

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Львівська політехніка»

Навчально-науковий Інститут підприємництва та перспективних технологій
Кафедра економіки і маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова НМК спеціальностей галузі знань
07 «Управління та адміністрування»

 Олексюк Г.В.

Протокол від «30» серпня 2022р. № 1

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетингова основа соціального підприємництва, співробітництва
громад і державно-приватного партнерства»

другий (магістерський) рівень вищої освіти

вид дисципліни	<u>обов'язкова</u>
мова викладання	<u>українська</u>
освітня програма	« Територіальний маркетинг»
спеціальність	075 Маркетинг
галузь знань	07 Управління та адміністрування

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингова основа соціального підприємництва, співробітництва громад і державно-приватного партнерства» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Територіальний маркетинг».

Розробники (викладачі):

доцент кафедри ЕКМ, д.е.н., ст. дослід.

Попадинець Н.М.

Гарант освітньої програми:

доцент кафедри ЕКМ, д.е.н., ст. дослід.

Попадинець Н. М.

Робоча програма розглянута та схвалена на засіданні кафедри економіки і маркетингу

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

1. Структура навчальної дисципліни

Найменування показників	Всього годин	
	Денна форма	Заочна форма
Кількість кредитів/год.	150/5	150
Усього годин аудиторної роботи, у т.ч.:	45	6
<ul style="list-style-type: none"> • лекційні заняття, год. • семінарські заняття, год. • практичні заняття, год. • лабораторні заняття, год. 	30 - 15 -	2 4
Усього годин самостійної роботи, у т.ч.:	105	144
<ul style="list-style-type: none"> • контрольні роботи, кількість -год. • розрахункові (розрахунково-графічні) роботи, кількість год. • індивідуальне науково-дослідне завдання, кількість год. • підготовка до навчальних занять та контрольних заходів, год. 	- 50 55	50 - 94
екзамен	1	1

Частка аудиторного навчального часу студента у відсотковому вимірі: денної форми навчання – 30%, заочної форми навчання – 4%.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

2.1. Мета вивчення дисципліни та результати навчання

Мета вивчення дисципліни – поглиблення розуміння та практичного використання основних концепцій у царині економіки та управління підприємством; здобуття навичок, які здатні розробляти та обґрунтовувати управлінські рішення щодо розвитку економічних суб'єктів господарювання в межах територіальних громад; оволодіння сучасними засобами щодо розв'язання складних завдань та вирішення проблем у сфері корпоративного управління соціальним підприємством; отримання розуміння оцінки бізнесу й капіталізації підприємств та визначення ключових векторів стратегічних змін розвитку в умовах державно-приватного партнерства; здобуття навичок використання сучасних моделей та інструментів проєкт-менеджменту в процесі планування, контролю й координації впровадження змін на підприємстві, а також формування інноваційні стратегії відповідно до умов бізнес-середовища; обґрунтування механізмів взаємодії та впливу елементів маркетингового комплексу «політика», «група» на розвиток території та задоволення потреб кожної цільової групи на державному та місцевому рівні.

2.2. Завдання навчальної дисципліни відповідно до освітньої програми

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування у здобувачів освіти компетентностей:

загальних:

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК8. Здатність розробляти проєкти і управляти ними.

Фахові компетентності спеціальності:

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

СК10. Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу.

Фахові компетентності професійного спрямування:

СК15. Здатність оцінити положення державної регіональної політики потребу, її зв'язок та вплив на розвиток територіальних громад із врахуванням специфіки їх створення та функціонування.

2.3. Результати навчання відповідно до освітньої програми, методи навчання і викладання, методи оцінювання досягнення результатів навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**:

Знання:

ЗН 2. Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності.

Комунікація:

К1. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності.

