

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет педагогічної освіти та соціальної роботи
Кафедра соціальної роботи та педагогіки вищої школи

СИЛАБУС

нормативного освітнього компонента

Освітній менеджмент і маркетинг

(назва освітнього компонента)

підготовки магістра

(назва освітнього рівня)

Спеціальності 11 Освітні, педагогічні науки

(шифр і назва спеціальності)

освітньо-професійної програми Освітні, педагогічні науки

Силабус освітнього компонента «Освітній менеджмент і маркетинг» підготовки магістра, галузі знань 01 Освіта/Педагогіка, спеціальності 11 Освітні, педагогічні науки, за освітньо-професійною програмою Освітні, педагогічні науки.

Розробник: Колосок Андрій Мирославович, кандидат економічних наук, доцент

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми:



(доц. Белкіна-Ковальчук О. В.)

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи протокол № 2 від 4 вересня 2024 р.,

Завідувач кафедри:



(проф. Чернета С.Ю.)

І. Опис освітнього компонента

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній ступінь	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	01 Освіта/Педагогіка 11 Освітні, педагогічні науки Освітні, педагогічні науки Магістр	Нормативна
Кількість годин/кредитів <u>120/4</u>		Рік навчання <u>2</u>
		Семестр <u>3-ий</u>
		Лекції <u>20</u> год.
		Практичні (семінарські) <u>20</u> год.
		Лабораторні _____ год.
ІНДЗ: €		Індивідуальні _____ год.
		Самостійна робота <u>72</u> год.
	Консультації <u>8</u> год.	
Мова навчання	Форма контролю: екзамен	
	Українська	

ІІ. Інформація про викладача (- ів)

ППП [Колосок Андрій Мирославович](#)

Науковий ступінь кандидат економічних наук

Вчене звання доцент

Посада доцент кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи

Контактна інформація

Телефон +380667288130

Електронна пошта Kolosok.Andrew@vnu.edu.ua

Дні занять <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

ІІІ. Опис освітнього компонента

1. Освітній компонент «Освітній менеджмент і маркетинг» належить до циклу нормативних дисциплін професійної підготовки магістра, галузі знань 01 Освіта/Педагогіка, спеціальності 11 Освітні, педагогічні науки, за освітньо-професійною програмою Освітні, педагогічні науки. Вивчається в третьому семестрі, формою підсумкового контролю є екзамен. На вивчення освітнього компонента відведено 4 кредити (120 годин), у тому числі: 20 годин лекційних, 20 год. практичних, 8 год. консультації та 72 год. самостійної роботи.

Вивчення освітнього компонента «Освітній менеджмент і маркетинг» сприятиме підвищенню рівня професійної компетентності майбутніх магістрів з освітніх, педагогічних наук, їх готовності кваліфіковано і майстерно виконувати свої професійні обов'язки, забезпечить оволодіння сучасними теоретичними і прикладними знаннями з освітніх та педагогічних технологій.

2. Пререквізити:

Для освоєння освітнього компонента використовують знання, вміння і навички сформовані у ході вивчення ОК «Правові аспекти освітньої діяльності», ОК «Сучасні освітні технології».

Постреквізити:

Освоєння даного освітнього компонента є необхідним для подальшого написання кваліфікаційної роботи.

3. **Мета** - засвоєння здобувачами освіти цілісної системи знань про основи освітнього менеджменту і маркетингу, опанування принципів, методів і технологій управління в освітній сфері, формування умінь та навичок використання інструментів маркетингу в освітньому закладі.

Завдання освітнього компонента: вивчити основи менеджменту в освіті; розглянути систему та основні методи управління; засвоїти стилі керівництва в системі освіти; вивчити структуру державного управління системою освіти; розглянути маркетинг і його роль в регулюванні ринку освітніх послуг; дослідити зовнішнє маркетингове середовище закладу освіти; дослідити внутрішнє маркетингове середовище закладу освіти; навчитись розробляти маркетингову стратегію закладу освіти.

