

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Кафедра економіки, підприємства та маркетингу



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
роботи

Богдан КОРОБКО

28 » 03 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«БРЕНДИНГ ЗАКЛАДІВ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ»

(назва навчальної дисципліни)

Підготовки Магістр

Освітньої програми Дошкільна освіта

Спеціальності A2 «Дошкільна освіта»

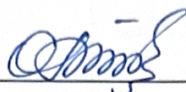
Полтава
2026 рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Брендинг закладів дошкільної освіти» для здобувачів вищої освіти спеціальності «Дошкільна освіта» другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Складена відповідно до освітньої програми «Дошкільна освіта», 2026 року.

Розробник: Івасенко О.А. доцент кафедри економіки, підприємства та маркетингу, кандидат економічних наук

Погоджено

Гарант освітньої програми  Оксана ТУР

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки, підприємства та маркетингу

Протокол від «26» серпня 2026 року № 12

Завідувач кафедри економіки, підприємства та маркетингу  Марина ЧИЖЕВСЬКА
«26» серпня 2026 року

Схвалено навчально-методичною комісією інституту фінансів, економіки, управління та права

Протокол від «28» серпня 2026 року № 12

Голова навчально-методичної комісії  Євгенія КАРПЕНКО

«28» серпня 2026 року

© Івасенко О.А., 2026 рік

© Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2026 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
		форма здобуття освіти денна
Кількість кредитів – 4	Галузь знань А Освіта	Вибіркова
Загальна кількість годин – 120		
Модулів – 1	Спеціальність А2«Дошкільна освіта»	Рік підготовки:
Змістових модулів – 2		1-й
		Семестр
		2-й
Індивідуальне завдання – не передбачено	Ступінь вищої освіти <u>магістр</u>	Лекції
		14 год.
		Практичні
		18 год.
		Лабораторні
		0 год.
		Самостійна робота
		88 год.
		Індивідуальна робота: 0 год.
		Вид контролю: екзамен

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить:

для денної форми здобуття освіти – 32 / 88

2. Мета навчальної дисципліни

Мета: сформувати у педагогів та керівників закладів дошкільної освіти систему знань і практичних навичок щодо створення, впровадження та управління брендом дитячого садка для підвищення його конкурентоспроможності.

Здатність компетентно розв'язувати складні задачі й проблеми в організації та моніторингу освітнього процесу в системі дошкільної освіти або в процесі навчання фахівців із дошкільної освіти в закладах вищої освіти, що передбачає проведення досліджень, та/або здійснення інновацій у ситуаціях, що характеризуються невизначеністю умов і вимог.

Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

Здатність здійснювати просвітницьку діяльність з метою підвищення психолого-педагогічної компетентності вихователів, батьків, громадськості.

Здатність до організації співпраці закладу дошкільної освіти з різними соціальними інституціями, категоріями фахівців до партнерства з батьками.

Здатність до самоосвіти, самовдосконалення, самореалізації в професійній діяльності та до конкурентної спроможності на ринку праці.

3. Передумови для вивчення дисципліни

Передумовою вивчення дисципліни є попередньо опановані дисципліни другого (магістерського) рівня вищої освіти.

4. Очікувані результати навчання з дисципліни

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні:

критично осмислювати концептуальні засади, цілі, завдання, принципи функціонування дошкільної освіти в Україні;

впроваджувати інформаційні та комунікаційні технології і генерувати нові ідеї в організації освітнього процесу закладів дошкільної освіти різного типу;

встановлювати взаємодію з різними соціальними інституціями, категоріями фахівців та батьками з метою забезпечення якості дошкільної освіти, реалізації дослідницьких та інноваційних проектів;

знати і використовувати в практичній діяльності законодавчу базу дошкільної освіти.

5. Критерії оцінювання результатів навчання

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом вивчення навчальної дисципліни.

Мінімальний поріг рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати в мінімальну позитивну оцінку числової (рейтингової) шкали.

Сума балів	Значення ЄКТС	Оцінка	Критерій оцінювання	Рівень компетентності
90-100	A	Відмінно	Здобувач демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Власні пропозиції Здобувача	Високий , що повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни.

			в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін.	
82-89	B	Добре	Здобувач демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною.	Достатній , що забезпечує Здобувачу самостійне вирішення основних практичних задач.
74-81	C	Добре	Здобувач загалом добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідають робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та використовує для рішення характерних/типових практичних завдань на професійному рівні. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають ускладнення.	Достатній , Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни.
64-73	D	Задовільно	Здобувач засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постановку стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядались з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній , що забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни.
60-63	E	Достатньо	Здобувач має певні знання	Середній ,

			матеріалу, передбаченого робочою програмою, володіє основними положеннями на рівні, який визначається як мінімально допустимий. Правила вирішення практичних завдань з використання м основних теоретичних положень пояснюються з труднощами. Виконання практичних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	що є мінімально допустимим у всіх складових навчальної дисципліни
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання екзамену/ заліку	Здобувач може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни Здобувач виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних і лабораторних робіт більшою мірою є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у Здобувача відсутні.	Низький, не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни.
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Здобувач повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Здобувач не допущений до здачі екзамену/заліку.	Незадовільний, Здобувач не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни

6. Засоби діагностики результатів навчання

Під час вивчення дисципліни «Брендинг закладів дошкільної освіти» використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

✓ поточний контроль

- усне опитування
- виконання практичних робіт
- тестування

✓ модульний контроль

- тестування

✓ **підсумковий контроль**
екзамен.

7. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Теоретико-методологічні основи маркетингу в дошкільній освіті.

Тема 1. Сутність та специфіка освітнього маркетингу

Освітній маркетинг як сучасний напрям управлінської діяльності у сфері освіти. Поняття, мета, завдання, принципи та функції маркетингу освітніх послуг. Взаємозв'язок маркетингу, менеджменту та стратегічного розвитку закладу дошкільної освіти. Суб'єкти та об'єкти освітнього маркетингу. Основні стейкхолдери дошкільної освіти та їхні інтереси: діти, батьки, педагогічні працівники, керівництво ЗДО, органи місцевого самоврядування, засновники, громадські організації та партнери.

Специфіка ринку освітніх послуг та його відмінність від ринку традиційних товарів і послуг. Особливості освітньої послуги: нематеріальність, невіддільність від процесу її надання, варіативність якості, довготривалість результату, складність оцінювання споживачем. Особливості маркетингової діяльності в системі дошкільної освіти. Дитина як безпосередній учасник освітнього процесу та батьки як основні споживачі й замовники освітніх послуг.

Практичне заняття 1.

Тема 2. Ринок дошкільних освітніх послуг

Поняття та структура ринку дошкільних освітніх послуг. Сучасні тенденції розвитку ринку дошкільної освіти та фактори, що визначають його функціонування. Основні суб'єкти ринку дошкільних освітніх послуг: державні, комунальні та приватні заклади дошкільної освіти, альтернативні форми організації дошкільної освіти, освітні та розвивальні центри. Особливості формування попиту і пропозиції на дошкільні освітні послуги.

Дослідження сучасного ринку дошкільних освітніх послуг. Поняття конкурентного середовища ЗДО. Порівняльний аналіз державних, комунальних та приватних закладів дошкільної освіти за основними характеристиками: зміст і якість освітніх послуг, організація освітнього процесу, кадрове забезпечення, матеріально-технічна база, додаткові послуги, доступність, комунікація з батьками та особливості позиціонування.

Конкуренція на ринку дошкільних освітніх послуг. Види та рівні конкуренції між закладами. Основні конкурентні переваги та проблеми різних типів ЗДО. Унікальна пропозиція закладу дошкільної освіти як інструмент його позиціонування. Фактори, що визначають конкурентоспроможність ЗДО: якість освітніх послуг, професійність педагогічного колективу, безпечне та комфортне освітнє середовище, інноваційність, доступність, репутація, імідж та ефективність комунікації.

Практичне заняття 2.

Тема 3. Маркетингові дослідження в освіті

Поняття, мета та завдання маркетингових досліджень у сфері дошкільної освіти. Роль маркетингової інформації в управлінні та стратегічному розвитку закладу дошкільної освіти. Основні напрями маркетингових досліджень ЗДО: вивчення потреб і очікувань батьків, аналіз попиту на освітні послуги, дослідження конкурентного середовища, оцінювання якості та задоволеності освітніми послугами, визначення рівня впізнаваності та репутації закладу.

Джерела маркетингової інформації та методи її отримання. Використання первинної та вторинної маркетингової інформації. Опитування, анкетування, інтерв'ю, спостереження, аналіз відгуків, вивчення відкритих інформаційних ресурсів, соціальних мереж та вебсайтів закладів дошкільної освіти. Принципи організації маркетингового дослідження: визначення проблеми, постановка мети й завдань, визначення цільової аудиторії, вибір методів дослідження, збір та аналіз інформації, формулювання висновків і розроблення управлінських рекомендацій.

Практичне заняття 3.

Тема 4. Комплекс маркетингу ЗДО (Marketing Mix)

Поняття та значення комплексу маркетингу в управлінні закладом дошкільної освіти. Модель «7Р» як інструмент формування та реалізації маркетингової політики ЗДО. Взаємозв'язок складових маркетинг-міксу та їх вплив на задоволення потреб дітей, батьків та інших стейкхолдерів.

Особливості адаптації моделі «7Р» до специфіки дошкільної освіти. Взаємозв'язок маркетинг-міксу з якістю освітніх послуг, конкурентоспроможністю, позиціонуванням та репутацією ЗДО. Використання комплексу маркетингу для формування позитивного досвіду взаємодії батьків із закладом, підвищення його привабливості та забезпечення стратегічного розвитку.

