

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

Силабус навчальної дисципліни
«Психологія бренд - менеджменту»

Обсяг навчальної дисципліни	Загальна кількість годин на дисципліну: 120 годин, 4 кредити ЄКТС.
Дні, час, місце проведення навчальної дисципліни	За розкладом занять. Кафедра менеджменту охорони здоров'я. Одеса, вул. Пастера, 2а.
Викладач(-і)	доцент кафедри, канд. істор.н. доцент, Дружкова Ірина Сергіївна професор кафедри, д.псих.н., проф. Литвиненко Ольга Дмитрівна доцент кафедри, канд.псих.н., доцент. Ковальова Марія Володимирівна
Контактна інформація	Довідки за телефонами: Кусик Наталія Львівна, к.е.н., доц., відповідальна за навчально-методичну роботу кафедри 067-728-56-12 E-mail: nataliia.kusyk@onmedu.edu.ua Фомичова Марія Павлівна, лаборант кафедри 067-970-30-04 E-mail: moz@onmedu.edu.ua Очні консультації: з 14.00 до 16.00 кожного четверга Онлайн - консультації: з 16.00 до 18.00 кожного четверга. Посилання на онлайн - консультацію надається кожній групі під час занять окремо.

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі здобувачами буде здійснюватися аудиторно (очно).

Під час дистанційного навчання комунікація здійснюється через платформу Microsoft Teams, а також через листування електронною поштою, месенджери Viber (через створені у Viber групи для кожної групи, окремо через старосту групи).

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет вивчення дисципліни – охоплює основні принципи, норми та правила етики ділового спілкування, що є основою для побудови ефективних професійних відносин. Здобувачі вивчатимуть аспекти вербальної та невербальної комунікації, культуру мовлення, діловий етикет та етичні стандарти у бізнес-взаємодії.

Мета дисципліни: формування у здобувачів системи знань про психологічні засади управління брендом, розвиток практичних навичок побудови емоційного зв'язку зі споживачем, формування брендової ідентичності та лояльності, а також розуміння психологічної специфіки бренд-комунікації.

Завдання навчальної дисципліни:

1. Ознайомити здобувачів із психологічними механізмами формування бренду та сприйняття бренд-повідомлень.
2. Навчити використовувати психологічні інструменти впливу на цільову аудиторію.
3. Розкрити особливості формування брендової ідентичності та емоційної прив'язаності до бренду.
4. Дослідити роль довіри, цінностей і символів у комунікації бренду.

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

5. Розвинути вміння адаптувати бренд до різних культурних і соціальних контекстів.
6. Сприяти формуванню етичної відповідальності у процесі бренд-менеджменту.

Очікувані результати:

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен:

Знати:

- Основні психологічні концепції бренду та бренд-менеджменту.
- Механізми формування уявлень про бренд у свідомості споживача.
- Особливості сприйняття, пам'яті, мотивації та емоцій у контексті бренду.
- Принципи створення брендової ідентичності та особистості бренду.
- Міжкультурні та етичні аспекти бренд-комунікації.

Вміти:

- Аналізувати психологічні чинники ефективності бренду.
- Розробляти бренд-стратегії з урахуванням психології цільової аудиторії.
- Формувати емоційний зв'язок і лояльність споживача до бренду.
- Використовувати психологічні техніки комунікації у просуванні бренду.
- Адаптувати бренд до особливостей цифрового середовища.
- Дотримуватися етичних норм у бренд-менеджменті та уникати маніпулятивного впливу.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Форми і методи навчання:

Дисципліна буде викладатися у формі лекцій; практичних занять; організації самостійної роботи здобувача.

Методи навчання:

Лекції:

Практичні заняття: словесні методи: бесіда, пояснення, дискусія, обговорення проблемних ситуацій; наочні методи: ілюстрація (у тому числі мультимедійні презентації); практичні методи: виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань.

Самостійна робота: робота з рекомендованою основною та додатковою літературою, з електронними інформаційними ресурсами, підготовка до практичних занять; самостійне виконання індивідуального завдання, підготовка доповіді та презентації для захисту індивідуального завдання.

Зміст навчальної дисципліни:

Тема 1. Психологічні основи бренду та брендингу.

