



Львівський національний
університет
природокористування

Факультет управління,
економіки та права

Кафедра міжнародних
економічних відносин та
маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг у сфері освіти»

Рівень вищої освіти – *другий (магістерський) рівень*

Галузь знань – *07 «Управління та адміністрування»*

Спеціальність – *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма – *«Маркетинг»*

Кількість кредитів – 3

Компонент освітньо-професійної програми – *вибіркова*

Мова викладання – українська

Лектор курсу	ТОМАШЕВСЬКИЙ Юрій Михайлович
Профайл лектора	https://www.lnup.edu.ua/uk/kafmignarek/kolektyv-kafedry?id=3094
Контактна інформація	tomashum@gmail.com телефон: +380986020735

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Анотація курсу	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.
Мета курсу	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 курсу	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.
Пререквізити курсу	Маркетинг, маркетингові комунікації, управління розподілом та продажами, маркетингові дослідження та маркетинговий аналіз.
Формат курсу	проведення лекцій, практичних і семінарських занять та консультації для кращого розуміння тем, виконання самостійної роботи студентами, проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів тощо). В процесі навчання студентів проводяться різні види лекцій, зокрема тематичні лекції, лекції-дискусії, проблемні лекції, лекції із запрошенням практичних спеціалістів зі сфери маркетингу, комунікацій, лекції з виїздом на виробництво. Семінарські заняття студентів проводяться у вигляді семінарів-диспутів, семінарів з виступами студентів, семінарів-практикумів. Використовуються також ігрові методи інтерактивного навчання (дидактичні, ділові, рольові організаційно-діяльності ігри). На практичних заняттях застосовуються такі методи як дослідження, самостійна робота, розв'язування контрольних завдань, розбір ситуацій із практики, кейси та інше
Підсумковий контроль	Залік

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Зміст тем курсу
Тема 1. Маркетинг освітніх послуг та його сучасна концепція	Тема досліджує особливості та нюанси маркетингу в сфері освіти. Вона фокусується на тому, як освітні заклади можуть ефективно задовольняти потреби сучасних студентів та їхніх батьків, використовуючи маркетингові інструменти. <ul style="list-style-type: none"> • Які основні відмінності між маркетингом освітніх послуг та маркетингом товарів широкого вжитку? • Які сучасні тренди в маркетингу освіти? • Як використовувати соціальні мережі для просування освітніх послуг? • Як оцінити ефективність маркетингових кампаній в освіті?
Тема 2. Ринок освітніх послуг	Тема досліджує сукупність економічних відносин, пов'язаних з купівлею-продажем освітніх послуг. Це динамічний і конкурентний ринок, який постійно розвивається та адаптується до нових викликів. <ul style="list-style-type: none"> • Які основні тенденції розвитку ринку онлайн-освіти? • Як змінюється роль держави в регулюванні ринку освітніх послуг?

	<ul style="list-style-type: none"> • Які фактори впливають на вибір університету абітурієнтами? • Як оцінити конкурентоспроможність освітнього закладу?
Тема 3. Маркетингові дослідження ринку освітніх послуг	<p>Тема орієнтована на збір, аналіз та інтерпретацію даних про ринок освітніх послуг з метою прийняття обґрунтованих маркетингових рішень.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Які методи маркетингових досліджень найбільш ефективні для освітніх закладів? • Як оцінити задоволеність студентів якістю освітніх послуг? • Які тренди спостерігаються на ринку онлайн-освіти? • Як використовувати результати маркетингових досліджень для розробки персоналізованих освітніх програм?
Тема 4. Маркетингова товарна та цінова політика закладу освіти	<p>Тема досліджує, як освітні заклади формують свій освітній продукт та визначають його вартість. Це ключовий аспект маркетингу в освіті, оскільки саме товарна та цінова політика безпосередньо впливають на вибір споживача (студента або батьків) та на доходи навчального закладу.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Як впливає брендинг на ціноутворення в освіті? • Які фактори впливають на готовність студентів платити за додаткові освітні послуги? • Як розробити систему знижок та пільг, яка буде вигідна як для закладу, так і для студентів? • Як змінюється цінова політика освітніх закладів в умовах кризи?
Тема 5. Маркетингова політика комунікацій у сфері освітніх послуг	<p>Тема досліджує способи ефективного спілкування освітніх закладів зі своїми цільовими аудиторіями. Це ключовий аспект маркетингу в освіті, оскільки саме через комунікацію заклади формують свій імідж, інформують про свої програми та залучають нових студентів.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Які канали комунікації є найбільш ефективними для залучення молоді? • Як використовувати соціальні мережі для просування освітніх програм? • Які ключові повідомлення повинні бути присутні в комунікаційних матеріалах? • Як оцінити ефективність PR-кампаній в освіті?

АКАДЕМІЧНА ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо перескладання. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, звільнення, лікарняний).

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, звільнення з поважних причин)

студенти, які пропустили заняття, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка відпрацювання пропущених занять.

Політика щодо академічної доброчесності. Студенти зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності відповідно до Положення «Про академічну доброчесність у Львівському національному університеті природокористування» (https://www.lnup.edu.ua/files/principle_NMVZYAVO/1.pol_pro_akad_dobr.pdf).

Політика щодо використання електронних засобів. На заняттях можна користуватися електронними засобами (ноутбук, планшет, телефон) виключно для діяльності, яка пов'язана з проблематикою курсу. Їхнє використання для інших цілей не допускається. Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Для виконання тестів в системі Moodle (інших ресурсах) рекомендується використовувати ноутбуки, планшети та телефони.

Методи контролю. Для діагностики результатів навчання використовується поточне опитування, тестування, розв'язання задач; письмові тести та задачі за змістовими модулями (розв'язування навчальних, ситуаційних та тестових завдань, кейсів), командні проекти; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; студентські презентації та виступи на наукових заходах. Контроль за рівнем засвоєння навчальної дисципліни передбачає використання таких його видів і методів.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

Виконання практичних та семінарських занять, питання для самоконтролю, практичні та ситуаційні завдання, перелік тематичних питань і порядок виконання самостійної роботи студентами відображені у методичних рекомендаціях:

1. Томашевський Ю.М. Маркетинг у сфері освіти: методичні рекомендації до виконання практичних завдань та самостійної підготовки для студентів ОС «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» – Дубляни : Львівський національний університет природокористування, 2024. 42 с.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основні:

1. Біленко Д.В. Особливості провадження маркетингових заходів у сфері освітніх послуг. Науковий журнал Донецького національного університету імені Василя Стуса. Економіка 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.nauka.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/bitstreamdownload/123456789/59120/1/Marketing_2016.pdf; jsessionid=059E998B0E384D08F6E9EB732B DA80D4 (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. Могилова 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/wpcontent/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYNKRYVESHKO_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&Z21I

D=&S21REF=10&S21CN

R=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Vzuk_2_018_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).

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

- Мережа INTERNET
- Бібліотека ЛНУП: м. Дубляни, вул. В.Великого, 1; тел. 22-45-915
- Львівська наукова бібліотека ім. Стефаника НАН України: вул. Стефаника, 2; тел. 74-43-72
- Львівська обласна наукова бібліотека: просп. Шевченка, 13; тел.74-02-26
- Наукова бібліотека ЛНУ ім. Франка, метод. відділ: вул. Драгоманова, 17; тел. 296-42-41
- Центральна міська бібліотека ім Лесі Українки: вул. Мулярська, 2а; тел.72-05-81
- Бібліотека Львівської комерційної академії (вул. Туган-Барановського, 10, тел 79-76-40).