Практичне заняття 4.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Практичні інструменти просування та брендингу ЗДО.

Тема 5. Формування іміджу та бренда закладу дошкільної освіти

Поняття іміджу, бренда та репутації закладу дошкільної освіти. Їх взаємозв'язок та роль у формуванні конкурентоспроможності й привабливості ЗДО. Основні складові іміджу закладу: якість освітніх послуг, професійність педагогічного колективу, освітнє середовище, культура взаємодії, відкритість, комунікація з батьками та громадою.

Бренд ЗДО як система цінностей, асоціацій, уявлень та емоційних характеристик, пов'язаних із закладом. Місія, бачення, цінності та унікальна пропозиція як основа формування бренда. Позиціонування закладу дошкільної освіти та визначення його відмінностей від конкурентів. Формування впізнаваності та довіри до бренда.

Корпоративна культура ЗДО як основа внутрішнього іміджу закладу. Цінності, норми професійної поведінки, традиції, стиль управління, командна взаємодія та культура спілкування з дітьми, батьками й іншими стейкхолдерами. Вплив корпоративної культури на якість освітніх послуг та репутацію закладу.

Стратегії формування, підтримки та розвитку бренда ЗДО. Оцінювання впізнаваності, довіри та репутації закладу. Використання результатів оцінювання для вдосконалення маркетингової політики, зміцнення конкурентних переваг та формування довготривалих взаємовідносин із батьками й громадою.

Практичне заняття 5.

Тема 6. Комунікаційна політика та PR

Поняття, мета та завдання комунікаційної політики закладу дошкільної освіти. Значення ефективних комунікацій для формування довіри, позитивного іміджу та репутації ЗДО. Принципи побудови системи комунікацій у дошкільній освіті: відкритість, системність, доступність, оперативність, достовірність, етичність та орієнтація на потреби дитини і батьків.

Внутрішні та зовнішні комунікації ЗДО. Особливості інформаційної взаємодії між керівником, педагогічними працівниками, фахівцями та іншими учасниками освітнього процесу. Комунікація закладу з батьками, засновником, органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, партнерами та громадою. Вибір каналів комунікації відповідно до потреб і характеристик цільових аудиторій.

Комунікація з батьківською спільнотою. Форми та способи взаємодії з батьками: індивідуальні консультації, батьківські збори, зустрічі, опитування, електронна комунікація, інформаційні розсилки, батьківські спільноти та інтерактивні заходи. Формування партнерської моделі «ЗДО – дитина – батьки». Значення зворотного зв'язку та залучення батьків до життя закладу.

PR у дошкільній освіті. Поняття, функції та основні інструменти PR. Формування позитивного інформаційного поля навколо ЗДО. Використання презентацій, публічних заходів, Днів відкритих дверей, виставок, конкурсів, благодійних акцій, соціальних та освітніх проєктів для популяризації діяльності закладу. Взаємодія із засобами масової інформації та локальними інформаційними ресурсами.

Практичне заняття 6.

Практичне заняття 7.

Тема 7. Цифровий маркетинг у дошкільній освіті та маркетингова стратегія розвитку ЗДО.

Цифровізація маркетингової діяльності закладу дошкільної освіти. Створення та ведення офіційного сайту ЗДО. SMM-стратегія: специфіка просування закладу у Facebook, Instagram та месенджерах (Viber, Telegram). Контент-план та принципи створення цифрового контенту. Правила безпечного використання фото-, відео- та персональних даних дітей. Етапи розроблення маркетингового плану закладу. Визначення маркетингових цілей та ключових показників ефективності (KPI). Оцінювання результативності маркетингових заходів. Залучення додаткових ресурсів та фандрайзинг.

Практичне заняття 8.

Практичне заняття 9.

8. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	денна форма					
	усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи маркетингу в дошкільній освіті						
Тема 1. Сутність та специфіка освітнього маркетингу.	14	2	2	-	-	10
Тема 2. Ринок дошкільних освітніх послуг	14	2	2	-	-	10
Тема 3. Маркетингові дослідження в освіті.	14	2	2	-	-	10
Тема 4. Комплекс маркетингу ЗДО (Marketing Mix).	14	2	2	-	-	10
Змістовий модуль 2. Практичні інструменти просування та брендингу ЗДО						
Тема 5. Формування іміджу та бренда закладу дошкільної освіти	14	2	2			10
Тема 6. Комунікаційна політика та PR	25	2	4			19
Тема 7. Цифровий маркетинг у дошкільній освіті та маркетингова стратегія розвитку ЗДО.	25	2	4			19
Усього годин	120	14	18	-	-	88

9. Перелік питань для семінарських занять

Тема заняття та перелік питань	Кількість годин
Семінарські заняття не передбачені	-