Автономія і відповідальність:

АВ1. Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен бути здатним продемонструвати такі **програмні результати навчання**:

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання рівня досягнення результатів навчання
ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу	Лекції, семінарські, практичні заняття: репродуктивний метод, метод евристичний, метод проблемного викладу, метод дедукції; метод індукції, Самостійна робота: аналіз та прогноз	Поточний контроль: ✓ Тестування; ✓ Усне фронтальне опитування; ✓ Виступи на семінарі; Екзаменаційний контроль: ✓ Тестування; ✓ Письмове опитування.
ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	Лекції, семінарські, практичні заняття: репродуктивний метод, метод евристичний, метод проблемного викладу, метод дедукції; метод індукції, Самостійна робота: аналіз та прогноз	Поточний контроль: ✓ Тестування; ✓ Усне фронтальне опитування; ✓ Виступи на семінарі; Екзаменаційний контроль: ✓ Тестування; ✓ Письмове опитування.
ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.	Лекційні та практичні заняття: інформаційно-рецептивний метод; репродуктивний метод; евристичний метод; метод проблемного викладу. Самостійна робота: репродуктивний метод; дослідницький метод.	Поточний та екзаменаційний контроль. Методи оцінювання знань: ✓ вибіркоче усне опитування перед початком занять; ✓ фронтальне стандартизоване опитування тестами протягом 5-10 хв; ✓ фронтальна перевірка виконаних домашніх завдань тощо.
ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	Лекційні та практичні заняття: ігрові дискусії; репродуктивний метод; метод евристичний; метод проблемного викладу Самостійна робота: репродуктивний метод; дослідницький метод	Поточний контроль: ✓ Тестування; ✓ Усне вибіркоче опитування; ✓ Оцінка активності при ігрових дискусіях; ✓ Виступи на семінарі; ✓ Колективне вирішення проблемних завдань Екзаменаційний контроль: ✓ Тестування;
ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських	Лекційні та практичні заняття: ігрові дискусії; репродуктивний метод; метод евристичний; метод проблемного викладу Самостійна робота: репродуктивний метод; дослідницький метод	Поточний контроль: ✓ тестування; ✓ усне вибіркоче опитування; оцінка активності при ігрових дискусіях; виступи на семінарі;

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання рівня досягнення результатів навчання
принципів, підходів, методів, прийомів.		✓ колективне вирішення проблемних завдань Екзаменаційний контроль: ✓ Тестування
ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне і оперативне управління маркетингом для розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.	Лекції, семінарські, практичні заняття: репродуктивний метод, метод евристичний, метод проблемного викладу, метод дедукції; метод індукції, Самостійна робота: репродуктивний метод, дослідницький метод; економіко-статистичний метод	Поточний контроль: ✓ Усне фронтальне опитування; ✓ Усне вибіркоче опитування; ✓ Захист індивідуального завдання; Екзаменаційний контроль: ✓ Тестування
ПР18. Застосовувати педагогічні технології та проводити заняття з фахових навчальних дисциплін відповідно до чинного законодавства.	Лекції та практичні заняття: економіко-статистичний метод; евристичний метод, методи індукції та дедукції, аналізу і синтезу. Самостійна робота: дослідницький метод; економіко-статистичний метод, метод аналізу	Поточний контроль: ✓ Тестування; ✓ Усне фронтальне опитування; ✓ Усне вибіркоче опитування; ✓ Захист індивідуального завдання; Екзаменаційний контроль: ✓ Тестування.
ПР19. Вміти використовувати інструменти територіального маркетингу та застосовувати їх у формуванні маркетингових стратегій територіальних громад.	Лекції, семінарські, практичні заняття: репродуктивний метод, метод евристичний, метод проблемного викладу, метод індукції, Самостійна робота: репродуктивний метод, дослідницький метод; економіко-статистичний метод	Поточний контроль: ✓ Тестування; ✓ Усне фронтальне опитування; ✓ Усне вибіркоче опитування; ✓ Захист індивідуального завдання; Екзаменаційний контроль: ✓ Тестування.

2.4. Перелік попередніх та супутніх і наступних навчальних дисциплін

№ з/п	Попередні навчальні дисципліни	Супутні і наступні навчальні дисципліни
1.	Територіальний маркетинг	Економіка управління підприємством
2	Регіональна економіка	Емоційний інтелект керівника
3	Просторова економіка	Маркетинг фінансових послуг
4	Стратегічний маркетинг	Матеріальна та фінансова основа територіальних громад.

3. Анотація дисципліни

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Маркетингова основа соціального підприємництва, співробітництва громад і державно-приватного партнерства» є теоретичні та практичні засади планування соціально-економічного розвитку територіальних громад, з акцентом на дослідження розвитку економічних суб'єктів господарювання в межах територіальних громад.

