

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет управління

Кафедра публічного управління та адміністрування

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

БРЕНДИНГ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Освітня програма «Публічне управління та адміністрування»

Спеціальність 281 «Публічне управління та

адміністрування» Галузь знань 28 «Публічне управління та

адміністрування»

Затверджено на засіданні кафедри публічного
управління та адміністрування
Протокол № 1 від «02» січня 2024 р.

Івано-Франківськ, 2023-2024 н.р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура дисципліни
4. Теми практичних занять
5. Самостійна робота
6. Індивідуальне завдання
7. Методи навчання
8. Система оцінювання дисципліни
9. Ресурсне забезпечення
10. Інформація про підвищення кваліфікації викладача
11. Контактна інформація
12. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Брендинг в публічному управлінні	
Освітня програма	Публічне управління та адміністрування	
Спеціалізація (за наявності)		
Спеціальність	281 «Публічне управління та адміністрування»	
Галузь знань	28 «Публічне управління та адміністрування»	
Освітній рівень	бакалавр	
Статус дисципліни	вибіркова	
Курс / семестр	3/4	
Розподіл за видами занять та годинами навчання	<i>Денна форма навчання:</i> Лекції – 16 год. Практичні заняття – 14 год. Самостійна робота – 60 год.	<i>Заочна форма навчання:</i> Лекції – 6 год. Практичні заняття – 4 год. Самостійна робота – 80 год.
Мова викладання	українська	
Посилання на сайт дистанційного навчання	www.d-learn.pnu.edu.ua	

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни
<p>Мета дисципліни: формування системи знань та практичних навичок у здобувачів вищої освіти, що дають змогу побудувати якісний бренд територій та здійснювати ефективну реалізацію бренд-менеджменту.</p> <p>Предмет дисципліни: сукупність теоретичних, методичних та практичних питань, пов'язаних із створенням та управлінням брендами в публічному просторі. Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів: Змістовний модуль 1. Основні характеристики брендингу та бренд-менеджменту. Змістовний модуль 2. Особливості бренд-менеджменту територій.</p> <p>Основними цілями вивчення дисципліни «Брендинг в публічному управлінні» є засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу стосовно: - сутності, поняття та розвитку бренд-менеджменту;</p> <ul style="list-style-type: none"> - особливостей сучасного середовища брендів; - видів, стратегій та методик створення бренду; - формування особистого бренду; - соціально-економічної сутності маркетингу територій; - технології формування бренду міста; - психологічних аспектів брендингу; - архітектури брендингу.

Компетентності та результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен **знати**:

- теоретичні аспекти бренду та брендингу;
- структуру, зміст, сутність та основні технології створення бренду;
- психологічні аспекти брендингу;
- основні закони створення бренду територій;
- програми створення бренду та оцінку його потенціалу;
- поняття розтягування та розширення бренду;
- основні тенденції розвитку сучасного брендингу;
- сутність та особливості особистого бренду;

вміти:

- демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів брендингу;
- володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері брендингу;
- аналізувати бренд та брендинг;
- застосовувати на практиці раціональні стратегії та тактики управління брендом; - управляти брендом на різних етапах життєвого циклу;
- аналізувати індивідуальність бренду, сегментування та позиціонування бренду; - використовувати сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів; - формувати особистий бренд.

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Сутність, поняття та розвиток бренд-менеджменту.	Знати еволюцію брендингу; розуміти роль брендингу в сучасному житті суспільства; розуміти сутність та різницю між термінами: «бренд», «торгова марка» та «торговий знак»; розуміти сутність та основні характеристики понять: «імідж», «репутація» та «бренд»;	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
2.	Тема 2. Сучасне середовище брендів.	Розуміти особливості економічного, правового та соціально-культурного середовища бренду.	Завдання для самостійної роботи (тести).
3.	Тема 3. Види, стратегії та методика створення бренду.	Знати функції бренду, види брендів та їх зміст; розуміти процес позиціонування бренду; розуміти цикл створення бренду; вміти візуалізувати бренд.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної

			роботи (тести).
4.	Тема 4. Формування особистого бренду.	Розуміти сутність та особливості особистого бренду; знати конструктор особистого бренду; вміти формувати особистий бренд у соцмережах.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
5.	Тема 5. Соціально економічна сутність маркетингу територій.	Знати передумови впровадження маркетингу в систему публічного управління; вміти визначати цільові групи та «споживачів територій»; розуміти функції та алгоритм реалізації територіального маркетингу.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
6.	Тема 6. Технологія формування бренду міста.	Розуміти бренд на основі розвитку територіальної ідентичності; знати етапи брендингу міста; знати види іміджу території й організації моделі брендингу міст.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
7.	Тема 7. Психологічні аспекти брендингу.	Знати основні закони створення бренду території; вміти розробляти назву бренду та дизайн бренду; розуміти критерії вибору елементів дизайну бренду; вміти формувати легенду бренду.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
8.	Тема 8. Архітектура брендингу.	Знати рівні бренду; вміти управляти портфелем брендів; вміти управляти брендом на різних етапах життєвого циклу.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної

			роботи (тести)
--	--	--	----------------

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	2	3
1.	Тема 1. Сутність, поняття та розвиток бренд-менеджменту	2
2.	Тема 3. Види, стратегії та методика створення бренду	2
3.	Тема 4. Формування особистого бренду	2
4.	Тема 5. Соціально-економічна сутність маркетингу територій	2
5.	Тема 6. Технологія формування бренду міста	2
6.	Тема 7. Психологічні аспекти брендингу	2
7.	Тема 8. Архітектура брендингу	2
	Разом	14

5. Самостійна робота

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «Брендинг в публічному управлінні» складається з різних її видів:

- 1) підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять);
- 2) самостійне поглиблене опрацювання тем навчальної дисципліни згідно з навчально тематичним планом та проходження тестування за результатами опрацювання; 3) підготовка індивідуального проєкту.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	2	3
1.	Тема 1. Сутність, поняття та розвиток бренд-менеджменту	6
2.	Тема 2. Сучасне середовище брендів	8
3.	Тема 3. Види, стратегії та методика створення бренду	8
4.	Тема 4. Формування особистого бренду	8
5.	Тема 5. Соціально-економічна сутність маркетингу територій	6
6.	Тема 6. Технологія формування бренду міста	8
7.	Тема 7. Психологічні аспекти брендингу	8

8.	Тема 8. Архітектура брендингу	8
	Разом	60

6. Індивідуальне завдання

(виконується в межах самостійної роботи)

Вивчення дисципліни «Брендинг в публічному управлінні» передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту: «Бренд-менеджмент територіальної громади». Об'єктом дослідження є територіальна громада, у якій Ви проживаєте. Виконайте завдання у відповідності до зазначених пунктів:

1. Навести коротку інформацію про діяльність територіальної громади.
2. Проаналізувати наявний бренд територіальної громади.
3. Розкрити ідентичність бренду територіальної громади.
4. Проаналізувати просування бренду територіальної громади у соцмережах.
5. Дослідити та здійснити аналіз бренду успішних територіальних громад. Зазначити основні переваги та недоліки.
6. Запропонувати власні рекомендації щодо удосконалення бренду територіальної громади.

Презентація власного дослідження відбувається у вигляді підготовленої доповіді та створеної презентації (до 15 слайдів) за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін.

7. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «Брендинг в публічному управлінні» використовуються наступні методи навчання.

Методи навчання	Характеристика
Наочні методи навчання	Ґрунтуються на візуальному сприйнятті інформації (читання лекцій та підготовка практичних завдань із використанням мультимедійних презентацій, демонстрація тематичних відеороликів).
Інтерактивні методи навчання	Ґрунтуються на принципі зворотного зв'язку, коли здобувач освіти отримує відповіді, зауваження та поради щодо певної проблематики від викладача чи одногрупників; коли здобувачі освіти взаємодіють між собою, а викладач виступає координатором та наставником, а також стежить за дотриманням навчальних та етичних норм. Серед інтерактивних методів навчання використовуються: відповіді на запитання та опитування думок здобувачів освіти, кейс-стаді, дискусії, мозковий штурм, ігровий метод
Практичні методи навчання	Передбачають виконання практичних завдань. Серед практичних методів навчання використовуються практичні роботи, вправи, написання есе.