10. Перелік питань для практичних занять

Тема заняття та перелік питань	Кількість годин
Практичне заняття 1. Діагностика власного рівня EQ та техніки «заземлення» в роботі вихователя. Розвиток емоційного інтелекту у дітей через гру та арт-терапію 1. Роль емоційної грамотності у сучасному навчанні та вихованні	2

2. Особливості управління емоціями в професійній діяльності педагога. 3. Чинники, що зумовлюють психоемоційну напругу працівників дитячих садків. 4. Ефективні методи self-help для відтворення рівноваги. 5. Вікові особливості EQ дошкільників 6. Гра як природний простір для емоційного тренування 7. Арт-терапія в ЗДО (ізотерапія, пісочна терапія, казкотерапія).	
Практичне заняття 2. Техніки «я-повідомлення» та конструктивної критики у професійній взаємодії вихователя 1. Концепція «Я-повідомлення» (за Томасом Гордоном). Різниця між «Типовідомленням» та «Я-повідомленням» 2. Чотирикомпонентна структура «Я-повідомлення»: 3. Принципи конструктивної критики в педагогічному колективі (Правило «Гамбургера» (Сендвіча). Критика дії, а не людини. Своєчасність та приватність).	2
Практичне заняття 3. Побудова ефективної комунікації з «складними» батьками 1. Психологічна типологія «складних» батьків у ЗДО 2. Причини виникнення опору та захисних реакцій у батьків 3. Алгоритм «виходу» з конфлікту: техніка медіації 4. Стратегія партнерства: перехід від «звинувачення» до «співпраці» 5. Етика та межі професійної комунікації	2
Практичне заняття 4. Стратегії поведінки та управління конфліктами в освітньому середовищі ЗДО 1. Конфлікт в дитячому садку: структура, об'єкт, предмет та динаміка розвитку суперечки між суб'єктами освітнього процесу. 2. Психологічні детермінанти професійних конфліктів (непорозуміння в системі «педагог -адміністрація» та «вихователь-помічник вихователя». 3. Аналіз моделі Томаса-Кілманна: ситуативна доцільність кожної зі стратегій . 4. Специфіка конфліктів у тріаді «Дитина-Батьки-Вихователь»: психологічні межі та етичні аспекти втручання педагога. 5. Превентивна педагогіка: створення «культури згоди» у групі як метод профілактики деструктивної поведінки. 6. Техніки саморегуляції педагога в гострій фазі конфлікту: як зберегти емоційну стійкість та професійну позицію	2
Практичне заняття 5. Медіаційні технології та кейс-менеджмент у роботі магістра дошкільної освіти 1. Медіація в освіті: відмінність ролі медіатора (посередника) від ролі судді або арбітра. 2. Технологія «Кола примирення»: методика відновного підходу в роботі з дошкільнятами. 3. Кейс-метод як інструмент аналізу педагогічних ситуацій: покроковий алгоритм деконструкції конфлікту. 4. Алгоритм «4 кроки до згоди»: навчання дітей старшого дошкільного віку формулюванню Я-повідомлень та запитів. 5. Медіація в роботі з батьками. 6. Проєктування безпечного освітнього простору: роль soft skills педагога у формуванні психологічного благополуччя дитини.	2
Практичне заняття 6. Педагогічне лідерство та стратегії командної взаємодії в ЗДО 1. Феномен педагогічного лідерства: відмінність лідерства вихователя-методиста або магістра від адміністративного менеджменту. 2. Педагог як опініон-лідер (лідер думок): інструменти впливу на батьківську	2

