naqa.gov.ua/>
3. Закон України «Про освіту» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
4. Як працює чат-бот https://www.youtube.com/watch?v=wk_IPzGcU0s
5. Strikingly <https://www.strikingly.com/s/login>
6. SEO–маркетинг <https://www.youtube.com/watch?v=TIU40auB4A>
7. Кастомер девелопмент. Що це і навіщо воно потрібно соціальному підприємцю? <https://1va.vc/webinars/customer-development-cto-eto-takoe-i-zachem-eto-nuzhno-startapu.html>
8. Сутність маркетингової діяльності <https://www.youtube.com/watch?v=VKgFJRL-gFQ>
9. Комплекс маркетингу <https://www.youtube.com/watch?v=jFXNuMkG-e8>
10. Сутність франчайзингу <https://www.youtube.com/watch?v=AoL-IGTgJP8>
11. Паблік рилейшнз <https://www.youtube.com/watch?v=33MZQ5d-g10>
12. Холістичний маркетинг. <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75433>
13. Інноваційні маркетингові рішення. Додаток UDS <https://www.youtube.com/watch?v=nMgWS45EWek>
14. Особливості діджитал-маркетингу <https://www.youtube.com/watch?v=MM824zXR0Xw>
15. Сучасні тренди діджитал-маркетингу <https://www.youtube.com/watch?v=86fzrQNyqPI>
16. Он-лайн ресурс для створення візуального контенту <https://www.canva.com/>

9. Посилання на дистанційний курс «Менеджмент, маркетинг, економіка освіти»: <http://ddpu.edu.ua:9090/moodle/course/view.php?id=11>

Артюхіна М.В. - кандидат економічних наук,
доцент, доцент кафедри управління
та адміністрування ДВНЗ

«Донбаський державний педагогічний університет»

РПНД перевірена.
Методист НМВ
Коркішко О.Г.