Дисципліна «Маркетингова основа соціального підприємництва, співробітництва громад і державно-приватного партнерства» є обов'язковою дисципліною в системі фахової підготовки магістрів. Курс спрямований на формування системи знань у здобувачів, які сприятимуть зростанню економічного потенціалу на регіональному і локальному рівнях за умови знаходження дієвих механізмів та інструментів маркетингу. Студенти зможуть вміло використовувати сучасну інформацію і методи досліджень, самостійно працювати у територіальних громадах, приймати рішення і опрацьовувати проєкти у сфері інвестиційної діяльності, іміджу та бренду територій. Здобувачі спеціальності «Маркетинг» отримають теоретичні знання, методичні і практичні

навички щодо застосування механізмів та інструментів стосовно комплексного підходу формування стратегічних напрямів розвитку економіки на локальному територіальному рівні, а також можливостей їх втілення через проекти, завдання і заходи соціального підприємництва.

4. Опис навчальної дисципліни

4.1. Лекційні заняття

№	Назви тем	К-ть годин	
		ДФН	ЗФН
1	<p>Лекція 1. Поняття соціального підприємництва, основні підходи до його визначення у територіальних громадах.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність соціального підприємництва. 2. Історія розвитку соціального підприємництва, міжнародний та український досвід. 3. Мета, візія та місія соціального підприємництва. 4. Сфери застосування діяльності соціального підприємництва у громадах. 5. Законодавчі аспекти соціального підприємництва. <p>Література: 1,2,8,6</p>	4	1
2	<p>Лекція 2. Процес втілення та застосування механізмів соціального підприємництва.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Формування ідеї соціального підприємництва. 2. Організація підприємницької діяльності на підприємствах, в установах та організаціях, що займаються соціальним підприємництвом: <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Стратегія соціально-економічного розвитку; 2.2. Планування соціального підприємництва, галузі застосування. 2.3. Організація поточної діяльності, у тому числі вирішення проблем безробіття, соціального захисту, громадського залучення. <p>Література: 1,15,18</p>	2	
3	<p>Лекція 3. Бізнес-моделювання у соціальному підприємстві.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність бізнес-моделювання. 2. Характеристика окремих видів бізнес-моделей. 3. Інструменти для складання бізнес-моделі. <p>Література: 1,5,11,17</p>	2	
4	<p>Лекція 4. Маркетинг у соціальному підприємстві.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль маркетингу у соціальному підприємстві. 2. Проведення маркетингових досліджень у сфері соціального середовища та підприємства. 3. Відмінності маркетингу у комерційній діяльності та маркетингу у соціальному підприємстві. <p>Література: 1,5,11,17</p>	2	
5	<p>Лекція 5. Особливості елементів маркетингового комплексу у соціальному підприємстві.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Товарна політика, соціальна цінність та її вимірювання (якісний аспект). 2. Цінова політика: комерційна складова та споживча вартість. 3. Політика комунікацій та розподілу. 4. Політичний та громадський вплив на формування маркетингу у соціальному підприємстві. 5. Фінансова складова у соціальному підприємстві. <p>Література: 1,4,7,12</p>	4	
6	<p>Лекція 6. Інвестування у соціальному підприємстві.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типологія інвесторів, їх мета та результативні очікування. 2. Інвестиційний процес, стимулювання органів місцевого самоврядування для залучення інвестицій. 3. Види інвестицій, джерела інвестування. <p>Література: 1,2,6,19</p>	2	

