



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ **ВК 3. МАРКЕТИНГ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ** (дисципліна за вибором)

Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань 01 «Освіта / Педагогіка»
Спеціальність 011 «Освітні, педагогічні науки»
Освітньо-професійна програма «Освітні, педагогічні науки»

Мова викладання українська

Розробник доц. Леся Бабич
Портфоліо викладача
<http://moodle.lvet.edu.ua/moodle/user/profile.php?id=221>
E-mail lesjbabutch@gmail.com
Сторінка курсу в Віртуальному навчальному середовищі
<http://moodle.lvet.edu.ua/moodle/course/view.php?id=1839>

Консультації за графіком

1. Анотація дисципліни

В умовах висококонкурентного ринкового середовища успішна діяльність закладів освіти можлива лише за умови розробки та провадження маркетингової стратегії розвитку, основу якої складає орієнтація на попит, формування конкурентоспроможної пропозиції та її маркетинговий супровід. Практика застосування маркетингових технологій у процесі надання освітніх послуг є важливою компонентою підготовки висококваліфікованих викладачів закладів освіти.

2. Мета та завдання дисципліни

Мета: формування системи знань концептуальних основ маркетингу освітніх послуг та набуття практичних вмінь, навичок використання сучасних маркетингових технологій в діяльності закладів освіти з метою підвищення їх конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

Завдання: вивчення категорій, систем та алгоритмів маркетингу освітніх послуг; окреслення особливостей застосування методів, прийомів та інструментів маркетингу в діяльності організацій сфери освітніх послуг з метою підвищення їх конкурентоспроможності на ринку; набуття практичних навичок системного дослідження та прогнозування ринку освітніх послуг, розробки маркетингових стратегій закладів освіти та інструментів їх реалізації, розв'язування конкретних маркетингових завдань та приймання обґрунтованих рішень; виховування здатності до творчого пошуку напрямів та резервів удосконалення маркетингової діяльності закладів освіти тощо.

3. Пререквізити

Вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг освітніх послуг» ґрунтується на таких засвоєних навчальних дисциплінах: «Філософія освіти та педагогічна етика», «Законодавство в галузі», «Психологія вищої освіти», «Педагогіка вищої освіти», «Інформаційно-комунікаційні технології в освіті», «Освітній менеджмент».

4. Постреквізити

Навчальна дисципліна передуює таким освітнім компонентам, як магістерська практика та написання кваліфікаційної роботи.

5. Результати навчання. Відповідно до освітньо-професійної програми «Освітні, педагогічні науки» вивчення дисципліни забезпечує набуття здобувачами таких компетентностей та програмних результатів навчання:

<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність розв'язувати проблеми, задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері освітніх, педагогічних наук.
<i>Програмні результати навчання</i>	Знати основні категорії маркетингу освітніх послуг, концептуальні основи та сфери його застосування. Вміти досліджувати ринок освітніх послуг, прогнозувати ринкові тенденції, розробляти та застосовувати маркетинговий інструментарій, оцінювати його ефективність, приймати рішення в складних та непередбачуваних умовах.

6. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Всього годин	
	Денна форма здобуття освіти	Заочна форма здобуття освіти
Семестр	3	3
Кількість кредитів/годин	3,0/90	3,0/90
Усього годин аудиторної роботи	12	12
в т.ч.:		
- лекційні заняття, год.	6	6
- практичні заняття, год.	6	6
- лабораторні заняття, год.	-	-
- семінарські заняття, год.	-	-
Усього годин самостійної роботи	78	78
Форма підсумкового контролю	Залік	

7. Дидактична карта дисципліни

Назви тем	Кількість годин											
	денна форма здобуття освіти (ДФЗО)						заочна форма здобуття освіти (ЗФЗО)					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
<i>1</i>	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Маркетинг освітніх послуг та його сучасна концепція	6	2	2			2	6	2	2			2
Тема 2. Ринок освітніх послуг	8	2	2			4	8	2	2			4
Тема 3. Маркетингові дослідження ринку освітніх послуг	14	2	2			10	14	2	2			10
Тема 4. Маркетингова товарна та цінова політика закладу освіти	8	-	-			8	8	-	-			8

Тема 5. Маркетингова політика комунікацій у сфері освітніх послуг	6	-	-			6	6	-	-			6
Інші види самостійної роботи	48					48	48					48
Усього годин	90	6	6			78	90	6	6			78

8. Рекомендована література

Основна

1. Біленко Д.В. Особливості провадження маркетингових заходів у сфері освітніх послуг. *Науковий журнал Донецького національного університету імені Василя Стуса. Економіка і організація управління*. 2018. №3 (31). С. 57-64. URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/issue/view/195> (дата звернення: 15.05.2022).
2. Білобровко Т. І., Юрійчук Н. Д. Маркетинг освіти: кредитно-модульний курс : навч. посіб. Переяслав-Хмельницький, 2016. 153 с.
3. Добрянська В. В., Кодак О. А., Верпета Я. В. Розвиток маркетингу закладів вищої освіти на основі дослідження поведінки споживачів освітніх послуг. *Ефективна економіка*. 2020. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8065> (дата звернення: 06.05.2021).
4. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів : Львівський торговельно-економічний університет, 2018. 508 с. URL: https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/11841/1/Marketing_poslyg_30.01.2018_%D0%A0%D0%95%D0%94.pdf (дата звернення: 06.05.2021).
5. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин, Р. Окрепкий, В. Дудар, С.Хрупович, О. Борисяк ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/42757/3/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%202021%20%283%29%20%281%29.pdf> (дата звернення: 18.05.2022).
6. Маркетинг : навч. посіб. / Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О.; за заг. ред. проф. Старостіної А. О. Київ : НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
7. Маркетинг образовательных услуг : монография / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. О. В. Прокопенко. – Ruda Śląska : «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», 2016. 168 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/59120/1/Marketing_2016.pdf;jsessionid=059E998B0E384D08F6E9EB732BDA80D4 (дата звернення: 04.05.2021).
8. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Квятко Т.М. та ін. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
9. Маркетингові дослідження : підручник / Косар Н. С., Мних О. Б., Крикавський Є. В., Леонова С. В.. Львів, 2018. 460 с.
10. Моголова А. Ю. Решетнікова І. В. Особливості маркетингу на ринку освітніх послуг. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. В.10. Ч.2. С. 21-25. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/10_2_2016ua/6.pdf (дата звернення: 04.05.2021).
11. Оболенська Т. Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід : монографія. Київ : КНЕУ, 2001. 208 с.
12. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: <https://econom.lnu.edu.ua/wp->

