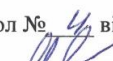


**КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ «ОДЕСЬКА АКАДЕМІЯ
НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ»**

Кафедра філософії освіти

Розглянуто та затверджено на засіданні
кафедри філософії освіти
Протокол № 4 від 13 квітня 2023 року
Завідувач кафедри  Балашенко І. В.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Освітній маркетинг

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 011 Освітні, педагогічні науки

П.І.Б. викладача	Балашенко Інна Валеріївна
Науковий ступінь, вчене звання, посада	Завідувач кафедри філософії освіти, кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри філософії освіти
Контактні дані викладача	E-mail: inna_ksu@ukr.net т. моб. 067-714-51-33
Консультації	Середа - 15.00-17.00

2023 – 2024

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	<i>денна форма навчання</i>	<i>заочна форма навчання</i>
Загальна кількість кредитів – 4 годин – 120 змістових модулів – 3	Вибіркова	
	Рік підготовки:	
		1-й
	Семестр	
		2-й
	Лекції	
		6 год.
	Практичні, семінарські	
		4 год.
	Самостійна робота	
	110 год.	
Форма підсумкового контролю: залік		

2. Анотація до курсу

Запропонована програма ставить за мету розвинути вміння та вдосконалити знання напрямів маркетингу освітніх послуг та методів формування маркетингових стратегій надання освітніх послуг.

Предмет дисципліни – теоретичні, методологічні, практичні засади до формування маркетингової стратегії освітніх послуг.

Завдання: формування у здобувачів узагальненого поняття маркетингу освітніх послуг та його складових; сформування схеми взаємозв'язків базових категорій маркетингу освітніх послуг; за допомогою інтегрованого підходу розвинути вміння розробки маркетингової стратегії закладу освіти з урахуванням сучасних тенденцій розвитку сфери освіти на регіональному ринку надання освітніх послуг.

Переваги: можливість застосувати розроблені пропозиції у практичній діяльності закладу з метою впровадження власних наробок маркетингових стратегій управління та розвитку системи надання освітніх послуг, а також для проведення подальших досліджень у сфері менеджменту освіти.

3. Технологічна карта дисципліни

Тема	Зміст	Завдання	Контроль
Змістовий модуль 1. Система надання послуг в освітньому просторі			
Тема 1. Стан та практика надання освітніх послуг в умовах реалій сьогодення	Аналіз стану надання освітніх послуг в закладах освіти в умовах реалій сьогодення. Конкуреноспроможність закладів освіти та впровадження маркетингових заходів в сфері освітніх послуг.	Індивідуальні завдання	Опитування
Тема 2. Маркетинг освітніх послуг: концепція та тенденції	Прогнозування перспективних напрямів розвитку освіти. Маркетинг освітніх послуг в сфері освіти. Аналіз тенденцій ринку надання освітніх послуг. Маркетингова концепція як стратегія розвитку закладу освіти. Програма просування освітніх послуг закладом.	Проектування	Презентація

Тема 3. Концепція формування стратегії закладу освіти в умовах трансформації освіти	Маркетинг освітніх послуг від потреб до необхідності. Варіативність надання освітніх послуг. Особливості та місія закладу освіти як засади надання освітніх послуг. Ефективність маркетингових стратегій при оцінюванні соціального ефекту. Особливості концепції маркетингу освітніх послуг в сучасних умовах.	Пошукові завдання, підготовка до виступу	Презентація
Змістовий модуль 2. Маркетингові стратегії просування освітніх послуг			
Тема 4. Формування маркетингової стратегії закладу освіти	Аналіз ринку освітніх послуг. Аналіз закладів освіти в рейтингах. Стратегічний аналіз зовнішньої та внутрішньої моделі надання освітніх послуг. Практикоорієнтована підготовка здобувачів.	Моделювання	Виступ
Тема 5. Цифровий маркетинг у системі освіти	Маркетингове дослідження у цифровому просторі. Маркетингові комунікації в сегменті ринку надання освітніх послуг. Система цифрового маркетингу в соціальних мережах. Інтернаціоналізація освіти як маркетинг партнерських відносин на ринку освітніх послуг.	Проектування	Презентація
Змістовий модуль 3. Регіональні аспекти надання освітніх послуг.			
Тема 6. Моніторинг освітніх послуг в регіоні	Маркетингові підходи як засіб конкурентноспроможності в наданні освітніх послуг. Комплексні підходи в дослідженні інноваційних спроможностей закладів освіти. Особливості регіонального ринку надання освітніх послуг.	Аналіз, практичні завдання	Опитування
Тема 7. Статистичні методи в рішенні функціональних задач маркетингу освітніх послуг	Методологія та організація маркетингу в сфері освіти. Ціноутворення на ринку освітніх послуг. Методики розрахунку орієнтовної середньої вартості підготовки одного здобувача. Оплата праці та соціально-трудова відносинами: експрес-аналіз.	Практичні завдання	Презентація
Тема 8. Підвищення якості надання освітніх послуг	Фактори підвищення якості надання послуг в сфері освіти. Позитивні та негативні практики використання інформаційних технологій з точки зору психології. Маркетинг дистанційної освіти. Фандрейзинг та франчайзинг надання освітніх послуг.	Аналіз, пошукові завдання	Опитування
Тема 9. Сучасної виклики освіти	Глобальний контекст стратегічних дій в освіті. Концептуальний аналіз регіонального ринку освітніх послуг. Трансформація системи освіти. Зміна ринку надання освітніх послуг. Особливості взаємодії держава – заклад освіти – громада.	Творчі завдання	Презентація захист

