



Силабус освітнього компонента

Програма навчальної дисципліни



1.2.5 Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу

Шифр та назва спеціальності
075 Маркетинг

Інститут
ННІ економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу

Освітня програма
Маркетинг

Кафедра
Маркетингу (201)

Рівень освіти
Доктор філософії

Тип дисципліни
Спеціальна (фахова), Обов'язкова

Семестр
3

Мова викладання
Українська

Викладачі, розробники



Кітченко Олена Миколаївна

Olena.Kitchenko@khp.edu.ua

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу

Автор та співавтор понад 80 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 3-х підручників, 4 монографій з актуальних проблем маркетингу і економіки.

Основні дисципліни: «Стратегічний маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Рекламні технології», «Медіапланування»

[Детальніше про викладача на сайті кафедри](#)

Загальна інформація

Анотація

Дисципліна спрямована на оволодіння фундаментальними систематизованими знаннями щодо особливостей застосування інноваційних технологій в педагогічній діяльності вищої освіти сфери маркетингу. Здобувачі зможуть в повній мірі опанувати інтерактивні технології навчання: ігри, тренінги, кейси, ігрове проектування та інші креативні техніки, для розвитку своїх базових компетентностей, що формують подальші необхідні вміння та навички, створюють умови для готовності впроваджувати їх в реальну практику.

Мета та цілі дисципліни

Надання системних знань щодо застосування інноваційних технологій педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу та формування практичних вмінь та навичок роботи з інструментами інноваційного маркетингу у освітній діяльності сфери вищої освіти.

Формат занять

Лекції, практичні заняття, консультації, самостійна робота. Підсумковий контроль - залік

Компетентності

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК04. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.

СК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті.

СК05. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами

Результати навчання

РН04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.

РН05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 120 год. (4 кредити ECTS): лекції – 20 год., практичні заняття – 20 год., самостійна робота – 80 год.

Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)

Для успішного оволодіння курсом необхідно мати знання та практичні навички з маркетингу, маркетингу знань.

Особливості дисципліни, методи та технології навчання

Під час проведення лекційних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання кейсів, проведення ділових ігор. Поточний контроль здійснюється у формі усного опитування, онлайн-тестування.

Програма навчальної дисципліни

Теми лекційних занять

Тема 1. Інноваційне середовище ринку освіти сфери маркетингу.

Тема 2. Активізація навчального процесу вищої освіти сфери маркетингу.

Тема 3. Інформаційне середовище освітнього закладу.

Тема 4. Застосування інтенсивних технологій навчання при вивченні маркетингових дисциплін.

Тема 5. Використання технологій аналізу ситуацій для активного навчання.

Тема 6. Застосування мозкових штурмів з використанням онлайн сервісів (дошка MIRROR).

Тема 7. Комплексні технології активного навчання.

Тема 8. Ігрові інтерактивні форми навчання в маркетингу.

Тема 9. Технологія зворотного зв'язку на ігрових заняттях.

Тема 10. Комплекс маркетингових комунікацій на основі віртуального освітнього простору.

Теми практичних занять

Тема 1. Традиційні та інноваційні підходи до навчального процесу в сфері маркетингу.

Тема 2. Ключові характеристики та педагогічні можливості інтенсивних технологій.

Тема 3. Сервіси з організації процесу навчання.

Тема 4. Процес створення інтелект-карти.

Тема 5. Ігрове проектування в маркетингу.

Тема 6. Основи роботи із дошкою Mirror.

Тема 7. Проведення майстер-класів.

Тема 8. Навички розробки рольових ігор.

Тема 9. Навички створення портфоліо.

Тема 10. Методика розробки навчальних та соціальних проектів в сфері маркетингу.

Теми лабораторних робіт

Лабораторні роботи в рамках дисципліни не передбачені.

Самостійна робота

Індивідуальне завдання в рамках дисципліни не передбачено

Література та навчальні матеріали

Основна література:

1. Ящук Т. А. Особливості маркетингу освітніх послуг закладу вищої освіти. Економіка, управління та адміністрування, 2020. №4(90), 100–104. [https://doi.org/10.26642/ema-2019-4\(90\)-100-104](https://doi.org/10.26642/ema-2019-4(90)-100-104)
2. Долгопол О. О., Кір'янова О. В. Інноваційні методи і технології у вищій освіті України: сучасний аспект. Наукові записки. Серія: Педагогічні науки, 2021. №194, 101-106.
3. Інноваційні технології у підготовці студентів педагогічних ЗВО: монографія. - Одеса: ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2021. 405 с.
4. Kharatova S. K., Ismailov T. X. O. G. L. Use of innovative technologies in the educational process. Science and Education, 2020. № 3(3), 713-718.
5. Педагогічна інноватика : навчально-методичний посібник : Авториупорядники: Цюняк О. П., Довбенко С. Ю., Івано-Франківськ : Видавець Кушнір Г. М., 2019. 190 с.

Додаткова література:

1. Четверик О. Г. Застосування інноваційних технологій при викладанні економічних дисциплін. Управління змінами та інновації, 2021, №2, 87-91.
2. Марченко Т. В. Творча лабораторія як форма особистісно-професійного зростання викладачів в умовах інноваційних змін. Сучасний рух науки: тези доп. XIII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 18-19 жовтня 2021 р. ФОП Мареніченко ВВ. Дніпро, 2021. с. 166.
3. Панченко В. А., Черненко О. В. Міжнародні процеси інтеграції освіти і науки з підприємницькою діяльністю. Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. 2022, №204 с. 46-51.
4. Nematovich V. A. Z., Karimberdiyevich S. S. Teaching perspective based on innovative technologies. Web of Scientist: International Scientific Research Journal. 2022. №3(1). p. 678-687.

Система оцінювання

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

100% підсумкове оцінювання у вигляді заліку (40%) та поточного оцінювання (60%).

Залік (тестування) – 40 балів;

Поточне оцінювання:

- 30 балів - оцінювання завдань на практичних заняттях;
- 30 балів - поточні контролю на практичних заняттях;

Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

Норми академічної етики і політика курсу

Здобувач повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності

НТУ «ХПІ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХПІ» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

Погодження

Силабус погоджено

28.08.2023 р.



Завідувач кафедри
Діана РАЙКО

28.08.2023 р.



Гарант ОП
Діана РАЙКО