Інноваційні методи навчання	<p>Поєднують інтерактивні та комп'ютерні технології. Серед інноваційних методів навчання використовуються: компетентнісний метод (спрямований на розвиток професійних навичок, вмінь та якостей здобувачів освіти), проектно дослідницький метод (спрямований на вирішення проблемного питання через розвиток пошукових та аналітичних якостей здобувачів освіти, а також навичок командної роботи), використання інформаційно-комунікаційних технологій та діджитал-інструментів. Програми і сервіси, які використовуються: сервіси та програмні продукти від Microsoft, інструменти Google, графічні редактори Crello та Canva, хмарне презентаційне програмне забезпечення Prezi, конструктор лендінгових сторінок of.ua, Diagrams.net, Kahoot, Mentimeter, QR Генератор, Cutt.ly.</p>
Методи дистанційного навчання	<p>Ґрунтуються на використанні інформаційних технологій, в т.ч. університетської авторської системи дистанційного навчання, платформ для організації відеоконференцій: Zoom Video Communications, Google Meet, Cisco Webex.</p>

8. Система оцінювання дисципліни

Накопичування балів під час вивчення дисципліни здобувачем вищої освіти здійснюється у такому співвідношенні (підсумковий контроль у формі заліку): 1) обсяг балів за практичні заняття – 50 %

2) обсяг балів за самостійну роботу:

- тестування – 30 %

- індивідуальний проєкт – 20 %.

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті за виступ та виконання письмового завдання студентом. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми під час роботи на практичних заняттях та набутих професійних навичок під час виконання практичних завдань.

Оцінювання відповідей здобувачів освіти на практичних заняттях відбувається згідно навчального розкладу за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за кожен вид навчальної роботи та відповідну тему відображена у таблиці. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за виконання завдань на практичних заняттях складає 50 балів.

Накопичування балів під час вивчення дисципліни

№ теми Вид навчальної роботи	1	2	3	4	5	6	7	8	Разом
Практичне заняття (опрацювання завдання)	7	-	7	7	7	8	7	7	50
Самостійна робота (тестування з	3	3	4	4	4	4	4	4	30

теми)									
Самостійна робота (індивідуальний проект)									20
Максимальна к - ть балів									100

Критерії поточного оцінювання:

«90-100 балів» – здобувач вищої освіти в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.

«70-89 балів» – здобувач вищої освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

«50-69 балів» – здобувач вищої освіти в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.

«Менше 50 балів» – здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру, взявши участь у науковому, освітньому чи прикладному проекті, який відповідає предмету дисципліни чи підготувавши дайджест (добір уривків з різних джерел на певну тематику). У форматі дайджестів можна зробити системний аналіз будь-якого теоретичного положення, розкрити різні точки зору на будь-яку проблему, тему, питання та зробити узагальнюючі висновки:

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які пройшли навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру.

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які взяли участь у науковому, освітньому чи прикладному проекті, який відповідає предмету дисципліни.

1 бал – нараховується здобувачам освіти, які підготували дайджест на певну тематику в межах вивчення дисципліни.

Також за рішенням кафедри управління та бізнес-адміністрування здобувачам вищої освіти, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали відповідно до Положення 9 про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника»: https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf (введено в

дію наказом ректора № 799 від 26.11.2020 р.; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.).

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: [https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні документи/polozhenja/](https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні_документи/polozhenja/)

Контроль за самостійну роботу.

Самостійна робота здобувачів освіти передбачає:

1. Тестування.
2. Підготовка індивідуального проєкту.

Тестовий контроль. Студент опрацьовує питання, що призначенні для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (<https://test-d-learn.pnu.edu.ua/>) (дві спроби – кращий результат).

Оцінювання за кожен тестовий контроль здійснюється за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за відповідну тему відображена у таблиці вище. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за тестовий контроль складає 30 бали. *Підготовка індивідуального проєкту.*

Вивчення дисципліни передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту. Оцінювання індивідуального проєкту здійснюється за 100 бальною шкалою. Максимальна кількість балів за індивідуальний проєкт складає 20 балів. Метою підготовки індивідуального проєкту є закріплення теоретичних знань і практичних навичок з дисципліни.