4. Освітній компонент спрямований на формування *інтегральної компетентності* (ІК. Здатність розв'язувати проблеми, задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері освітніх, педагогічних наук);

загальних компетентностей (ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу і синтезу. ЗК2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК5. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК6. Здатність виявляти, ставити та розв'язувати проблеми. ЗК7. Здатність до міжособистісної взаємодії. ЗК8. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо);

спеціальних (фахових, предметних) компетентностей (СК1. Здатність проектувати і досліджувати освітні системи. СК5. Здатність розробляти і реалізовувати нові освітні інструменти, проекти та інтегрувати їх в освітнє середовище закладу освіти. СК6. Здатність управляти стратегічним розвитком команди в педагогічній, науково-педагогічній та науковій діяльності).

Очікувані результати навчання: РН3. Формувати педагогічно доцільну партнерську міжособистісну взаємодію, здійснювати ділову комунікацію, зрозуміло і недвозначно доносити власні міркування, висновки та аргументацію з питань освіти і педагогіки до фахівців і широкого загалу, вести проблемно-тематичну дискусію. РН5. Організовувати освітній процес на основі студентоцентрованого, компетентнісного, контекстного підходів та сучасних досягнень освітніх, педагогічних наук, управляти навчально-пізнавальною діяльністю, об'єктивно оцінювати результати навчання здобувачів освіти. РН6. Розробляти та реалізовувати інноваційні й дослідницькі проекти у сфері освіти/педагогіки та міждисциплінарного рівня із дотриманням правових, соціальних, економічних, етичних норм. РН9. Здійснювати пошук необхідної інформації з освітніх/педагогічних наук у друкованих, електронних та інших джерелах, аналізувати, систематизувати її, оцінюючи достовірність та релевантність. РН10. Приймати ефективні, відповідальні рішення з питань управління в сфері освіти/педагогіки, зокрема у нових або незнайомих середовищах, за наявності багатьох критеріїв та неповної або обмеженої інформації.

Soft skills: вміння налагоджувати міжособистісні контакти; вміння працювати в команді; креативність; вміння прогнозувати, гнучкість, швидка адаптація до змін та ін.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ:

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації: *словесні:* лекція із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (PowerPoint – Презентація, платформа Zoom, Office 365), пояснення, розповідь, бесіда; *наочні:* спостереження, ілюстрація, демонстрація; *практичні:* *вправи.*

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом науково-педагогічного викладача; самостійна робота здобувачів освіти: з книгою; виконання індивідуальних навчальних проєктів.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо), ретроспективний метод.

5. Структура освітнього компонента

Таблиця 2

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю ² / Бали
Змістовий модуль І. Теоретико-методологічні засади освітнього менеджменту						
Тема 1. Основи менеджменту в освіті. Визначення поняття «менеджмент» та «управління». Сутність та складові менеджменту освіти. Професійна специфіка менеджменту в освіті. Психологічні компоненти в загальноуправлінських функціях менеджера освіти.	13	2	2	8	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/З
Тема 2. Система та основні методи управління. Поняття про системи. Управлінська система в організації освіти. Система управління освітою. Методика визначення особистісних характеристик керівника та їх роль у застосуванні психологічних методів управління.	13	2	2	8	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/З
Тема 3. Керівник-менеджер в системі освіти. Стилі керівництва. Роль та функції адміністратора в системі освіти. Вимоги до характерологічних, особистісних, професійних рис керівника. Демократичний, авторитарний та змішаний стилі керівництва.	15	2	2	10	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/З
Тема 4. Державне управління системою освіти. Принципи освітньої політики в Україні. Законодавче забезпечення системи освіти. Державні органи управління системою освіти. Моніторинг якості освіти	19	4	4	10	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/6
Разом за модулем 1	60	10	10	36	4	15
Змістовий модуль ІІ. Використання інструментів маркетингу в закладі освіти						
Тема 5. Маркетинг і його роль в регулюванні ринку освітніх послуг. Визначення поняття «маркетинг». Сутність та складові маркетингу освітніх послуг. Значення маркетингу в галузі освіти. Специфіка маркетингу в сфері освіти. Кошторис і вартість освітніх послуг.	13	2	2	8	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/З
Тема 6. Зовнішнє маркетингове середовище закладу освіти. Сутність та значення зовнішнього середовища закладу освіти. Характеристика чинників зовнішнього середовища. Діагностика зовнішнього середовища.	13	2	2	8	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/З