4. Політика курсу

Під час лекційних занять від здобувача вищої освіти вимагається набути цілісну логічно-послідовну систему теоретичних знань з освітнього маркетингу; теоретичних знань та практичних навичок за основними напрямками маркетингової діяльності: дослідження, комплексний аналіз та прогнозування ринку освітніх послуг і ринку праці, розробка стратегії маркетингу навчальних закладів та інструментів її реалізації.

До кожного **практичного заняття** здобувач вищої освіти повинен розв'язувати низьку управлінських завдань професійної підготовки фахівців вищої кваліфікації, зокрема: управління сучасним навчальним закладом на засадах маркетингу, проведення маркетингових досліджень, використання технологій фандрейзингу та франчайзингу в сфері освіти.

Самостійна робота здобувачів передбачає самостійне опрацювання матеріалів до кожної теми та включає поточну роботу здобувача з підготовки та виконання індивідуальної роботи. Виконання тестових робіт в режимі комп'ютерної діагностики або виконання творчих та проєктних завдань, визначених викладачем.

Політика щодо академічної доброчесності. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись чинного законодавства щодо принципів академічної доброчесності та авторського права, не допускати академічний плагіат. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту з коректними текстовими запозиченнями, які не повинні перевищувати 20%.

Політика щодо дедлайнів та перекладань. Тестові завдання не перекладаються. Здобувач освіти має право ліквідувати академічні заборгованості у встановленому в закладі порядку.

5. Критерії оцінювання результатів навчання

Критерії оцінювання за різними видами робіт

Вид роботи	Бали	Критерії
Практичні заняття (виступи та обговорення наукових доповідей, активність у процесі обговорення питань з тем дисципліни під час практичних занять, відповіді на питання викладача під час усного опитування)	0	Здобувач не проявляє активності під час практичного заняття, лише спостерігає за роботою інших.
	1-3	Здобувач не виступає з науковою доповіддю, але бере участь в обговоренні питань, які розглядаються під час практичного заняття, висловлює свою думку, відповідає на питання викладача під час усного опитування, але може припускати помилки.
	4-6	Здобувач виступає з науковою доповіддю, але припускається помилок, бере участь в обговоренні питань, які розглядаються під час практичного заняття, висловлює свою думку, відповідає на питання викладача під час усного опитування, але може припускати незначні помилки.
	7-10	Здобувач виступає з підготовленою науковою доповіддю, презентує виконане завдання, правильно відповідає на всі питання, поставлені викладачем та іншими здобувачами, бере активну участь в обговоренні питань, які розглядаються під час практичного заняття, висловлює свою думку, ставить питання іншим здобувачам після їх виступів, доповнює, уточнює їх за необхідності, правильно відповідає на всі питання, поставлені викладачем під час усного опитування.
	0	Здобувач не виконує самостійну роботу.