громаду та колег у цифровому та реальному середовищі. 3. Специфіка мультидисциплінарної команди: алгоритми взаємодії «вихователь – логопед – психолог – асистент» при роботі з дітьми з ООП. 4. Аналіз командних ролей за М. Белбіном: розподіл обов'язків під час підготовки до педради або масового заходу. 5. Бар'єри професійної взаємодії: психологічні аспекти конфліктів у жіночому колективі ЗДО та шляхи їх подолання. 6. Принципи формування «команди мрії»: етапи розвитку групи.	
Практичне заняття 7. Тайм-менеджмент та стресостійкість як фундамент професійного здоров'я педагога 1. Специфіка робочого часу вихователя. 2. Матриця Ейзенхауера в освіті: «терміновість» та «важливості» в умовах багатозадачності. 3. Мистецтво делегування. 4. «Пастка часу» в роботі вихователя: аналіз деструктивних звичок та нерационального використання пауз протягом дня. 5. Психологія професійного вигорання: стадії «згорання», тайм-менеджмент як антидот проти хронічного стресу. 6. Методи відновлення ресурсу: техніка «колесо балансу», методики швидкої релаксації та саморегуляції після робочого дня.	2
Практичне заняття 8. Критичне мислення як інструмент професійної стійкості та методичного аналізу 1. Критичне мислення: відмінність між фактом, судженням та маніпуляцією в освітньому контенті. 2. Інформаційна гігієна педагога: як розпізнати псевдонаукові методики («фуфломіщини» в освіті) та протидіяти ефекту підтвердження. 3. Метод «6 капелюхів» як алгоритм прийняття рішень. 4. Когнітивні упередження (стереотипи) в роботі вихователя. 5. Методологія SWOT-аналізу педагогічних інновацій: оцінка сильних, слабких сторін, можливостей та загроз при впровадженні нових програм. 6. Техніки запитування (за Сократом): використання відкритих запитань для стимулювання пізнавальної активності дошкільників.	2
Практичне заняття 9. Дизайн-мислення та креативні стратегії в моделюванні освітнього простору 1. Дихотомія креативності та креативу: розвиток дивергентного мислення як професійного складника педагога 2. Методологія емпатії в системі дизайн-мислення: детермінація освітніх потреб дитини. 3. Стратегії фокусування у процесі ідентифікації та дефініції педагогічних проблем. 4. Когнітивні технології генерації ідей: латеральне мислення та креативні методики трансформації ЗДО. 5. Концепція швидкого прототипування в моделюванні освітніх інновацій. 6. Конструктивна роль рефлексії та зворотного зв'язку: формування «культури помилки» в педагогічному дизайні	2
Усього	18

11. Перелік питань для лабораторних занять

Тема заняття та перелік питань	Кількість годин
Лабораторні заняття не передбачені	-

12. Самостійна робота

Метою самостійної роботи магістранта є поглиблена аналітико-дослідницька діяльність, спрямована на критичний аналіз наявних наукових концепцій, виявлення прогалин у дослідженнях та систематизацію сучасної фахової літератури для обґрунтування власної наукової позиції, генерації нового знання й апробації результатів у магістерській дисертації та публікаціях.

Види самостійної роботи студента:

- опрацювання лекційного матеріалу;
- підготовка до практичних занять;
- опрацювання тем курсу, які виносяться на самостійне вивчення, за списками літератури, рекомендованими в робочій навчальній програмі дисципліни;
- відвідування консультацій (згідно графіку консультацій кафедри);
- підготовка до складання екзамену за контрольними запитаннями.

Питання

для самостійного вивчення студентами

№ з/п	Тема загальна та перелік питань	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи маркетингу в дошкільній освіті		
Тема 1. Сутність та специфіка освітнього маркетингу.		
1.	Психологічні методики самодіагностики та моніторингу емоційного стану педагога впродовж навчального року	5
2.	Створення картотеки ігор та вправ для розвитку емоційного інтелекту у дітей різних вікових груп дошкільного віку	5
Тема 2. Ринок дошкільних освітніх послуг		
1	Порівняльний аналіз державних, комунальних та приватних закладів дошкільної освіти за основними характеристиками: зміст і якість освітніх послуг, організація освітнього процесу, кадрове забезпечення, матеріально-технічна база, додаткові послуги, доступність, комунікація з батьками та особливості позиціонування.	5
2	Конкуренція на ринку дошкільних освітніх послуг. Види та рівні конкуренції між закладами.	5
Тема 3. Маркетингові дослідження в освіті.		
1	Використання первинної та вторинної маркетингової інформації. Опитування, анкетування, інтерв'ю, спостереження, аналіз відгуків, вивчення відкритих інформаційних ресурсів, соціальних мереж та вебсайтів закладів дошкільної освіти.	5
2	Принципи організації маркетингового дослідження: визначення проблеми, постановка мети й завдань, визначення цільової аудиторії, вибір методів дослідження, збір та аналіз інформації, формулювання висновків і розроблення управлінських рекомендацій.	5
Тема 4. Комплекс маркетингу ЗДО (Marketing Mix)		
1	Особливості адаптації моделі «7Р» до специфіки дошкільної освіти.	5
2	Взаємозв'язок маркетинг-міксу з якістю освітніх послуг, конкурентоспроможністю, позиціонуванням та репутацією ЗДО.	5
Змістовий модуль 2. Практичні інструменти просування та брендингу ЗДО		

Тема 5. Формування іміджу та бренда закладу дошкільної освіти		
1	Стратегії формування, підтримки та розвитку бренда ЗДО.	5
2	Оцінювання впізнаваності, довіри та репутації закладу.	5
Тема 6. Комунікаційна політика та PR		
1	PR у дошкільній освіті. Поняття, функції та основні інструменти PR.	6
2	Формування позитивного інформаційного поля навколо ЗДО.	6
3	Використання презентацій, публічних заходів, Днів відкритих дверей, виставок, конкурсів, благодійних акцій, соціальних та освітніх проєктів для популяризації діяльності закладу.	7
Тема 7. Цифровий маркетинг у дошкільній освіті та маркетингова стратегія розвитку ЗДО.		
1	Розроблення маркетингового плану закладу. Оцінювання результативності маркетингових заходів.	6
2	Визначення маркетингових цілей та ключових показників ефективності (KPI).	6
3	Залучення додаткових ресурсів та фандрайзинг.	7
Усього		88

13. Індивідуальні завдання

Не передбачено планом.