Поняття бренду в психології та маркетингу. Психологічні функції бренду для споживача. Моделі сприйняття бренду. Архетипи бренду (за К. Юнгом). Формування емоційного зв'язку між брендом і аудиторією.

Тема 2. Бренд як засіб психологічного впливу.

Механізми впливу бренду на свідомість і поведінку. Психологічні тригери в брендингу. Соціальні стереотипи, установки, ідентифікація та лояльність до бренду. Вплив символів, кольорів і візуального стилю на сприйняття бренду.

Тема 3. Психологія цільової аудиторії в бренд-менеджменті.

Сегментація за психологічними критеріями: мотивації, цінності, стилі життя. Емоційний та раціональний вибір бренду. Портрет цільового споживача. Методи вивчення споживчих переваг і потреб.

Тема 4. Емоційна привабливість та довіра до бренду.

Формування довіри до бренду як психологічного процесу. Емоційний інтелект бренду. Роль емпатії, позитивного досвіду та соціального доказу. Управління репутацією та кризовими ситуаціями з урахуванням психологічних аспектів.

Тема 5. Особистість бренду та бренд-ідентичність.

Концепція «особистості бренду». Психологічна ідентичність бренду: автентичність, цінності,

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

голос бренду. Психологія самоідентифікації споживача через бренд. Інтеграція цінностей бренду в корпоративну культуру.

Тема 6. Цифрове середовище і психологія бренду.

Поведінка користувачів у цифровому просторі. Соціальні мережі як інструмент формування бренд-образу. Цифрові емоції та бренди. Психологічні ризики та етичні аспекти цифрового бренд-менеджменту.

Перелік рекомендованої літератури:

Основна:

1. Борщ В.І. Управління закладами охорони здоров'я. Херсон : Олді-плюс, 2020. 391 с.
2. Гриценко Т.Б., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф. Етика ділового спілкування: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 344 с.
3. Гупаловська В. А. Психологія реклами: навчальний посібник. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2017. 384 с.
4. Григорчук Т.В. Брендинг: навчальний посібник для дистанційного навчання. URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult/>. (дата звернення: 15. 08.2021).
5. Влащенко Н. М. Сіті-брендинг: навч. посібник. Харків, нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 151с.
6. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 384 с.
7. Закалик Г., Партико Н. Психологія реклами і інновацій. Львів : Львівська політехніка. 2019. 248 с.
8. Змітрович Д. Д., Солнцев С. О. Портфель брендів компанії: структура та управління. Актуальні проблеми економіки та управління. 2018. №12. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/134960>. (дата звернення: 15. 08. 2021).
9. Ніфатова О. М. Формалізоване представлення інтегрованого брендингу: сутність та особливості управління. Формування ринкових відносин в Україні, № 14 12 (199), 2017. С. 157-162.
10. Король І. В. Маркетингові комунікації: навч.-метод. посібник. Умань : Візаві, 2018. 191 с.
11. Менеджмент та маркетинг в охороні здоров'я: навчальний посібник / В.І. Борщ, О.В. Рудінська, Н.Л. Кусик. Херсон: Олді+, 2022. 264 с.
12. Основи менеджменту та маркетингу в медицині: навчальний посібник / В.Г. Шутурмінський, Н.Л. Кусик, О.В. Рудінська. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. 176 с.
13. Психологія реклами : навч.-метод. посіб. / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад. Н. Л. Шеленкова. Умань : Візаві, 2020. 258 с.
14. Ньюмеєр Марті. Zag. Найкращий посібник з брендингу. Харків, «Клуб Сімейного Дозвілля». 2017. 192 с.
15. Солнцев С. О. Бажеріна К. В., Гребньов Г. М. Управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах марочної та немарочної конкуренції : монографія. Київ : КПП ім. І. Сікорського, 2017. 204 с.
16. Солнцев М. І., Давидова Є. Б., Зозульов О. В. Споживач у сучасному світі: проблеми ідентифікації, самосприйняття і взаємовідносини з навколишнім світом. Використання в маркетингу. Актуальні проблеми економіки та управління: зб. наук, праць. К.: FITYU «КПП». Вип. 12. 2018. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/130983> (дата звернення: 15. 08. 2021).
17. Професійна і прикладна етика: навчальний посібник / Аболіна Т.Г., Рогожа М.М., Василькевич Я.З., Заболотна В.О., Коцур В.П., Рик С.М.; за заг. ред. Коцура В.П. Препринт. Переяслав-Хмельницький, 2016. 314 с.
18. Теорія та історія реклами : навчально-методичний посібник / Укладачі Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко. Одеса : Фенікс, 2019. 127 с.
19. Цимбалюк С. О. Управління брендом роботодавця : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2016. 258 с.
20. Турчин Л., Островерхов В. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил. 2019. Випуск 4. С. 75-85.