Методика оцінювання впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність начального закладу.						
Тема 7. Внутрішнє маркетингове середовище закладу освіти. Сутність та значення внутрішнього середовища закладу освіти. Характеристика чинників внутрішнього середовища. Діагностика внутрішнього середовища. Методика оцінювання впливу факторів внутрішнього середовища на діяльність начального закладу.	15	2	2	10	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/З
Тема 8. Маркетингова стратегія. Аналіз впливу ринкового середовища на маркетинг освітніх послуг. Розробка стратегії маркетингу для закладів освіти. Формування маркетингового комплексу для закладів освіти. Аналіз і прогноз ринку освітніх послуг. Ефективність маркетингу в сфері освітніх послуг.	19	4	4	10	1	ДС, ДБ, РЗ/К, Т/6
Разом за модулем 2	60	10	10	36	4	15
Види підсумкових робіт						Бал
Модульна контрольна робота						60/Т
МКР 1						30
МКР 2						30
ІНДЗ						10
Всього годин/ Балів	120	20	20	72	8	100

Примітки: ^{1/} Методи та форми контролю: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/ІРС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота здобувача освіти, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

6. Завдання для самостійного опрацювання.

Відео 1. Грантовий менеджмент. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KtWHxctnHYk>

Відео 2. Діджитал маркетинг. Пошук цільових аудиторій в інтернеті. Пошукове дослідження. URL: https://www.youtube.com/watch?v=P_7xzdkyisM

Відео 3. Для чого маркетинг у школі? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=u0qB8vBe6kk>

Відео 4. Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації. URL: https://www.youtube.com/watch?v=y_4gep4DdEc

Відео 5. Діджитал маркетинг. Онлайн дослідження, створення опитувань. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-gzCqB8kWAE>

Відео 6. Діджитал маркетинг. Цільова аудиторія. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RgUgpTpSWOc>

Відео 7. Стрес-менеджмент. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AudeE4hhHw8>

Відео 8. Менеджмент. Поняття та сутність менеджменту. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VvFywmh9cQY&list=PLiIhY4SV2-s2oye28jnEqbsmNvTeGTJZS>

Відео 9. Освітній менеджмент. URL: https://www.youtube.com/watch?v=p5_Y66-ujdE

Відео 10. Тайм-менеджмент: прості способи управління часом. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hyWko38jKKc>

Відео 11. Упровадження мовного менеджменту в освіті: практики та зміни. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mSzc9sux1RQ>

Відео 12. Email-маркетинг. Збільшення кількості перших продажів. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=Zcnc056ItM>

Відео 13. Менеджмент як наука і мистецтво управління. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=5PNS8wztajA>

Відео 14. URL: Основи маркетингу та логістики інновацій в професійній освіті. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=3YLhAf2Rfm0>

Відео 15. Що таке маркетинг та за що він відповідає? URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=XFOI2Uqiz2k>

Відео 16. Інтернет-маркетинг: що це і навіщо? URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=GUvjhOGjGAU>

Відео 17. Підсумкове Освітній менеджмент. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=a7jWtQFXLaQ>

Відео 18. День 2. Практичні кейси: освітній менеджмент, психолого-педагогічна підтримка, інклюзивний підхід. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GmCP4tsSwDk>

Відео 19. День 2. Практичні кейси: освітній менеджмент, психолого-педагогічна підтримка, інклюзивний підхід. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ex2Hc2OSyH8>

Відео 20. День 3. Практичні кейси: освітній менеджмент, психолого-педагогічна підтримка, інклюзивний підхід. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Q4ujrB9CEPY>

7. Індивідуально науково-дослідне завдання (ІНДЗ)

Індивідуально-дослідне завдання (ІНДЗ) видаються здобувачам освіти на першому занятті, і виконуються здобувачем самостійно у письмовій формі при консультуванні з викладачем. Заклад вищої освіти для виконання ІНДЗ здобувач освіти обирає самостійно, але без повторень в межах навчальної групи. Максимальна кількість балів за **ІНДЗ 10 балів**.