14. Методи навчання

При викладанні дисципліни застосовуються словесні, наочні та практичні методи навчання.

Словесні та наочні методи навчання використовуються під час лекцій, практичних, занять, індивідуальних та групових консультацій.

Під час проведення лекцій та/або практичних занять використовуються такі словесні методи, як розповідь і пояснення.

До числа наочних методів, які застосовуються при викладанні дисципліни, належать: ілюстрація, демонстрація.

- **інструменти, обладнання та програмне забезпечення дисципліни :**

✓ платформа Moodle для розміщення навчальних матеріалів, завдань, тестів та організації комунікації між викладачем і студентами;

✓ мультимедійні проєктори та екрани для демонстрації презентацій, відеоматеріалів та інших візуальних матеріалів, що дозволяє зробити лекції більш наочними та динамічними;

✓ програми для відеоконференцій: Zoom, Google Meet для проведення (за виробничої необхідності) онлайн-лекцій, семінарів, практичних та консультацій;

- **методи навчання, які дозволяють формувати soft skills (наприклад, робота в команді, робота в малих групах, ділові ігри, дебати, квести, кейс-методи, дискусії тощо).**

✓ робота в малих групах та командна робота, що вимагає розподілу ролей, співпраці та взаємної відповідальності, розвиває навички комунікації, співробітництва та лідерства;

✓ кейс-методи, що передбачає аналізування реальних або змодельованих ситуацій, формує вміння приймати обґрунтовані рішення, аналізувати проблеми та знаходити ефективні шляхи їх вирішення.

✓ ділові та рольові ігри, зокрема моделювання ситуацій, що можуть виникнути в проф. діяльності, дозволяє студентам відпрацювати навички переговорів, управління та емоційного інтелекту.

✓ дебати та дискусії, що передбачають обговорення спірних питань, сприяють розвитку критичного мислення, навичок аргументації та публічних виступів, а також креативності, здатності до нестандартного мислення.

15. Методи контролю

Поточний контроль успішності засвоєння студентами навчального матеріалу може здійснюватися шляхом опитування й оцінювання знань студентів під час практичних занять, оцінювання виконання студентами самостійної роботи, проведення контрольних модульних робіт (у формі тестування), тестування або в ході індивідуальних співбесід зі студентами під час консультацій. Вибір конкретних форм і методів поточного контролю знань студентів залежить від викладача і доводиться до їхнього відома на першому практичному занятті.

На підставі результатів модульного контролю здійснюється міжсесійний контроль (атестація).

Підсумковий контроль здійснюється у формі екзамену.

16. Розподіл балів, які отримують студенти

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни «Брендинг закладів дошкільної освіти» за видами робіт

Види робіт/контролю	Перелік тем								
	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7		
	Практичне заняття								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Опитування	2	2	2	1	2	2	2	2	1
Тестування	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Виконання практичних	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Модульний контроль				2					3
Виконання завдань самостійної роботи	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Всього за темами	5	5	5	7	5	5	5	5	8
Екзамен	50								
Всього за результатами вивчення навчальної дисципліни	100								

Шкала та критерії оцінювання відповіді за результатами опитування (для теми 4, 7)

Бали для денної форми здобуття освіти	Критерії оцінювання
1	Питання розкрито повністю, що свідчить про відмінне засвоєння матеріалу відповідно вказаних програмних результатів навчання. Студент вільно володіє науково-понятійним апаратом.
0,5	Механічне відтворення матеріалу з деякими помилками, неточності у використанні науково-понятійного апарату.
0	Відсутність відповіді на теоретичне питання, що не дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.

Шкала та критерії оцінювання відповіді за результатами опитування (для теми 1, 2, 3, 5, 6)

Бали для денної форми здобуття освіти	Критерії оцінювання
2	Питання розкрито повністю, що свідчить про відмінне засвоєння матеріалу відповідно вказаних програмних результатів навчання. Студент вільно володіє науково-понятійним апаратом.
1	Механічне відтворення матеріалу з деякими помилками, неточності у використанні науково-понятійного апарату.
0	Відсутність відповіді на теоретичне питання, що не дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.

Оцінювання тестування:

- кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів ($0,1 \times 10 = 1$);
- правильність відповідей перевіряється відповідно до ключа тестів.

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних завдань

Бали для денної форми здобуття освіти	Критерії оцінювання
1	Виконано завдання практичної роботи в повному обсязі, належним чином оформлено висновки, в яких відображено здатність до практичного застосування отриманих знань.
0,5	Виконано завдання практичної роботи із несуттєвими помилками або не в повному обсязі, оформлено висновки, які частково розкривають практичне завдання.
0	Не виконано практичну роботу або виконано із суттєвими помилками.