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

Додаткова:

1. Lopushinska O. V. Theoretical principles of the mechanism of management by enterprise. Proceeding of the International Scientific Conference [«Eastern European studies: economics, education and law»], (June 7-8, 2018, Burgas). Volum 2. Burgas : Publishing House FLAT Ltd-Burgas, 2018. p. 43-46
2. Льюри Джайлс. Как Coca-Cola завоевала мир. 101 успешный кейс от брендов с мировым именем. М., «Бомбора», 2019. 384 с.
3. Лопушинська О., Єланська Ж. Особливості системи управління компанії «Toyota Motor Corporation». Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції [«Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки»], (31 жовтня, 2018 р., м. Полтава). Полтава: ПДАА, 2018. С. 36-38
4. Лопушинська О. В., Лопушинський Є. Р. Теоретичні основи та шляхи удосконалення маркетингового менеджменту підприємств в умовах мінливого зовнішнього середовища. Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки: Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної інтернет- конференції: м. Полтава, 2020р. URL: https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/academicdepartment/kafedra-menedzhmentu/materialyvseukrayininternet-konfer_0.pdf
5. Основи менеджменту і маркетингу в медицині: навчальний посібник / Єрошкіна Т.В., Татаровський О.П., Полішко Т.М., Борисенко С.С. Донецьк: РВВ ДНУ, 2012. 64 с.
6. Охорона здоров'я України: стан, проблеми, перспективи: спеціалізоване видання / В.В. Лазоришинець, Н.О. Лісневська, Л.Я. Ковальчук та ін. Київ, 2014. 608 с.
7. Остапчук Т. П., Пашенко О. П. Аналіз архітектури портфеля брендів. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2021. Випуск 1. С. 32-36.
8. Політика та публічне управління у сфері охорони здоров'я: підручник / М.М. Білинська, Н.О. Васюк, Л.І. Жаліло та ін. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Київ: НАДУ, 2017. Т. 1. 284 с.
9. Рудінська О.В., Яроміч С.А. Корпоративний менеджмент: навчальний посібник. Київ: КНТ, Ельга-Н, 2008. 416 с.
10. Шишкова Л. Особливості поняття бренду та архітектури брендів. Переваги створення структурованого портфелю брендів. Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал. 2018. №11. URL: <https://nauka-online.com/ua/publications/ekonomika/2018/11/osobennosti-ponyatiya-brend-ta-arhitektury-brendov-preimushhestva-sozdaniya-strukturirovannogo-portfelya-brendov/>
11. Фоменко Л., Голубєв О. "Медична етика: на перетині науки і моральності." (2018). Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія "Філософські науки", 2018, №11 (384). 95-102.

Електронні інформаційні ресурси:

1. Всесвітня організація охорони здоров'я. URL: www.who.int.
2. Галузевий класифікатор «Довідник медичних процедур (послуг) та хірургічних операцій». URL: <https://www.dec.gov.ua/mtd/klasyfikatory/>.
3. Державна служба статистики України: офіційний веб-сайт. URL: www.ukrstat.gov.ua.
4. Державна казначейська служба України: офіційний веб-сайт. URL: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/index>.
5. Державний заклад «Центр медичної статистики Міністерства охорони здоров'я України»: офіційний веб-сайт. URL: <http://medstat.gov.ua/ukr/main.html>.
6. Департаменті управління та контролю якості медичних послуг МОЗ України: офіційний веб-сайт. URL: <https://moz.gov.ua/en/struktura>.
7. Європейська база «Здоров'я для всіх». URL: <http://medstat.gov.ua/ukr/statereports.html>.
8. Європейське регіональне бюро Всесвітньої організації охорони здоров'я. URL: www.euro.who.int.
9. Класифікація видів економічної діяльності. URL: <https://kved.biz.ua>.
10. Лабораторія проблем економіки та управління в охороні здоров'я. URL: www.med122.com.