Виконання самостійної роботи (самостійне вивчення та конспектування питань, винесених на самостійне опрацювання)	1-3	Здобувач вивчив частково питання, винесені на самостійне вивчення, не всі з них законспектував. Припускає помилки під час поточного контролю з питань, що виносились на самостійне вивчення. Питання законспектовані формально.
	4-6	Здобувач вивчив всі питання, винесені на самостійне вивчення, але не всі з них законспектував. Припускає деякі помилки під час поточного контролю з питань, що виносились на самостійне вивчення. Питання законспектовані на достатньому рівні.
	7-8	Здобувач творчо підійшов до виконання самостійної роботи та конспектування всіх питань, винесених на самостійне вивчення, опрацював достатню кількість рекомендованих джерел з основного списку літератури, проявив ініціативу в опрацюванні додаткових джерел. Під час поточного контролю знань з питань, винесених на самостійне вивчення, виявляє ґрунтовні знання з теорії та практики цих питань, не припускає помилок у відповідях на питання викладача.

Критерії оцінювання за всіма видами контролю

Бали			Критерії оцінювання навчальних досягнень	
За національною шкалою	Шкала ЄКТС		Теоретична підготовка	Практична підготовка
	Здобувач вищої освіти			
2...5	1...100	F...A		
5	90 ... 100	A	Здобувач вищої освіти виявив відмінний рівень знань в межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками.	Здобувач вищої освіти вміє організувати маркетингову діяльність закладів освіти та розробляти й здійснювати заходи маркетингових досліджень ринку освітніх послуг. Виконує всі проєктні та творчі завдання самостійно, вчасно й може презентувати їх на високому рівні.
4	75 ... 89	C ... B	Здобувач вищої освіти демонструє достатньо високий рівень знань, при цьому відповідь досить повна, логічна, з елементами самостійності, але містить деякі неточності або незначні помилки, або присутня недостатня чіткість у визначенні понять. Здобувач вищої освіти володіє достатнім обсягом навчального матеріалу, здатний його аналізувати, але не має достатніх знань для формування висновків.	Всі самостійні та практичні завдання виконано але здобувач вищої освіти не вміє доказово та аргументовано презентувати власні наробки. Здобувач вищої освіти не завжди здатний асоціювати теоретичні знання з

				практичними прикладами.
3	60 ... 74	E ... D	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, проте відповідь неповна, неглибока, містить неточності, є помилки у формулюванні понять. Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, допускає суттєві помилки при висвітленні матеріалу, формулюванні понять, не може навести приклади.	Відчуваються складнощі в застосуванні знань при наведенні прикладів.
2	35 ... 59	FX	Здобувач вищої освіти не володіє переважною частиною програмного матеріалу, допускає суттєві помилки при висвітленні понять.	Не виконує самостійної роботи, при практичній підготовці не спроможний без помилок виконати завдання.
2	1 ... 34	F	Здобувач вищої освіти не володіє навчальним матеріалом.	Виконує лише елементи завдання, потребує постійної допомоги викладача.

6. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Заочна форма навчання

Поточний та/або періодичний контроль												Підсумковий контроль	Загальна підсумкова оцінка
Змістовий модуль № 1			Змістовий модуль № 2				Змістовий модуль № 3						
T1	T2	T3	T4		T5		T6	T7	T8	T9			
с.р	с.р	с.р	п	с.р	п	с.р	с.р	с.р	с.р	п	с.р		
8	8	8	10	8	10	8	8	8	8	10	6	0	100

T – тема заняття; с. р. – самостійна робота; п – практична робота.

7. Рекомендована література

Основна

1. Borinshtein, Y., Stovpets, O., Kisse, K., Balashenko, I., & Kulichenko, V. Educational marketing as a basis for the development of modern Ukrainian society and the state. *Amazonia Investiga*. 2022. 11(54), 146-157. <https://doi.org/10.34069/AI/2022.54.06.14>
2. Білецький Е. В., Янушкевич Д. А., Шайхлісламов З. Р. Управління якістю продукції та послуг. Харків: ХТЕІ, 2015. 222 с.
3. Білоусова С.В. Маркетинг освітніх послуг: стан, тенденції, перспективи. *Бізнес-навігатор. Науково-виробничий журнал*. 2015. №1 (36). С.39-43.