№	Назви тем	К-ть годин	
		ДФН	ЗФН
7	Лекція 7. Поняття грантів, їх роль в соціальному підприємстві. 1. Поняття та види грантів, грантові проекти. 2. Міжнародні та національні джерела грантових ресурсів. 3. Основні вимоги та характеристика заявок на отримання грантів. 4. Використання грантових ресурсів, звітність та контроль. Література: 1,5,14,16	4	
8	Лекція 8. Поняття релокації підприємств у період воєнного стану та соціальне значення цього процесу. 1. Релокація підприємств – як вимушена дія для захисту і збереження соціально-економічного потенціалу територій. 2. Повноваження органів місцевого самоврядування та сприяння релокації підприємств із зони бойових дій: соціальна складова. 3. Економічна складова результатів релокації підприємств у територіальних громадах. 4. Екологічна та безпекова складова релокації у територіальних громадах. Література: 1,5,7,12	2	
9	Лекція 9. Соціальне підприємництво та співробітництво територіальних громад. 1. Законодавча основа співробітництва територіальних громад. 2. Форми співробітництва. 3. Джерела фінансування проєктів співробітництва громад у соціальному підприємстві. Література: 1,4,21,22	4	
10	Лекція 10. Державно-приватне партнерство – ефективна модель співпраці бізнесу і державних структур. 1. Законодавча основа державно-приватного партнерства. 2. Сфери застосування та форми державно-приватного партнерства. 3. Роль територіальних громад у реалізації співпраці державно-приватного партнерства у період воєнного стану та післявоєнної відбудови України. Література: 1,4,7,8,21	4	1
	Всього	30	2

4.2. Практичні (семінарські) заняття

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	Заняття №1 Практичне заняття 1. Поняття соціального підприємництва, основні підходи до його визначення у територіальних громадах. Процес втілення та застосування механізмів соціального підприємництва. 1. Опитування студентів за матеріалами лекції: 1.1. Необхідність соціального підприємництва у територіальних громадах. 1.2. Соціальне підприємництво – інноваційний механізм розвитку для вирішення і вдосконалення підходів соціального забезпечення у територіальних громадах. 1.3. Сфери застосування діяльності соціального підприємництва у громадах. Завдання, мета, візія та місія соціального підприємництва. 1.4. Організація підприємницької діяльності та стратегія соціально-економічного розвитку на підприємствах, в установах та організаціях, що займаються соціальними підприємництвом. 1.5. Планування соціального підприємництва у відповідних галузях. 1.6. Організація поточної діяльності, вирішення проблем безробіття, соціального захисту, екології, безпеки тощо. 2. Ключові терміни та поняття Соціальне підприємництво. Територіальні громади Соціальне забезпечення Планування соціального підприємництва Організація соціального підприємництва.	2	

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Усне опитування теоретичного матеріалу. 2. Моделювання схеми територіальної громади - ігрова дискусія: межі – як закритий простір ТГ, сфери застосування соціального підприємництва, приклади підприємств та їх обговорення на території в межах територіальної громади (за пропозицією студентів). 		
2.	<p>Заняття №2 Практичне заняття 2. Бізнес-моделювання у соціальному підприємстві.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність бізнес моделювання. 2. Характеристика окремих видів бізнес-моделей. 3. Інструменти для складання бізнес-моделі. <p><i>Ключові терміни та поняття</i> Соціальне підприємництво Бізнес-моделювання Види бізнес-моделей Інструменти бізнес-моделей Каркас бізнес-моделей</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Опитування з питань бізнес-моделювання у соціальному підприємстві. 1.1. Характеристика бізнес-моделей: Франчайзинг, «Битва за леза», «Підписка», «Краудсорсинг», «Благодійний магазин». 2. Ознайомлення та дискусія (колективне обговорення) щодо формування мережі «Благодійний магазин» на прикладі мережі магазинів вживаного одягу у місті Львові та інших структур благодійного спрямування, які можуть мати певні види бізнес-моделювання. 	2	
3.	<p>Заняття №3 Практичне заняття №3. Маркетинг у соціальному підприємстві. Особливості елементів маркетингового комплексу.</p> <p>Опитування студентів за матеріалами лекції:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль маркетингу у соціальному підприємстві. 2. Проведення маркетингових досліджень та відмінності маркетингу у комерційній діяльності та маркетингу у соціальному підприємстві. 3. Товарна, цінова політика у соціальному підприємстві. 4. Політика комунікацій та розподілу. 5. Політичний та громадський вплив на формування маркетингу у соціальному підприємстві. <p><i>Ключові терміни та поняття</i> Маркетинг Маркетингові дослідження Соціальна цінність Товарна політика Цінова політика Комунікаційна політика Розподіл Політичний вплив у соціальному підприємстві Соціальний вплив</p> <p>Усне опитування з питань особливостей маркетингу у соціальному підприємстві.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення кількісних та якісних характеристик товару, його споживчої та соціальної цінності у соціальному підприємстві. 2. Особливості цінової політики, встановлення цін та фінансова складова (прибутковість, неприбуткова діяльність, благодійність тощо). 3. Політика комунікацій, засоби комунікацій при запровадженні воєнного стану. 4. Політика розподілу, особливості розподілу у воєнний час, розподіл у соціальному підприємстві для ВПО. Студенти висловлюють думку та дискутують про можливість ефективного проведення розподілу у реаліях на територіях військових та в територіальних громадах стосовно ВПО. Пропонують засоби та інструменти публічності, 	2	

