

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Економічний факультет
Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Декан економічного факультету
Грешко Р.І.
(підпис) (прізвище та ініціали)

« _____ » _____ 2026 року

ПОЛОЖЕННЯ
про студентський науково-практичний гурток
«Лабораторія реклами та дизайну»

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Студентський науково-практичний гурток “Лабораторія реклами та дизайну” (далі Гурток) є структурним підрозділом кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, що забезпечує проведення практичних та лабораторних занять в позаурочний час.

1.2. Гурткова робота – невід’ємна частина навчально-виховного процесу у закладах вищої освіти III-IV рівнів акредитації, яка розвиває і формує загальні якості відповідно до вікових можливостей студентів, задовольняє психологічну потребу у спілкуванні і самовизначенні та вирішує проблему дозвілля.

1.3. Гурткова робота студентів регламентується законами України «Про освіту», «Про вищу освіту», наказами та розпорядженнями Міністерства освіти і науки України та даним Положенням.

1.4. Мета роботи Гуртка: розширення і поглиблення бази знань в сфері маркетингу, реклами та дизайну; розвиток пізнавальних інтересів і творчих здібностей необхідних для майбутніх маркетологів; формування практичних умінь і навичок в сфері реклами та дизайну.

1.5. Завдання роботи Гуртка: створення умов для творчого розвитку та самовираження студентів, які бажають вчити маркетинг та рекламу; організація змістовного дозвілля студентів для закріплення отриманих знань з сфери маркетингу, реклами та дизайну; впровадження інноваційних форм і методів при вивченні технологій реклами та дизайну; створення системи роботи з обдарованими студентами у здобутті необхідних компетенцій в рекламі та дизайні; задоволення потреб студентської молоді у професійному самовизначенні відповідно до їх інтересів і здібностей у сфері маркетингу, реклами та дизайну.

2. ПРИНЦИПИ ТА ФОРМИ ГУРТКОВОЇ РОБОТИ

2.1. Принципи здійснення гурткової роботи: демократія та гуманізм; наступність та інтеграція; самостійність і активність творчої особистості; єдність загальнолюдських і національних цінностей; багатогалузевість та варіативність; науковість і системність; добровільність та доступність; практична спрямованість.

2.2. Форми гурткової роботи.

2.2.1. Інформаційні форми гурткової роботи: майстер-класи; диспути та дискусії; усний журнал; коучинги; зустрічі зі спеціалістами; участь у виставках; тренінги; вебінари; екскурсія та тематична подорож; вивчення досвіду роботи тощо.

2.2.2. Ілюстративно-показові форми гурткової роботи: виставки робіт; фотовиставка; графічні історії; вернісаж; експозиція; колаж тощо;

2.2.3. Практичні форми гурткової роботи: маркетингові дослідження; брифування; семінар-практикум; презентації; пітчінг ідей; робота в малих та великих групах; наукове дослідження тощо.

Форми проведення занять добираються керівниками гуртків на власний розсуд і спрямовані на задоволення потреб у творчому та професійному

розвитку, створення умов для формування творчо розвиненої, соціально зрілої та психологічно адаптованої особистості, розвиток пізнавальних інтересів та здібностей студентів.

3. СТВОРЕННЯ, ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ

3.1. Створення Гуртка відбувається відповідно до чинного законодавства на основі рішення кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, затвердженням деканом економічного факультету Положення про Гурток. Мінімальна кількість студентів-учасників науково-практичного студентського гуртка – 15 осіб.

3.2. Планування та проведення занять. Заняття гуртків проводяться на основі планів роботи розроблених їх керівниками. Заняття гуртків проводяться згідно встановленого графіка, тривалістю 1-2 години. За необхідності та бажанням учасників гуртків може встановлюватися інша періодичність та тривалість занять. Відвідування засідань студентських гуртків не регламентуються і не є обов'язковим для студентів. Періодичність проведення засідань визначається керівником наукового гуртка та доводиться до відома учасників.

3.3. Систематичний контроль за роботою гуртку здійснює керівник структурного підрозділу.

4. ПОСАДОВІ ОBOB'ЯЗКИ КЕРІВНИКА ГУРТКА

4.1. Посадові обов'язки керівника гуртка:

- 1) комплектує кількісний та персональний склад студентів гуртка, вживає заходів щодо його збереження протягом строку навчання;
- 2) забезпечує дотримання прав і свобод студентів;
- 3) виявляє творчі здібності студентів, сприяє їхньому розвитку, формуванню стійких професійних інтересів та нахилів;
- 4) підтримує обдарованих і талановитих студентів, у тому числі із обмеженими можливостями здоров'я;
- 5) організовує участь студентів у масових заходах;
- 6) дотримується етичних норм поведінки, що відповідають громадському статусу педагога, в навчальному закладі, побуті, громадських місцях.

4.2. Керівник гуртка має право на:

- 7) вільний вибір та використання методик навчання та виховання, навчальних посібників і матеріалів, підручників, методів оцінювання знань студентів;
- 8) підвищення кваліфікації.

**Завідувач кафедри маркетингу,
інновацій та регіонального розвитку**

проф. І.М. Буднікевич

**Керівник студентського
науково-практичного гуртка
«Лабораторія реклами та дизайну»**

асист. В.А. Вардеванян