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

11. Медичний світ: професійна газета. URL: www.medsvit.org.
12. Медична інформаційна система: офіційний веб-сайт компанії Мед-експерт. URL: <http://medexpert.ua/ua/medichnij-zaklad/31-medichnij-zaklad/pro-rynku-v-iznoho-medychnoho-turyzmu-v-ukraini>.
13. Медико - правовий портал. URL: <http://103-law.org.ua>.
14. Міністерство охорони здоров'я України: офіційний веб-сайт. URL: <https://moz.gov.ua/>.
15. Міністерство соціальної політики України: офіційний веб-сайт. URL: <https://www.msp.gov.ua/main/Pro-ministerstvo.html>.
16. Національна служба здоров'я України: офіційний веб-сайт. URL: <https://nszu.gov.ua/pro-nszu>.
17. Національна академія медичних наук України. URL: www.amnu.gov.ua.
18. Охорона здоров'я. Державна служба статистики України: офіційний веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_zoz_17.xls.
19. Портал нормативних актів України та Всесвітньої медичної асоціації. URL: http://search.ligazakon.ua/search/law/npa/?s=search&idView=LZ_SUITE_NPA&beginPos=1&countBlock=10&kw2=82089
20. Український медичний часопис: медичний журнал. URL: www.umj.com.ua.
21. Українська Медична Рада. URL: <http://www.medicalcouncilukraine.org>.
22. American college of healthcare executives. URL: <https://www.ache.org/>.
23. Global Health Expenditure Database. URL: <https://apps.who.int/nha/database/ViewData/Indicators/en>.
24. Global health security Index. URL: <https://www.ghsindex.org/about/>.
25. Guidebook on promoting good governance in public-private partnerships. United Nations Economic Commission for Europe. United Nations, 2008. URL: <https://www.unece.org/fileadmin/DAM/ceci/publications/ppp.pdf>.
26. European Regional Office of the World Health Organization. URL: www.euro.who.int.
27. World Health Organization. URL: www.who.int.
28. Modern healthcare. URL: <https://www.modernhealthcare.com/vital-signs-healthcare-blog>.
29. The New England Journal of Medicine. URL: <https://www.nejm.org/about-nejm/products-and-services>.
30. Health Strategy. European Commission: official web-site. URL: <https://ec.europa.eu/health/policies/background/review/strategy>.

ОЦІНЮВАННЯ

Форми і методи поточного контролю: усний (опитування), тестування, оцінювання виконання практичних вправ, оцінювання комунікативних навичок, розв'язання ситуаційних клінічних завдань, оцінювання активності на занятті та самостійної роботи студентів.

Критерії поточного оцінювання на практичному занятті

Оцінка	Критерії оцінювання
Відмінно «5»	Здобувач бере активну участь на занятті; демонструє глибокі знання, дає повні та детальні відповіді на запитання; бере активну участь у обговоренні проблемних ситуацій, користується додатковою навчально-методичною та науковою літературою; вміє сформулювати своє ставлення до певної проблеми; висловлює власні міркування, наводить доцільні приклади; вміє знаходити найбільш адекватні форми розв'язання суперечностей. Тестові завдання виконані в повному обсязі, всі 100% відповідей на запитання є правильними, відповіді на відкриті питання – повні та обґрунтовані. Здобувач вільно вирішує ситуаційні завдання (в т.ч. розрахункові), впевнено демонструє практичні навички за темою заняття та вірно інтерпретує отримані дані, висловлює власну креативну думку з теми завдання, демонструє творче мислення.