Критерії оцінювання індивідуального проєкту:

«90-100 балів» – індивідуальний проєкт виконано на високому рівні, вирішено усі поставлені завдання. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив повне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«70-89 балів» – індивідуальний проєкт містить деякі незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив достатнє володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«50-69 балів» – індивідуальний проєкт містить незначні помилки та суперечні питання, які можуть бути виправлені письмово, або захищені усно, проте сам проєкт не містить всебічного аналізу, а поставлені питання вирішені не повністю. Під час усного захисту проєкту здобувач освіти проявив загальне володіння матеріалом та свій виступ супроводжував мультимедійною презентацією.

«Менше 50 балів» – індивідуальний проєкт не відповідає поставленим завданням, допущені суттєві помилки та неточності.

Підсумковий семестровий контроль являє собою підсумкове оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти за семестр, що з даної дисципліни здійснюється у формі заліку.

Семестровий контроль у формі заліку передбачає, що підсумкова оцінка (у стобальній шкалі) з навчальної дисципліни визначається як сума оцінок за поточний контроль знань. Повторне складання допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз викладачеві (талон №2) тестування в системі дистанційного навчання + усне опитування відповідно до програмових вимог, другий – комісії (талон №3) реалізується виключно у тестовій формі з використанням організаційно-технологічних процесів. Якщо студент не склав навчальну дисципліну за талоном 3, дозволяється повторне вивчення навчальної дисципліни впродовж наступного семестру (планується за рахунок власного часу студента і не фінансується з бюджетних коштів).

Здобувачі вищої освіти, які одержали під час екзаменаційної сесії більше трьох підсумкових незадовільних оцінок (F, FX) незалежно від виду контролю (екзамен, залік), відраховуються з університету за академічну неуспішність. Здобувачам вищої освіти, які одержали під час екзаменаційної сесії одну-три незадовільні оцінки (F, FX), дозволяється ліквідувати академічну заборгованість у встановлені графіком навчального процесу терміни. Здобувача вищої освіти, який не ліквідував академічну заборгованість у

встановлені терміни без поважної причини, відраховують з університету за академічну неуспішність або за його згодою направляють на повторне вивчення навчальної дисципліни, яке регламентується Положенням про порядок повторного вивчення дисциплін (кредитів ECTS) в умовах ECTS.

Шкала оцінювання для заліку

університетська	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	зараховано
80-89	B	
70-79	C	
60-69	D	
50-59	E	
25-49	FX	не зараховано
0-24	F	

9. Ресурсне забезпечення

Рекомендовані літературні джерела:



1. Сайт дистанційного навчання. URL : <https://test-d-learn.pnu.edu.ua/>
2. Курс «Комунікаційні інструменти для побудови репутації» // Prometheus. URL : <https://prometheus.org.ua/>
3. Boryshkevych I. Development of Pedagogical Staff as an Integral Element of Forming a Positive Image of an Educational Institution. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2021. Vol. 8. № 3. P. 52-59. <https://doi.org/10.15330/jpnu.8.3.52-59>
4. Боришкевич І. І., П'ятничук І. Д. Планування PR-кампанії на прикладі громадської організації. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18. С. 95-103. <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.95-103>
5. Боришкевич І. І., Дегтяр О. А., Подолян М. І. Ефективний бренд у сфері ресторанного бізнесу як складова брендингу міста: державно-управлінський аспект. *Електронне наукове видання «Публічне адміністрування та національна безпека»*. 2021. №5. <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2021-5-7637>
6. Захарова О. Привабливий бренд роботодавця: умови створення та інструменти оцінки. *Україна: аспекти праці*. 2018. №4. С.18-23.
7. Марті Ньюмеєр Zag. Найкращий посібник з брендингу : книга. Харків : Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2018. 192 с.
8. П'ятничук І. Д., Боришкевич І. І., Вовк М. Використання інформаційних систем для оцінки PR-кампаній. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL : <http://www.economyandsociety.in.ua/>
9. Роулз Деніел Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань : книга. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с. 10. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент: навч. Посібник. К. : НАУ, 2019. 156 с.
11. Танасічйук А. М. Бренд-менеджмент. Опорний конспект. Вінниця: Видавничо редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020.
12. Юрген Саленбахер Creative Personal Branding : книга. Харків : Видавництво «Фабула», 2019. 224 с.