Завдання. Розробіть маркетингову стратегію закладу вищої освіти.

Критерії оцінювання ІНДЗ

10 балів - здобувач освіти самостійно обґрунтовує, викладає своє бачення, логічно, цілісно, послідовно та стилістично, граматично правильно будує відповідь; аналізує різні погляди для кожної ситуації, наводить два доречні аргументи, використовує набуту з різних джерел інформацію для розв'язання поставлених ситуацій; вкінці робить висновок, який органічно впливає зі сформульованої тези, аргументів і прикладів; робота відзначається багатством слововживання та художньою цінністю.

5 балів - здобувач освіти самостійно обґрунтовує, викладає своє бачення, логічно, цілісно, послідовно та стилістично, граматично правильно будує відповідь; аналізує різні погляди для кожної ситуації, наводить один доречний аргумент; вдало добирає лексичні засоби; висновок впливає із проблеми, яка аналізується; у роботі є недоліки: відхилення від теми, порушення послідовності її викладу; висловлювання не завжди обґрунтовані, не підкріплені фактичним матеріалом, переходить між ними не є вмотивованими.

0 балів - здобувачем освіти висловлення не відповідають або частково відповідають проблемі, яка розглядається; лексика і граматична будова мовлення на елементарному рівні; теза не відповідає запропонованій темі; наведені аргументи не є доречними; прикладу немає або він не є доречним.

IV. Політика оцінювання

Оцінювання знань здобувачів освіти ОК «Освітній менеджмент і маркетинг» здійснюється на основі результатів поточного і підсумкового модульного контролю знань згідно «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки». Завдання поточного контролю – перевірка навчальних досягнень здобувачів освіти. Завдання підсумкового модульного контролю – перевірка розуміння і засвоєння здобувачами освіти програмового матеріалу загалом, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання засвоєних знань, уміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми ОК тощо. Оцінювання здійснюється за **100-бальною** шкалою.

Формою контролю вивчення ОК «Освітній менеджмент і маркетинг» є екзамен.

Максимальна кількість балів за поточний контроль з освітнього компонента становить 40 балів. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має за мету перевірку рівня підготовленості здобувачів освіти до виконання конкретної роботи. Поточний контроль реалізується в різних формах, зокрема опитування, захист проєктів, робота в малих групах, індивідуальна робота студентів, виступи на практичних заняттях, участь у дискусіях та дебатах, експрес-контроль, перевірка результатів виконання різноманітних індивідуальних науково-дослідних завдань, контроль засвоєння того навчального матеріалу, який заплановано на самостійне опрацювання здобувачем, тощо. Максимальний бал за кожну з форм роботи визначено у таблиці 2 силабуса освітнього компонента. Результат самостійної роботи здобувачів освіти оцінюється на практичних заняттях із відповідної теми. За активність на заняттях здобувач освіти може додатково отримати до 20 % максимального поточного бала, але при цьому сума поточних балів за семестр не повинна перевищувати, як правило, 40.

За рішенням кафедри студентам, які брали участь у роботі конференцій, підготовці наукових публікацій, в олімпіадах, конкурсах студентських наукових робіт й досягли значних результатів, може бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю. Систему бонусних балів погоджує науково-методична комісія факультету.

Підсумковий модульний контроль здійснюється після завершення вивчення тем змістового модуля у формі виконання здобувачем освіти модульної контрольної роботи у вигляді письмового або комп'ютерного тестування та проводиться або під час навчального заняття (його частини). Максимальний бал, отриманий за модульні контрольні роботи, становить 60 балів.