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

Добре «4»	Здобувач бере участь на занятті; добре володіє матеріалом; демонструє необхідні знання, але дає відповіді на запитання з деякими помилками; бере участь у обговоренні проблемних ситуацій, користується основною навчально-методичною та науковою літературою; висловлює власну думку з теми заняття. Тестові завдання виконані в повному обсязі, не менш ніж 70% відповідей на запитання є правильними, відповіді на відкриті питання - загалом правильні, проте наявні деякі помилки у визначеннях. Здобувач вірно вирішує ситуаційні завдання (в т.ч. розрахункові), але допускає незначні неточності та демонструє більш стандартизовані практичні навички за темою заняття при вірній інтерпретації отриманих даних, висловлює власну думку з теми завдання, демонструє критичне мислення.
Задовільно «3»	Здобувач іноді бере участь на занятті; частково виступає і задає питання; допускає помилки під час відповідей на запитання; показує пасивну роботу на практичних заняттях; показує фрагментарні знання понятійного апарату і літературних джерел. Тестування виконано в повному обсязі, не менш ніж 50% відповідей є правильними, відповіді на відкриті питання - не логічні, з явними суттєвими помилками у визначеннях. Здобувач не достатньо володіє матеріалом для вирішення ситуаційних завдань (в т.ч. розрахункові), невпевнено демонструє практичні навички за темою заняття та інтерпретує отримані дані з суттєвими помилками, не висловлює свою думку з теми ситуаційного завдання.
Незадовільно «2»	Здобувач не бере участь на занятті, є лише спостерігачем; ніколи не виступає і не задає питання, незацікавлений у вивченні матеріалу; дає неправильні відповіді на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел. Тестування не виконано. Ситуаційне завдання не виконано.

Форми і методи підсумкового контролю: залік.

Залік, виставляється здобувачу, який виконав усі завдання робочої програми навчальної дисципліни, приймав активну участь у практичних заняттях, виконав індивідуальне завдання та має середню поточну оцінку не менше ніж 3,0 і не має академічної заборгованості.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

- самостійна робота з рекомендованою основною та додатковою літературою, з електронними інформаційними ресурсами, підготовка до практичних занять;
- самостійне виконання індивідуального завдання, підготовка презентації для захисту індивідуального завдання.

ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:

- Пропуски занять з неповажних причин відпрацьовуються за розкладом черговому викладачу.
- Пропуски з поважних причин відпрацьовуються за індивідуальним графіком з дозволу деканату.
- Перескладання незадовільної оцінки проводиться в дні консультацій і відпрацювань; при дистанційному навчанні – в терміни, визначені й узгоджені з викладачем.

Політика щодо академічної доброчесності:

Обов'язковим є дотримання академічної доброчесності здобувачами, а саме:

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Неприйнятними у навчальній діяльності для учасників освітнього процесу є:

- використання родинних або службових зв'язків для отримання позитивної або вищої оцінки під час здійснення будь-якої форми контролю результатів навчання або переваг у науковій роботі;
- використання під час контрольних заходів заборонених допоміжних матеріалів або технічних засобів (шпаргалок, конспектів, мікро-навушників, телефонів, смартфонів, планшетів тощо);
- проходження процедур контролю результатів навчання підставними особами.

За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності:

- зниження результатів оцінювання контрольної роботи, оцінки на занятті, заліку тощо;
- повторне проходження оцінювання (контрольної роботи, заліку тощо);
- призначення додаткових контрольних заходів (додаткові індивідуальні завдання, контрольні роботи, тести тощо);
- проведення додаткової перевірки інших робіт авторства порушника.

Політика щодо відвідування та запізнень:

Відвідування всіх видів аудиторних занять (лекцій, практичних занять) є обов'язковим.

Форма одягу: медичний халат, який повністю закриває верхній одяг, або лікарська піжама, шапочка, маска, змінне взуття.

Обладнання: зошит, ручка, методичні вказівки, альбом.

Стан здоров'я: здобувачі хворі на гострі інфекційні захворювання, у тому числі на респіраторні хвороби, до заняття не допускаються.

Здобувач, який спізнився на заняття, може бути на ньому присутній, але якщо в журналі викладач поставив «нб», він повинен його відпрацювати у загальному порядку.

Використання мобільних пристроїв:

Мобільні пристрої можуть бути застосовані здобувачами з дозволу викладача, якщо вони потрібні для виконання завдання.

Поведінка в аудиторії:

Поведінка здобувачів та викладачів в аудиторіях має бути робочою та спокійною, суворо відповідати правилам, встановленим Положенням про академічну доброчесність та етику академічних взаємин в Одеському національному медичному університеті, у відповідності до Кодексу академічної етики та взаємин університетської спільноти Одеського національного медичного університету, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній та освітній роботі здобувачів вищої освіти, науковців та викладачів Одеського національного медичного університету.