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
	залучення фахівців та заінтересованих сторін, висловлюють бачення як представники різних цільових аудиторій.		
4	<p>Заняття №4 Практичні заняття №4. Інвестування у соціальному підприємстві. Поняття грантів, їх роль в соціальному підприємстві. Опитування студентів за матеріалами лекції.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типологія інвесторів та особливості інвестування у соціальному підприємстві. 2. Особливості стимулювання інвестицій у соціальному підприємстві та роль територіальних громад у цьому процесі. 3. Види інвестицій та джерела інвестування. 4. Поняття грантів, грантові проекти у соціальному підприємстві. 5. Основні вимоги та характеристика заявок на отримання грантів. <p>Ключові терміни і поняття Інвестиції Інвестори Інвестиційний процес Джерела інвестування Гранти Джерела грантових ресурсів Заявка на отримання гранту Грантові проекти.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Усне опитування з питань з тем лекції. 2. Заняття у форматі питання-відповідь - студент-викладачу (ігрова дискусія) стосовно грантових проектів, оформлення заявок, дотримання вимог і особливостей при поданні заявки на отримання грантів у соціальному підприємстві. Структури грантодавачів, їх характеристика на національному та міжнародному рівні.. Практичний досвід студентів в оформленні заявок на отримання грантів. 	2	
5	<p>Заняття №5 Семінарське заняття № 1 (у форматі круглого столу) «Релокація підприємств – як вимушена дія захисту і збереження соціально-економічного потенціалу територій»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Доповіді з наступних питань: <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Поняття релокації та основи і причини для її здійснення. 1.2. Особливості процесу релокації у Львівській області, у тому числі в окремих територіальних громадах. 1.3. Основні підходи до зміни стратегічного планування у територіальних громадах у період воєнного стану та післявоєнний період. 1.4. Формування маркетингових стратегій територіальних громад із врахуванням процесів релокації підприємств, воєнного і післявоєнного стану. <p>Ключові терміни і поняття Релокація підприємств Стратегічне планування. Маркетингова стратегія Територіальні громади. Провінція, гміна, комуни</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Для участі у семінарському занятті (круглому столі) можуть бути запрошені представники органів місцевого самоврядування та релокованих підприємств. 	2	
6	<p>Заняття № 6 Практичні заняття № 5: Соціальне підприємство та співробітництво територіальних громад. Опитування студентів за матеріалами лекції.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття співробітництва громад та його законодавча основа. 2. Форми співробітництва територіальних громад і їх застосування у соціальному підприємстві. 	2	