Підсумкова модульна оцінка визначається в балах як сума поточної та контрольної модульних оцінок. Модуль зараховується здобувачеві, якщо він успішно виконав всі види навчальної роботи, передбачені силабусом освітнього компонента. Перескладання будь-яких видів робіт, передбачених силабусом освітнього компонента, з метою підвищення підсумкової модульної оцінки не дозволяється. Заборгованість із модуля повинна бути ліквідована здобувачем у позааудиторний час на консультаціях за графіком, затвердженим на засіданні кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи до початку підсумкового контролю з наступного модуля. Кінцевий термін ліквідації заборгованості з модульного контролю обмежується початком заліково-екзаменаційної сесії.

Якщо з дисципліни підсумкова оцінка (бали) з освітнього компонента як сума підсумкових модульних оцінок становить не менше як 75 балів, то, за згодою здобувача освіти, вона може бути зарахована як підсумкова оцінка з ОК (навчальної дисципліни). Така оцінка виставляється в день проведення екзамену в присутності здобувача освіти. Іспит складається у випадку, якщо здобувач освіти бажає підвищити рейтинг або у випадку незадовільної підсумкової семестрової оцінки. У цьому випадку бали, набрані здобувачем за результатами модульних контрольних робіт, анулюються.

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття – на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати відповідну кількість балів, які були визначені на дану тему заняття. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної освітньої (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації».

Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Списування під час

контрольних та самостійних робіт, іспиту заборонені (зокрема, з використанням мобільних девайсів). Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Кодексу академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, навчання за програмою подвійного диплома, з використанням елементів дуальної форми здобуття освіти, міжнародне стажування) навчання може відбуватись за індивідуальним графіком (в онлайн режимі за погодженням із деканом факультету).

Визнання результатів навчання, отриманих здобувачами вищої освіти у неформальній та/або інформальній освіті, здійснюється на добровільній основі та передбачає підтвердження того, що здобувач досяг результатів навчання, передбачених ОПП, за якою він навчається. Визнанню можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, курсовій роботі (проєкту), контрольній роботі тощо, які передбачені програмою (силабусом) освітнього компонента (Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у ВНУ імені Лесі Українки).

V. Підсумковий контроль

Іспит проводиться у вигляді письмового або комп'ютерного тестування. Здобувачам освіти пропонуються тестові завдання у кількості 30 запитань (по 2 бали). Максимальна оцінка за іспит – **60 балів**.

Види тестових завдань:

- з вибором однієї правильної відповіді;
- з вибором декількох правильних відповідей;
- на встановлення відповідності запропонованих наборів тверджень;
- завдання на відтворення правильної відповіді (формулювань понять) по пам'яті;
- завдання відкритого типу, що передбачає розгорнуту відповідь.

Тестові завдання складаються відповідно до питань, винесених на іспит.

Програма іспиту затверджується на засіданні кафедри.

Складання та перескладання іспиту проводиться згідно розкладу. Повторне складання екзамену допускається не більше як два рази: один раз – викладачеві, другий – комісії, яку створює декан факультету.

Орієнтовні питання іспиту

1. Аналіз впливу ринкового середовища на маркетинг освітніх послуг.
2. Аналіз і прогноз ринку надання освітніх послуг.
3. Визначення поняття менеджмент та управління.
4. Вимоги до характерологічних, особистісних, професійних рис керівника.
5. Вироблення і прийняття управлінських рішень.
6. Внутрішнє маркетингове середовище закладу освіти.
7. Державне управління системою освіти.
8. Колективний договір в освіті, його суть та структура.
9. Етапи розробки маркетингової стратегії ЗВО.
10. Ефективність маркетингу в сфері освітніх послуг.
11. Ефективність менеджменту в сфері освітніх послуг.
12. Загальні принципи управління закладами освіти.
13. Значення керівника-менеджера в системі освіти.
14. Значення маркетингу в галузі освіти.
15. Зовнішнє маркетингове середовище закладу освіти.
16. Інформаційне забезпечення процесу управління.
17. Калькуляція вартості освітніх послуг.
18. Командний менеджмент як інноваційна форма управління.