Шкала та критерії оцінювання виконання завдань самостійної роботи

Бали для денної форми здобуття освіти	Критерії оцінювання
2	Завдання самостійної роботи виконане в повному обсязі, висвітлює глибоке розуміння теми, містить грамотно сформовані висновки та аналітичні узагальнення. Робота виконана самостійно, без помилок і неточностей, оформлена відповідно до вимог, що засвідчує високий рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання.
1	Завдання самостійної роботи виконане у повному обсязі, але містить незначні неточності, часткові грубі суперечності або поодинокі стилістичні/оформлювальні огріхи. Здобувач вищої освіти демонструє достатній рівень формування компетентностей та задовільне володіння навчальним матеріалом.
0,5	Завдання самостійної роботи виконане частково (не менше 50% від необхідного обсягу) або містить суттєві помилки у змісті, невизначеність висновків та порушення вимог до оформлення. Рівень формування компетентностей оцінюється як початковий/середній.
0	Завдання самостійної роботи не виконане взагалі, або виконане менше ніж на 50%, результати не відповідають поставленим вимогам, містять грубі фактичні помилки чи ознаки академічного недоброчесного

	запозичення (плагіату).
--	-------------------------

Модульний контроль (змістовий модуль 1) у формі тестування:

- кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів ($0,2 \times 10 = 2$);
- правильність відповідей перевіряється відповідно до ключа тестів.

Модульний контроль (змістовий модуль 2) у формі тестування:

- кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів ($0,3 \times 10 = 3$);
- правильність відповідей перевіряється відповідно до ключа тестів.

Шкала та критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами складання екзамену

	Завдання	Бали	Критерії оцінювання
	Тестування	0-20	Кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів ($1 \times 20 = 20$), правильність відповідей перевіряється відповідно до ключа тестів.
	2 питання макс. по 15 балів	11-15	Студент демонструє глибоке та системне розуміння матеріалу, вміння критично мислити та аналізувати. Відповідь є повною, логічною та послідовною, без фактичних помилок. Студент не просто відтворює матеріал, а й може висловлювати власні думки, наводити приклади та робити обґрунтовані висновки. 11-12 балів оцінюється за глибоке розуміння, 13-14 балів – за відмінне знання та вміння самостійно аналізувати, а 15 балів – за ідеальну, вичерпну та оригінальну відповідь, що може містити елементи наукового дослідження..
		6-10	Студент демонструє достатнє знання матеріалу, його відповідь є частково правильною та логічною. Він використовує більшість необхідних термінів і може давати визначення, хоча можуть бути незначні неточності. Відповідь може бути недостатньо структурованою, а аргументація – слабкою, оскільки студенту бракує глибини в розумінні зв'язків між поняттями. 6-7 балів ставиться за частково правильну відповідь, 8-9 балів – за достатнє, але не глибоке знання, а 10 балів – за правильну, логічну, але ще не вичерпну відповідь, де не вистачає самостійних висновків.
		0-5	Відповідь студента є фрагментованою та неструктурованою, що свідчить про поверхове засвоєння матеріалу. Студент використовує терміни та поняття неточно, а його відповідь може містити грубі фактичні помилки. Якщо відповідь повністю відсутня або не відповідає темі, вона оцінюється у 0-1 бал. Надання окремих правильних термінів без їх розкриття оцінюється в 2-3 бали, а неповна, неструктурована відповідь із суттєвими помилками — у 4-5 балів. Загалом, цей рівень демонструє мінімальну обізнаність з темою або повне її нерозуміння.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

100-бальна рейтингова система оцінювання	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену, диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики
90 – 100	A – відмінно	5 – відмінно

82 – 89	B – дуже добре	4 – добре
74 – 81	C – добре	
64 – 73	D – задовільно	3 – задовільно
60 – 63	E – достатньо	
35 – 59	FX – незадовільно з можливістю повторного складання	2 – незадовільно
0 – 34	F – незадовільно з обов'язковим повторним	

Правила модульно-рейтингового оцінювання знань

Загальна трудомісткість дисципліни – 100 балів, із них :

– при підсумковому контролі у вигляді екзамену 50 балів відведено на поточний контроль, а 50 балів – на підсумковий (для допуску до екзамену необхідно мати не менше 25 балів поточної успішності).

1. Поточний контроль. Бали, отримані впродовж семестру, за видами навчальної діяльності розподіляються так :

- робота на практичних заняттях (відповіді, виконання практичних завдань, а в разі їх пропусків з поважної причини – індивідуальні співбесіди на консультаціях за темами відповідних занять) – до 50 балів.