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
	<p>3. Джерела фінансування проектів співробітництва територіальних громад у соціальному підприємстві.</p> <p>4. Роль грантових ресурсів для реалізації проектів співробітництва громад.</p> <p>Ключові терміни і поняття Співробітництво громад Форми співробітництва Соціальне підприємництво Джерела фінансування Грантові ресурси</p> <p>1. Усне опитування з наступних питань: 1.1. Як ви розумієте терміни співробітництво територіальних громад? 1.2. У чому полягає необхідність співробітництва громад? 1.3. Яке значення для розвитку громад має співробітництво у проектах соціального підприємництва?</p>		
7.	<p>Заняття №7 Практичні заняття № 6: Соціальне підприємництво та співробітництво територіальних громад.</p> <p>1. Опитування теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Співробітництво територіальних громад та його форми у соціальному підприємстві.</p> <p>Ключові терміни і поняття Соціальне підприємництво. Співробітництво громад Реєстр проектів співробітництва Форми співробітництва</p> <p>Ділова дискусія: 1. Ознайомлення з проектами співробітництва громад відповідно до Реєстру проектів співробітництва громад на державному рівні. 2. Виокремлення проектів співробітництва соціального спрямування у громадах Львівської області, їх аналіз та обговорення.</p>	2	
8	<p>Заняття № 8 Практичне заняття №7: Державно-приватне партнерство – ефективна модель співпраці бізнесу і державних структур.</p> <p>1. Опитування студентів за матеріалами лекції. 2. Законодавча основа державно-приватного партнерства. 3. Сфери застосування державно-приватного партнерства, у тому числі у соціальному підприємстві 4. Роль територіальних громад у реалізації співпраці державно-приватного партнерства у період воєнного стану та післявоєнний період.</p> <p>Ключові поняття і терміни Державно-приватне партнерство Соціальне підприємництво Законодавча основа державно-приватного партнерства. Воєнний стан Післявоєнний період Форми державно-приватного партнерства</p> <p>1. Ігрова проблемна ситуація: державно-приватне партнерство та забезпечення ВПО у територіальних громадах. Студенти пропонують власне бачення стосовно проблем організації проектів державно-приватного партнерства у період воєнного стану та післявоєнної відбудови України у територіальній громаді, у тому числі яким чином проблемність впливає на маркетингові напрями у підприємстві.</p>	1	
	Всього	15	4

4.3. Самостійна робота

Найменування робіт	Кількість годин	
	ДФН	ЗФН
Підготовка до навчальних занять та контрольних заходів, тестування. Індивідуальна робота в умовах дистанційного навчання.		
<ul style="list-style-type: none"> ● Робота з лекційним матеріалом ● Робота над практичними завданнями ● Підготовка індивідуального завдання ● Підготовка до підсумкового контролю 	30 20 20 20	44 30 20 20
Усього годин	90	114

5. Опис методів оцінювання результатів навчання

Методи контролю знань та умінь здобувача при вивченні дисципліни включають:

1. Поточний контроль роботи здобувача:

- ✓ Тестове опитування;
- ✓ Усне опитування на практичних заняттях ;
- ✓ Виступи на семінарських заняттях;
- ✓ Участь у круглих столах, ділових іграх, ділових дискусіях та обговореннях.
- ✓ Виконання індивідуального завдання(за варіантом) та його захист;

2. Підсумковий контроль: Складання екзамену (письмової та усної компонент)

Письмова компонента:

- ✓ Завдання 1-го рівня – тести.
- ✓ Завдання 2-го рівня – розкрити зміст питання і поняття, дати визначення, зазначити можливості практичного застосування.
- ✓ Завдання 3-го рівня – розкриття теоретичного питання.

Усна компонента:

- ✓ Розкриття суті понять.

Робота в умовах дистанційного навчання

- ✓ Дистанційне навчання може передбачатися як для окремих видів навчальної роботи, наприклад, лекції, та/або практичні, та/ чи лабораторні заняття, так і у зв'язку з карантинними заходами і воєнним станом.
- ✓ Дистанційна робота на кафедрі економіки і маркетингу ІППТ проводиться на платформах MS Teams, Zoom.
- ✓ При дистанційній роботі (у тому числі за умов карантину та воєнного стану) передбачається співбесіда зі студентами під час проведення відео конференцій на лекційних та практичних заняттях. Письмові роботи пересилаються до ВНС, або на електронну пошту викладача в домені @lrnu.ua. Дистанційні заняття проводяться на платформах MS Teams.

6. Критерії оцінювання результатів навчання здобувачів освіти

Поточний контроль(ПК) ДФН/ЗФН		екзаменаційний контроль		Разом за дисципліну
Форми поточного контролю	Макс балів(ПК)	Письмова компонента	Усна компонента	
Тестування за темами 10*3бали = 24 бали	30/30	40	15	45+55=100
Виконання індивідуального завдання (контрольна робота ЗФН)	10/10			
Захист індивідуального завдання	5/5			

Разом за ПК	45/45	40	15	100
-------------	-------	----	----	-----

Порядок та критерії виставляння балів та оцінок:

В процесі навчання здобувач повинен продемонструвати активну навчальну діяльність протягом семестру і за результатами **поточного контролю** набрати **від 26 до 45 балів**.