19. Комітет Верховної Ради України з питань освіти, науки та інновацій: функції та структура.
20. Контроль в системі освіти.
21. Тайм-менеджмент в освіті.
22. Маркетинг і його призначення.
23. Маркетинг і його роль в регулюванні ринку освітніх послуг.
24. Маркетингова стратегія.
25. Методика визначення особистісних характеристик керівника та їх роль у застосуванні психологічних методів управління.
26. Міністерство освіти і науки України: функції та структура.
27. Моделі управління освітнім закладом.
28. Мотиваційне управління, його зміст.
29. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти: функції та структура.
30. Організаційні форми управлінської діяльності в школі.
31. Основні елементи маркетингу освіти.
32. Основні методи управління.
33. Особистісний підхід в менеджменті.
34. Особливості структури державного управління освітою в Україні.
35. Порядок розробки Освітньо-професійних програм.
36. Принципи освітньої політики України.
37. Професійна специфіка менеджменту в освіті.
38. Прямий і опосередкований шляхи управління.
39. Психологічні компоненти в загально управлінських функціях менеджера освіти.
40. Розробка стратегії маркетингу для закладів освіти.
41. Роль та функції адміністратора в системі освіти.
42. Система управління освітою в Україні.
43. Система управління: склад та функції.
44. Складові внутрішнього маркетингового середовища закладу освіти.
45. Складові зовнішнього маркетингового середовища закладу освіти.
46. Специфіка маркетингу в сфері освіти.
47. Стилi керівництва.
48. Стратегічне планування в маркетингу освіти.
49. Структура системи освіти України.
50. Сутність, мета і завдання маркетингових досліджень ринку освітніх послуг.
51. Суть особистісно-діяльнісного підходу в менеджменті.
52. Типи лідерів та основні стилі менеджменту.
53. Типи закладів освіти.
54. Трудові відносини в системі освіти.
55. Управління освітою в громадах.
56. Управлінська система в організації освіти.
57. Формування маркетингового комплексу для закладів освіти.
58. Функції маркетингу освіти.
59. Функціональні обов'язки посадових осіб загальноосвітніх закладів освіти.
60. Характер і особливості відкритих і закритих освітніх систем.

VI. Шкала оцінювання

Критерії оцінювання під час аудиторних занять

3 бали - Оцінюється робота здобувача освіти, який у повному обсязі володіє навчальним матеріалом за відповідною темою, вільно, самостійно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, в т.ч. самостійної роботи, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою

термінологією, розв'язує задачі стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки за умови особистого мультимедійного представлення завдання на практичному занятті.

2 бали - Оцінюється робота здобувача освіти, який достатньо повно володіє навчальним матеріалом за відповідною темою, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, в т.ч. самостійної роботи, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією. Але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.

1 бал - Оцінюється робота здобувача освіти, який відтворює значну частину навчального матеріалу за відповідною темою, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень та понять. Не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.

0,5 балів - Оцінюється робота здобувача освіти, який при відтворенні навчального матеріалу дає елементарну, фрагментарну відповідь, з початковим уявленням про предмет вивчення, не вміє застосувати теоретичні положення при розв'язанні задач.

0 балів - Оцінюється робота здобувача освіти, який не володіє навчальним матеріалом за відповідною темою та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

Шкала оцінювання знань здобувачів освіти з освітніх компонентів, де формою контролю є іспит

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	
		оцінка	пояснення
90–100	Відмінно	A	відмінне виконання
82–89	Дуже добре	B	вище середнього рівня
75–81	Добре	C	загалом хороша робота
67–74	Задовільно	D	непогано
60–66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
1–59	Незадовільно	Fx	Необхідне перескладання

