

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



Факультет управління

Кафедра публічного управління та адміністрування

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетингові та соціологічні дослідження

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.

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 викладачів
11. Контактна інформація
12. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Маркетингові та соціологічні дослідження	
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	
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Денна форма навчання: Лекції – 16 год. Практичні заняття – 14 год. Самостійна робота – 60 год.	Заочна форма навчання: Лекції – 6 год. Практичні заняття – 6 год. Самостійна робота – 78 год.
Мова викладання	українська	
Посилання на сайт дистанційного навчання	www.d-learn.pnu.edu.ua	

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни
<p>Метою формування знань з основних напрямків маркетингових та соціологічних досліджень; систематизація та розширення знань студентів про концептуальні та організаційно-методичні засади якісних та кількісних соціологічних методів у маркетингових дослідженнях, опанування процедур планування дослідницького проекту, збору і аналізу даних.</p> <p>Предметом теоретичні концепції та методологія формування маркетингового та соціологічного дослідження, підходи і критерії визначення та обґрунтування вибору методу збору інформації, формування вибірки, наліз та презентація проведеного дослідження. Програма навчальної дисципліни складається з змістового модуля:</p> <p>Змістовий модуль 1. Основи маркетингових та соціологічних досліджень у публічній сфері.</p> <p>Основними цілями вивчення дисципліни «Маркетингові та соціологічні дослідження» є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вивчення кількісних методів одержування первинної емпіричної інформації, їх особливостей, інструментарію та технік застосування методів в маркетинговому дослідженні; - вивчення якісних методів одержування первинної емпіричної маркетингової інформації, їх відмінності від кількісних, інструментарію та технік застосування методів; - вивчення методик визначення, розрахунку та побудови вибірки маркетингового дослідження; - вивчення методів аналізу отриманої інформації.
Компетентності
<p>Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері публічного управління та адміністрування або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та наукових методів відповідної галузі і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p> <p>ЗК1. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.</p>

ЗК9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).
 ФК.1. Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів.
 ФК.5. Здатність використовувати систему електронного документообігу ФК.7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності. ФК.10. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування.
 ФК.11. Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування

Програмні результати навчання

ПР11. Уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції.
 ПР16. Використовувати дані статистичної звітності, обліку та спеціальних досліджень у професійній діяльності.

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1 Специфіка соціологічних і маркетингових досліджень в публічному управлінні та адмініструванні	Розуміти особливості соціологічних і маркетингових досліджень в публічному управлінні та адмініструванні; тематичні блоки соціологічних і маркетингових досліджень в публічному управлінні та адмініструванні; проблематику соціологічних і маркетингових досліджень в публічному управлінні та адмініструванні; тенденції в сфері соціологічних і маркетингових досліджень	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
2.	Тема 2 Передумови проведення маркетингових досліджень	Розуміти призначення соціологічних і маркетингових досліджень; цілі соціологічних і маркетингових досліджень; принципи соціологічних і маркетингових досліджень; методологічну основу маркетингових досліджень; директиви і Керівництва ESOMAR; етику соціологічних і маркетингових досліджень	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
3.	Тема 3 Організаційні аспекти маркетингових досліджень	Розуміти процес соціологічних і маркетингових досліджень; варіанти організації досліджень соціологічних і маркетингових досліджень; пропозиція і технічне завдання на проведення дослідження; вартість соціологічних і маркетингових досліджень; оцінку результатів	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).

		соціологічних і маркетингових досліджень; помилки в організації соціологічних і маркетингових досліджень	
4.	Тема 4 Підготовчий етап соціологічних і маркетингових досліджень	Знати коротку характеристику підготовчого етапу; управлінську проблему і проблему соціологічних і маркетингових досліджень та її аудит; оточення проблеми соціологічних і маркетингових досліджень; виділення компонент проблеми соціологічних і маркетингових досліджень; визначення об'єкту та предмету дослідження; формулювання цілі та задач соціологічних і маркетингових досліджень; етапи розробки програми і плану соціологічних і маркетингових досліджень; рекомендації щодо вибору типу дослідження	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
5.	Тема 5 Етап збору соціологічної і маркетингової інформації досліджень інформації	Розуміти поняття соціологічної і маркетингової інформації. Її види; методи соціологічних і маркетингових досліджень	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
6.	Тема 6 Планування і формування вибірки	Знати основні поняття; етапи формування вибірки; методи формування вибірки; визначення початкового і кінцевого обсягу вибірки; проблеми неспостереження при вибірці	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
7.	Тема 7 Підготовка даних до аналізу	Розуміти процес підготовки даних до аналізу; перевірка анкет і редагування даних; кодування і перетворення даних; очищення і статичне корегування даних; стратегія аналізу даних	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
8.	Тема 8. Підготовка звіту про результати маркетингового дослідження і його презентація	Знати процес підготовки звіту і презентації; форму звіту; рекомендації щодо підготовки звіту; написання звіту; усна презентація	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 Специфіка соціологічних і маркетингових досліджень в публічному управлінні та адмініструванні	1
2.	Тема 2 Передумови проведення маркетингових досліджень	1
3.	Тема 3 Організаційні аспекти маркетингових досліджень	1
4.	Тема 4 Підготовчий етап соціологічних і маркетингових досліджень	1
5.	Тема 5 Етап збору соціологічної і маркетингової досліджень інформації	2
6.	Тема 6 Планування і формування вибірки	2
7.	Тема 7 Підготовка даних до аналізу	2
8.	Тема 8. Підготовка звіту про результати маркетингового дослідження і його презентація	2
	Разом	12