До **обов'язкових видів робіт** поточного контролю входять:

1. **Тестування** у ВНС з 10 тем навчальної дисципліни, які оцінюються максимум в 3 бали: $10 \cdot 3 = 30$ балів.
2. **Виконання індивідуального завдання** за окремим варіантом, яке відображає дослідження громади, представлення звіту та презентації. Індивідуальне завдання оцінюється в 10 балів. Захист – 5 балів.
3. **Виконання контрольної роботи** для здобувачів ЗФН оцінюється 10 балів. Захист – 5 балів.

Методичні вказівки до виконання індивідуального завдання та контрольної роботи розміщуються у ВНС окремо.

Окремо додатковими балами (від 5 до 10 балів) заохочується здобувач до науково-пошукової роботи – участь в конкурсах науково-пошукових робіт, публікації наукових тез і статей.

Підсумковий контроль:

Студент, який вчасно (до початку екзаменаційної сесії) не виконав індивідуального завдання (контрольної роботи ЗФН) або не набрав 26 балів з поточного контролю, не допускається до екзамену.

Успішна здача екзамену оцінюється максимум **55 балів**. Екзамен складається з письмової та усної компонент. Письмова компонента - екзаменаційний білет, який складається із завдань трьох рівнів, що оцінюються за окремою шкалою:

Рівень 1 – відповіді на тести = 10 балів;

Рівень 2 – розкриття змісту питання: суть, зміст поняття, приведення визначення із пропозицією можливостей практичного застосування = 10 балів;

Рівень 3 – розкриття теоретичних питань – 20 балів

Під час усного спілкування з викладачем здобувач може отримати від 0 до 15 балів за відповідь на запитання екзаменатора.

Шкала оцінок: 88-100 – «відмінно»; 71-87 – «добре»; 50-70 – «задовільно»; 0-49 – «незадовільно».

Шкала ЄКТС: 88-100 – А; 80-87 – В; 71-79 – С; 61-70 – D; 50-60 – E; 26-49 – FX; 00-25 – F.

7. Навчально – методичне забезпечення

1. Робоча програма навчальної дисципліни;
2. Конспекти лекцій та їх презентації з дисципліни;
3. Тестові завдання за кожною темою;
4. Електронні навчальні посібники;
5. Плани семінарських занять;
6. Питання до екзамену;
7. Методичні рекомендації до практичних занять;
8. Методичні рекомендації до виконання індивідуального (контрольного – для ЗФН) завдання.
9. Методична праця :- електронний навчально-методичний комплекс з дисципліни «Маркетингова основа соціального підприємництва, співробітництва громад і державно-приватного партнерства» для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти Інституту підприємництва та перспективних технологій спеціальності 075 «Маркетинг» // Н. М. Попадинець// - Національний університет «Львівська політехніка», кафедра економіки і маркетингу 2022. – ____ с. – Сертифікат № _____ від ____ . ____ . 22 р., розміщений у ВНС.

8. Рекомендована література

Базова

1. Соціальне підприємництво: посібник для викладачів курсу / за наук. редакцією к.е.н. А. О. Корнецького К. : Фамільна друкар- ня Huss, 2019. 160 с.
2. Конституція України // Відомості ВРУ. 1996. №30. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/constitution>
3. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21.05. 1997 р. № 280/97-ВР. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/280/97>.
4. Закон України «Про співробітництво територіальних громад» від 17 червня 2014 р. № 1508-УІІ. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1508-18>.
5. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо планування використання земель» від 17 червня 2020 року № 711 (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2020, № 46, ст. 394)
6. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо засад державної регіональної політики та політики відновлення регіонів і територій» від 9 липня 2022 року № 2389-ІХ. Голос України від 26.07. 2022 - №152.
7. Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 01.07.2010 № 2404-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text>
8. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки» від 05.08.2020 року № 695.