Присутність на лекціях і практичних не оцінюється в балах. Пропуски занять підлягають обов'язковому відпрацюванню в індивідуальному порядку під час консультацій. Пропущене заняття має бути відпрацьоване **впродовж двох наступних тижнів**, при тривалій відсутності студента на заняттях з поважної причини встановлюється індивідуальний графік відпрацювання пропусків, але не пізніше початку екзаменаційної сесії.

Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 25 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

2. Підсумковий контроль Підсумковим контролем є **екзамен**. Він здійснюється відповідно до вимог «Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті імені Юрія Кондратюка»

17. Методичне забезпечення

1. Робоча програма з дисципліни для студентів другого(магістерського) рівня вищої освіти А2 «Дошкільна освіта» / Укл. О.А. Івасенко. Полтава, (Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»), 2026 року. – 19 с.

18. Рекомендована література

Базова

1. Gary Armstrong, Philip Kotler. Principles of Marketing. Pearson 2022.. 700 P.
2. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с. ISBN 978-617-7843-42-8 URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21558/1/ПДР_Маркетинг_ДРУК%20ВАР_01.11.2022.pdf
3. Павлова С.О., Козак І.В., Лисенко Т.І. Маркетинговий менеджмент: сучасні тенденції та інструменти: підручник. Видавничий дім "Студент". 2023. 78 с.
4. Старостіна А. О. та ін. Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник ; за ред. д-ра екон. наук, проф. А. О. Старостіної. Вид. 2-ге, допов. та перероб. Київ: Ліра-К. 2024. 483 с.
5. Kumar, V., Kotler, P. Transformative Marketing: Combining New Age Technologies and Human Insights. Швейцарія: Palgrave Macmillan, 2024. – 379 p.

Допоміжна

1. Raffik Rasheed; Solainayagi Palaiyah; Chyzhevska Maryna; Krekoten Iryna; Ivasenko Olena; Bhasker Pant. Cyber-Physical protection system (CPPS) for improving key performance indicator (KPI) in a smart factory. Proceedings of the fourth international conference on advances in manufacturing technology: icamt2022. Pp. 020037-1 – 020037-8. URL: <https://pubs.aip.org/aip/acp/article-abstract/2937/1/020037/3306349/Cyber-Physical-protection-system-CPPS-for?redirectedFrom=fulltext>
2. Verbytska, A., Lysenko, I., Babachenko, L., & Kraskivska, N. (2023). Inclusive Social Marketing: Representation and Diversity in Brand Campaigns. *Marketing and Branding Research*, 10(1), 45–58. <https://doi.org/10.32038/mbr.2023.10.01.04>.
3. Івасенко О.А. Digital-маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. Стратегічні напрямки підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств: монографія. За загальною редакцією Р.В. Грінченко. Одеса: ФОП Бондаренко. 2022. С. 374-409.
4. Івасенко О.А. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2: монографія. За науковою редакцією Н. В. Карпенко. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки та торгівлі». Полтава. 2021. С. 275-312. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/12762>
5. Кобець С. П., Івасенко О. А. Інструменти стратегічного маркетингу в процесі адаптації бізнес-моделей до ринкових змін. Концептуалізація трансформаційних змін бізнес-моделей вітчизняних підприємств у парадигмі глобалізаційної нестабільності = Conceptualizing transformational changes in the business models of domestic enterprises within the paradigm of globalization-driven instability : колективна монографія за ред. д.е.н., проф. Чобіток В. І. – Х. : Вид-во Іванченка І. С., 2026. – С. 472-518.
6. Парсяк, В. Н. Маркетинг: гібридна дійсність : підручник / В. Н. Парсяк. – Одеса : Гельветика, 2023. – 565 с.

19. Інформаційні ресурси

1. Сторінка курсу на платформі Moodle: <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=7905>
2. Емоційний інтелект : онлайн-курс. *Prometheus*. URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+EQ101+2020_T3.
3. СЕЕН (Соціально-емоційне та етичне навчання) : програма для педагогів. *EdCamp Ukraine*. URL: <https://www.edcamp.ua/seelukraine>.
4. Критичне мислення для освітян : онлайн-курс. *Prometheus*. URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:CZ+CT101+2017_T3
5. Цифровий учитель : онлайн-курс. *UNESCO & Google.org*. URL: <https://mon.gov.ua/>
6. Social-Emotional Learning (SEL) for Educators : specialization. *Coursera / University of Colorado Boulder*. URL: <https://www.coursera.org/specializations/social-emotional-learning-educators>.
7. Design Thinking for Greater Wellbeing in Schools : course. *Coursera / University of Sydney*. URL: <https://www.coursera.org/learn/design-thinking-wellbeing-schools>.
8. Professional Development Courses for Early Childhood Educators in Ukraine (Trauma-informed practices, SEL). *Childhood Education International*. URL: <https://ceinternational1892.org/>.
9. Conflict Management Specialization. *Coursera / University of California, Irvine*. URL: <https://www.coursera.org/specializations/conflict-management>.