5. Самостійна робота

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «Маркетингових та соціологічних досліджень» 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 Специфіка соціологічних і маркетингових досліджень в публічному управлінні та адмініструванні	4
2.	Тема 2 Передумови проведення маркетингових досліджень	4
3.	Тема 3 Організаційні аспекти маркетингових досліджень	4
4.	Тема 4 Підготовчий етап соціологічних і маркетингових досліджень	8
5.	Тема 5 Етап збору соціологічної і маркетингової досліджень інформації	10
6.	Тема 6 Планування і формування вибірки	10
7.	Тема 7 Підготовка даних до аналізу	10
8.	Тема 8. Підготовка звіту про результати маркетингового дослідження і його презентація	8
	Разом	60

	дослідження і його презентація	
	Разом	60

6. Індивідуальне завдання

(виконується в межах самостійної роботи)

Вивчення дисципліни «Маркетингові і соціологічні дослідження» передбачає обов'язкову підготовку індивідуального проєкту: «Проведення маркетингового або соціологічного дослідження». Необхідно провести маркетингове або соціологічне дослідження за наступним алгоритмом:

- 1) Характеристика сфери дослідження;
- 2) Окреслення проблематики дослідження. Виокремлення факторів, які на неї впливають;
- 3) Формування об'єкту і проблеми дослідження;
- 4) Встановлення цілі та завдань дослідження;
- 5) Розробка програми і плану дослідження;
- 6) Вибір методу збору інформації;
- 7) Формування вибірки;
- 8) Проведення дослідження;
- 9) Опрацювання даних;
- 10) Формування висновків та підготовка звіту.

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 «Маркетингові і соціологічні дослідження» 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	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.
Методи дистанційного навчання	Ґрунтуються на використанні інформаційних технологій, в т.ч. університетської авторської системи дистанційного навчання, платформ для організації відеоконференцій: Zoom Video Communications, Google Meet, Cisco Webex.

8. Система оцінювання дисципліни

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті за виступ та 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	1	2	3	4	5	6	7	8	Разом
Вид навчальної роботи									
Практичне заняття (опрацювання завдання)	7	7	7	7	7	7	8		50
Самостійна робота (тестування з теми)	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	4	5	30
Самостійна робота (індивідуальний проєкт)									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 проєкті, 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 проєкті, який відповідає предмету дисципліни.

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

Також за рішенням кафедри публічного управління та адміністрування здобувачам 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 «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) (див. ст. 4).

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 призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (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 балів.

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. Сума балів за індивідуальний проєкт розраховується за наступною формулою:

$$y = \frac{x \times 10}{100},$$

де x – кількість балів, яку отримав здобувач вищої освіти (за 100-бальною шкалою).

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	відмінно
80-89	B	добре
70-79	C	
60-69	D	задовільно
50-59	E	
25-49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-24	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

9. Ресурсне забезпечення




1. Рекомендовані літературні джерела:
2. Сайт дистанційного навчання. URL : <https://test-d-learn.pnu.edu.ua/>
3. Definition of Marketing: сайт Американської асоціації маркетингу. URL: <https://www.ama.org/ama-member-benefits/> .
4. Global Market Research: An ESOMAR Industry Report *Європейського співтовариства з вивчення суспільної думки й маркетингових досліджень* URL: <https://www.esomar.org> . 4. Popadynets, I., Andrusiv, U., Shtohryn, M & Galtsova, O. (2020). The effect of cooperation between universities and stakeholders: Evidence from Ukraine. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 199-212.
5. Білошицький С.В., Мітягіна С.С. Соціологічні дослідження в шкільному колективі: функції, методи, організація проведення та інтерпретація результатів: *Методичний посібник для педагогічних працівників загальноосвітніх навчальних закладів*. Хмельницький, 2018. 93 с.

6. Попадинець І.Р. Аналіз структури товарного асортименту будмаркету. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2017. Вип. 16. С. 91-98.
7. Попадинець І. Р. Діджиталізація процесу соціологічного дослідження в публічній сфері. Держава та регіони. Серія: *Публічне управління і адміністрування*. 2022. № 2. С. 61-64
8. Попадинець І. Р. Соціометричні дослідження взаємодії стейкхолдерів нафтогазових підприємств. *Економічний простір*. 2019. № 142. С. 206–216.
9. Решетілова Т.Б., Довгань С.М. Маркетингові дослідження: підручник. *М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т*. Дніпропетровськ: НГУ, 2019. 357 с.

10. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів

Викладач	Різновид підвищення кваліфікації
Шийко Віра Ігорівна	<ol style="list-style-type: none"> Academia Pomorska w Slupsku, сертифікат, тема: Актуальні проблеми викладання фінансових предметів у вищій школі, 30.12.2019 (180 год, 6 кредитів) International scientific and pedagogical traineeship MAY 16 – JULY 30, 2022, UKRAINE – LATVIA – POLAND – TURKEY 180 Hours (6 ECTS credits), ID 22902168, ISCSEES 2022 Зимова економічна школа 2024 “Україна-ЄС, кроки до вступу: регіональний вимір”, січень 25-31, 2024 (30 год, 1 кредит), #WES-KHMNU-2024/932

11. Контактна інформація

Кафедра	Кафедра публічного управління та адміністрування м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57  каб. 115 (вхід з вул. Чорновола)  https://kpuia@pnu.edu.ua
Викладач	Шийко Віра Ігорівна кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри публічного управління та адміністрування
Контактна інформація викладачів	 +38 (099) 2169284 vira.shyiko@pnu.edu.ua Робочі години: Пн-Пт – 8:30 – 17:00

12. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, 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 доброчесності 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».
--------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності». • Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату
Пропуски занять (відпрацювання)	<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) (див. ст. 4). Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	<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)(див. ст. 4-5). Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Невідповідна поведінка під час заняття	<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>
Неформальна освіта	<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) Ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>

Викладач

Шийко В. І.