content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf (дата звернення: 02.05.2021).

Допоміжна

13. Алдошина М. В., Стрижак О. О. Особливості брендингу закладу вищої освіти на ринку освітніх послуг. 2019. URL: http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/21741/1/4_2019_%D0%90%D0%BB%D0%B4%D0%BE%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%B0_%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%B6%D0%B0%D0%BA_%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F.pdf (дата звернення: 04.05.2021).

14. Гринкевич О. Прогнозування попиту на ринку освітніх послуг в Україні (на прикладі обсягів вступу у ВНЗ України). *Економічний часопис східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2016. № 2. С. 83–89. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2016_2_17 (дата звернення: 04.05.2021).

15. Гончарова О. В. Маркетинг на ринку освітніх послуг. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. В. 49. С. 169–178. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILEA=&2_S21STR=Vzuk_2018_49_23 (дата звернення: 10.05.2022).

16. Євсейцева О. С., Новіков Д. В. Особливості розробки стратегії вищого навчального закладу. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/3_2017/17.pdf (дата звернення: 18.05.2022).

17. Костриченко В.М., Красовська Ю.В. Методичні особливості формування цін на платні послуги вищих навчальних закладів. *Економіка і суспільство*. 2017. В. 13. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/86.pdf (дата звернення: 06.05.2021).

18. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер с англ. Москва; Санкт-Петербург; Киев: Вильямс, 2007. 656 с.

19. Крахмальова Н.А. Роль інтегрованих маркетингових комунікацій у контексті успішного функціонування вищих навчальних закладів. URL: https://www.knutd.edu.ua/publications/pdf/Visnyk/2013-5/379_388.pdf (дата звернення: 02.05.2021)

20. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. 4-е изд. Пер. с англ. Москва; Санкт-Петербург; Киев : Вильямс, : Вильямс, 2005. – 1008 с.

21. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін.. Дніпро: Біла К.О., 2019. 300 с

22. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю.. Маркетинг : навч. посіб. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с. URL: https://dut.edu.ua/uploads/1_1656_31348223.pdf. (дата звернення: 10.05.2021).

23. Поведінка споживача : навч. посібник / Бабко Н.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Романюк І.А., Квятко Т.М. Харків : ХНТУСГ, 2020. 170 с.

24. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18.#Text> (дата звернення: 15.05.2022).

25. Ромашенко К. М. Основні методи ціноутворення на ринку освітніх послуг. *Економічний простір*. 2018. № 133. С. 214-220. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/816/1/Romashchenko.pdf> (дата звернення: 18.05.2022).

26. Рябова З. В. Маркетингові дослідження в управлінні навчальним закладом. *Економічна наука*. URL: https://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/metod_upr_osvit/v_5/23.pdf (дата звернення: 20.05.2022).

27. Сидорова А. В., Кобідзе Н. Н. Особливості послуг вищої освіти в новій економіці. *Економіка і організація управління*. 2019. № 4 (36). С. 40-47. URL: <https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/262/1/6.pdf> (дата звернення: 20.05.2022).

28. Чайка І. П. Дослідження концепту «якість освітньої послуги вищого навчального закладу» *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка*, 2018.

В. 2(10). С. 42–49.. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/8177/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F%20%D1%83%20%D0%9C%D1%83%D0%BA%D0%B0%D1%87%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D0%B2%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D1%83%20%2842-49%29.pdf> (дата звернення: 10.05.2021).

29. Яцентюк С.В. Маркетингові стратегії брендингу на ринку освітніх послуг: аспекти конкурентоспроможності ЗВО. *Економічний вісник. Маркетинг*. 2019. №2. С. 123–131. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2019/2/EV20192_123-131.pdf (дата звернення: 20.05.2022)

30. Ящур Т.А. Особливості маркетингу освітніх послуг закладу вищої освіти. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. №4 (90). С. 100–104. URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/192497> (дата звернення: 19.05.2022).

9. Інформаційні ресурси

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний веб-сайт Головного управління статистики у Львівській області. URL: <http://lv.ukrstat.gov.ua/>
3. Офіційний веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>
4. Офіційний веб-сайт Американської асоціації маркетингу. URL: <https://www.ama.org/>
5. Офіційний веб-сайт Міністерства освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/ua>

Силабус навчальної дисципліни розглянутий та схвалений на засіданні кафедри маркетингу протокол № 8 від «22» квітня 2022 року
Завідувач кафедри _____

доц. Поперечний С.І.

Погоджено навчально-методичною комісією Спеціальності «Освітні, педагогічні науки» Протокол № 6 від «16» червня 2022 р.
Голова НКМС _____

Смолінська О.Є.

Затверджено рішенням навчально-методичної ради факультету громадського розвитку і здоров'я протокол № 10 від «22» червня 2022 р.
Голова НМРФ _____

Сливка Н.Б.