13. Яцишина Л. Бренд-менеджмент і маркетингові технології. *Маркетинг в Україні*. 2017. № 6. С.12-13.
14. Балашов Д. В. Передумови ефективного впровадження бренду міста в Україні: державно-управлінський аспект. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 5. С. 134- 137.
15. Солдатенко І., Посильний І. Масова комунікація як інструмент брендингу міста. *Соціологічні студії*. 2019. № 2 (15). С. 55-63. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2019-02-55-63>
16. Кузьмук О. Територіальний брендинг як інструмент місцевого розвитку. *Вісник Львівського університету*. 2018. Вип. 16. С. 156-161.

10. Інформація про підвищення кваліфікації викладача

Викладач	Різновид підвищення кваліфікації
Гой Наталія Василівна	<ol style="list-style-type: none"> 1. Досвід роботи керівника в одному із закладів мережі «Pizza Plus Group». 2. Курс «Social Media Marketing», проведений консалтинговим агенством SMM School, 2016 р. 3. З 2017 року до сьогодні – тренер ГО «Школа бізнесу і менеджменту». 4. У 2020 році брала участь у робочих групах університету щодо ведення сторінки Instagram та святкування 80-ти річчя університету. 5. У 2021 році – амбасадор проекту «Найбільший урок у світі», UNICEF (ООН). 6. З квітня 2021 року до сьогодні – викладач курсів підвищення кваліфікації в Інституті післядипломної освіти та довузівської підготовки. 7. З серпня 2022 р. до сьогодні – агент Офісу підтримки вченого (УКРІНТЕІ). 8. З вересня 2022 р. до сьогодні – заступник директора ІПОДП з наукової роботи. 9. З вересня 2022 р. до сьогодні – голова Ради з науково-дослідної роботи студентів, аспірантів і молодих вчених Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 10. Онлайн-курс «Комунікаційні інструменти для побудови репутації», Prometheus, 19 березня 2020 р. 11. Онлайн-курс «Діалог та медіація: шлях до порозуміння», Prometheus, 1 квітня 2020 р. 12. Тренінг «Сам собі SMM», 2020 р. 13. Онлайн тренінг-семінар «Брендування ЗВО – запорука успіху в умовах конкуренції», НДНЦ «ПринцепС», 20 листопада 2020 р. 14. Онлайн-курс «Зміцнення викладання та організаційного управління в університетах», Prometheus, 5 лютого 2021 р. 15. Онлайн-курс «Наука про освіту: що повинен знати лідер освітнього стартапа», Prometheus, 8 вересня 2021 р. 16. Онлайн-курс «Цифрові інструменти Google для вищої освіти», Академія цифрового розвитку, 23 червня 2022 р. 17. Підвищення кваліфікації на кафедрі економіки, менеджменту та адміністрування Херсонського державного університету, 180 год, 18 травня – 3 червня 2022 р.

11. Контактна інформація

Кафедра	Кафедра менеджменту в інформаційних технологіях м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57,  каб. 111 (вхід з вул. Чорновола)  kmit@pnu.edu.ua  kutba@pnu.edu.ua
Викладач	Гой Наталія Василівна кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту в інформаційних технологіях
Контактна інформація викладача	 nataliya.hoy@pnu.edu.ua Робочі години: Пн-Пт – 8:30 – 17:00

12. Політика навчальної дисципліни

Академічна добросесність	<p>Дотримання академічної добросесності засновується на ряді положень та принципів академічної добросесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none">• Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».• Положення про Комісію з питань етики та академічної добросесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».• Положення про запобігання академічному плагіату та інших видів академічної нечесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».• Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».• Склад комісії з питань етики та академічної добросесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».• Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної добросесності». <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</p>
-----------------------------	---

<p>Пропуски занять (відпрацюванн я)</p>	<p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.) (див. ст. 4). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Виконання завдання пізніше встановленого терміну</p>	<p>У разі виконання завдання здобувачем освіти пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання – «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019; із внесеними змінами наказом № 212 від 06.04.2021 р.) (див. ст. 4-5). Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Невідповідна поведінка під час заняття</p>	<p>Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти». Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Неформальна освіта</p>	<p>Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019; із внесеними змінами наказом № 80 від 12.02.2021 р.) Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>



«Бренд – це шосте чуття споживача щодо продукту, послуги чи організації»

Марті Ньюмейер

Викладач _____ Гой Н. В.