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Бурдонос Л.І., Малишко В.В. Менеджмент і маркетинг в освіті: навчально-методичний посібник. Переяслав-Хмельницький. ФОП Домбровська Я.М., 2019. 90 с.
2. Крижко В. Менеджмент в освіті: Підручник. Київ: Освіта України, 2020. 465 с. URL: <https://www.scribd.com/document/628003122/Menedzhment-v-osviti>
3. Найдьонов І. М. Основи освітянського менеджменту: навч. посіб. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2019. 270 с. URL: https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/osn_osvit_men2.pdf
4. Немець Л. М. Педагогічний менеджмент: навчально-методичний посібник. Харків. 2019. 86 с. URL: http://soc-econom-region.univer.kharkov.ua/wp-content/uploads/2017/07/ПедМенеджмент_2019.pdf
5. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навчальний посібник. 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

Додаткова

6. Біланюк В.І., Котик Л.І. Освітній менеджмент в географії: виклики і можливості (на прикладі географічного факультету Львівського університету). *Наукові інновації та передові технології*. 2023. № 10(24). С. 531-543. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-10\(24\)-530-543](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-10(24)-530-543)
7. Гончарова О. В. Маркетинг на ринку освітніх послуг. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. Випуск 49. С. 169-178. URL: <http://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/download/51/47/>
8. Денєжніков С., Серга В. Умови формування маркетингової діяльності закладу вищої освіти. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2020. № 8 (102). С. 160-171. DOI: <https://doi.org/10.24139/2312-5993/2020.08/171-180>
9. Іванова Л.О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/handle/34606048/11841>
10. Колосок А. М., Бичук І. О. Менеджмент соціальних послуг територіальної громади в умовах воєнного стану. *Humanitas*. 2022. № 3. С. 92-99. DOI: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2022.3.13>
11. Колосок А.М., Рейкін В.С. Менеджмент соціального захисту безробітних. *Ввічливість. Humanitas*, 2023. № 2, С. 210–217. DOI: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2023.2.31>
12. Колосок А. М. Споживча упаковка в контексті соціально-етичного маркетингу. *Ввічливість. Humanitas*. 2021. № 2. С. 70-76. DOI: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2021.2.11>
13. Мармаза О. І. Менеджмент освітньої організації: навчально-методичний посібник. Харків: ТОВ «Щедра садиба», 2017. 126 с. URL: <http://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/1763>
14. Рейкін В.С., Колосок А.М. Теоретичні аспекти соціального менеджменту як об'єкта дослідження. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2023. № 1 (33). С. 16-23. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-01-96-100>
15. Савастєєва О.М., Труба В.І. Фінансовий менеджмент в закладах вищої освіти: сучасний стан і площина вдосконалення. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 9. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-08-05>
16. Ящук Т.А. Особливості маркетингу освітніх послуг закладу вищої освіти. *Економіка, управління та адміністрування*. 2020. №4 (90). С. 100–104. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2019-4\(90\)-100-104](https://doi.org/10.26642/ema-2019-4(90)-100-104)
17. Lialiuk A., Kolosok A., Skoruk O., Hromko L., Hrytsiuk N. Consumer packaging as a tool for social and ethical marketing. *Innovative Marketing*. 2019. № 15. P. 76–88. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/im.15\(1\).2019.07](http://dx.doi.org/10.21511/im.15(1).2019.07)
18. Sulistyorini S. Marketing Management of Educational Services in Early Childhood Education. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. 2023. № 7(2). P. 1312-1319.
19. Yenny Dewi Karimah, Surachman Surachman, Sunaryo Sunaryo. Strategies for Educational Service Marketing and Brand Equity Management in Educational Firms. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*. 2023. № 2(9). P. 3129-3143.

Інтернет-ресурси

20. Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/ua>
21. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. URL: <https://naqa.gov.ua/>
22. Комітет Верховної Ради України з питань освіти, науки та інновацій: функції та структура. URL: <https://kno.rada.gov.ua/>
23. Законодавство України. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/zak>
24. Департамент освіти Луцької міської ради. URL: <https://lutsk.osv.org.ua/>