Допоміжна

9. Борщ Г. А., Вакуленко В.М., Гринчук Н.М., Дехтяренко Ю. Ф., Ігнатенко О. С., Куйбіда В. С. Ткачук А. Ф., Юзефович В.В. Ресурсне забезпечення об'єднаної територіальної громади та її маркетинг. навч. посіб. К., 2017. 107 с.
10. Буднікевич І. Муніципальний маркетинг: теорія, методологія, практика Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2012. 648 с.
11. Васильченко Г., Парасюк І., Єременко Н. Планування розвитку територіальних громад. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування. Асоціація міст України – К. – ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 256 с.
12. Гринчук Н. Формування територіальних маркетингових стратегій. Київ, Всеукраїнська мережа фахівців та практиків з регіонального і місцевого розвитку, 2014. 43 с. URL: <http://regionet.org.Ua>
13. Корягіна С. В. Маркетинговий аудит [текст] навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2014. 320 с.
14. Наказ Мінрегіонрозвитку, будівництва та житлово-комунального господарства від 30 березня 2016 року № 75 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо формування і реалізації прогностичних та програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади». URL: www.cct.com.ua/2016/30.03.2016_75.htm
15. Методичні рекомендації. Порядок розроблення, затвердження, реалізації, проведення моніторингу та оцінювання реалізації стратегій розвитку територіальних громад. Міністерство розвитку громад та територій України. 2021.
16. Маркетингова стратегія міста Полтави. URL: <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Poltava-Marketing-Strategy.pdf>
17. Олексюк Г.В., Лисяк Н. М., Попадинець Н.М. – Концептуально - структурні моделі ендogenous потенціалу об'єднаних територіальних громад як передумова підвищення їх конкурентоспроможності. Економіка України. 2019. № 3. С.52 – 69
18. Олексюк Г. В., Куйбіда С. В., Лисяк Н. М., Попадинець Н. М. Організація планування розвитку територій у контексті децентралізації державного управління: поєднання інтегрованих, просторових та економічних підходів. Економіка України. 2021. № 11 (720). С. 23-3
19. Олексюк Г. В., Попадинець Н. М., Лисяк Н. М. Концептуальна фінансово-економічна модель урбанізованих систем. Економіка та право. 2020. № 2 (57). С. 84-94/

20. Олексюк Г. В., Хром`як Й. Я., Попадинець Н. М. Маркетингова стратегія як інструмент реалізації стратегічного плану розвитку територіальних громад. Економіка України. 2022. № 7 (728). С. 67-87.

21. Олексюк Г. В., Попадинець Н. М., Самотій Н. С. Управління територіальними громадами на засадах територіального маркетингу. Регіональна економіка. 2021. № 3. (101). С. 15-27.

22. Ткачук А.Ф. Стратегічне планування у громаді (навчальний модуль) Анатолій Ткачук, Василь Кашевський, Петро Мавко. К. : ІКЦ «Легальний статус», 2016. 96 с.

9. Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Верховної Ради України // www.rada.gov.ua
2. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України – www.kmu.gov.ua.
3. Офіційний сайт Міністерства економіки України – www.me.gov.ua.
4. Офіційний сайт Міністерства розвитку громад та територій – www.minregion.gov.ua
5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України //
6. Офіційний сайт Міністерства фінансів України // www.minfin.gov.ua

10. Політика щодо академічної доброчесності

Політика щодо академічної доброчесності учасників освітнього процесу формується на основі дотримання принципів академічної доброчесності з урахуванням норм «Положення про академічну доброчесність у Національному університеті «Львівська політехніка» (затверджене вченою радою університету від 20.06.2017р., протокол №35), зокрема пунктів: 2.4.13.- 2.4.1

11. УНІФІКОВАНИЙ ДОДАТОК

Національний університет «Львівська політехніка» забезпечує реалізацію права осіб з інвалідністю на здобуття вищої освіти. Інклюзивні освітні послуги надає Служба доступності до можливостей навчання «Без обмежень», метою діяльності якої є забезпечення постійного індивідуального супроводу навчального процесу студентів з інвалідністю та хронічними захворюваннями. Важливим інструментом імплементації інклюзивної освітньої політики в Університеті є Програма підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників та навчально-допоміжного персоналу у сфері соціальної інклюзії та інклюзивної освіти.

Звертатися за адресою:

вул. Карпінського, 2/4, І-й н.к., кімн. 112

E-mail: nolimits@lpnu.ua

Websites: <https://lpnu.ua/nolimits> <https://lpnu.ua/integration>

12. Зміни та доповнення до робочої програми навчальної дисципліни

№ з/п	Зміст внесених змін (доповнень)	Дата і № протоколу засідання кафедри	Примітки
1			
2			
3.			
4			