4. Бойчук Н. Я. Сучасний контент – маркетинг в освітній діяльності. http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/13005/1/%D0%A6%D0%A3%D0%84%D0%9D%D0%A1%20%D0%B1%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%8C-%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%8C_2023.pdf#page=22
DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-306-7-5>
5. Вікарчук О.І., Калініченко О.О., Пойта І.О. Розвиток освітнього маркетингу в сучасному українському суспільстві. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. Житомирський державний технологічний університет. 2016. № 4. С. 248-250.
6. Владимірова В. І., Ларка Л. С. Специфіка маркетингової діяльності закладів освіти //Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. 2023 <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/e4af56c9-b546-41ad-aa7b-db2976d760b1/content>
7. Войцех Мархлевські, Олег Процак. Стратегія розвитку освіти в громаді : практичний порадник. К., 2018 56 с.
8. Грекова І., Брусенцова Я., Жабенко Л., Ковшова О., Мацокін А., Полторак В., Пуцова А., Яцковський С. Створюємо орган управління освітою в громаді: Порадник для голів та управлінців освітою територіальних громад. К. : ТОВ «Агентство Україна», 2020. 66 с.
9. Громовий В. В. Самооцінювання якості роботи закладу загальної середньої освіти. Київ, 2019. 86 с.
10. Дайновський Ю. А., Крикавський Є.В., Стець О.М. Стратегія маркетингу цінності: концептуальна модель впровадження. *Економіка. Фінанси. Право*. 1/2, 2019. С. 35-41.
11. Дайновський Ю.А. Вплив собівартості освітньої послуги на позицію ВНЗ у ціновому конкурентному середовищі. *Економіка: проблеми теорії і практики*: Збірник наукових праць. – Випуск 258: [в 4 т.] – Т. І. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – С. 241-250.
12. Дебич М. А. Інтернаціоналізація вищої освіти: світовий досвід : монографія. Суми : Університетська книга, 2017. 290 с.
13. Дмитрів А. Я. Дослідження тенденцій на ринку послуг вищої освіти: між якістю та демографією. Прометей. Донецьк : ДЕГІ, 2010. Вип. 1 (31). С. 238– 244.
14. Івасенко О. А. Особливості формування контент-маркетингу вітчизняними закладами вищої освіти. <http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolntNTU/12394/1/75%20%D0%A2.1-355-356.pdf>
15. Інновації у вищій освіті – комунікація та співпраця у сучасному університетському середовищі за допомогою специфічних цифрових інструментів = Innovations in higher education - modern communications and collaboration at the university using specific IT tools : міжнар. колект. монографія / за заг. ред. Наказного М. О. ; Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2015. 375 с.
16. Інтернаціоналізація вищої освіти в Україні: методичні рекомендації / за ред. І. Степаненко. Київ: ІВО НАПН України, 2016. 158 с.
17. Інтернаціоналізація як фактор конкурентоспроможності сучасного університету : монографія. / за наук. ред.. К. В. Балабанова ; Маріуполь : МДУ, 2017. 430 с.
18. Костюк Т. О. Світовий досвід державного управління транскордонними процесами у вищій освіті: цінності, переваги, завдання для України : монографія. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 299 с.
19. Кубінська Л. І. Особливості маркетингового управління навчальним закладом. Маркетингова служба як інструмент оптимізації управління ПТНЗ в умовах ринкової економіки. Київ, 2013. С. 1-5.
20. Лісова Н.В. Маркетинг освітніх послуг. URL: <http://intkonf.org/lisova-nv-marketing-osvitnih-poslug/>
21. Малюкова І. Г. Використання інформаційно-комунікаційних технологій у вищій освіті України: поточний стан, проблеми і перспективи розвитку (аналітичний огляд) URL: <http://uiite.kpi.ua/2019/03/26/publisher-2/>.
22. Маркетингові комунікації : підручник: заг. ред. Н. В. Попової. Харків : Факт, 2020. 314 с.

23. Мархлевські В., Процак О. Стратегія розвитку освіти в громаді : практичний порадник. Київ, 2018. 56 с. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/186/strategy.pdf>
24. Маштакова І.О. Маркетинг освітніх послуг: сутність та методи оцінки ефективності. *Економічні інновації*. Випуск №60. Книга 1. 2015. С. 293- 301.
25. Михайліченко М.В., Рудик Я.М. Освітні технології: навчальний посібник. К.: ЦП «КОМПРИНТ», 2016 583 с.
26. Морушко О. О. Менеджмент і лідерство : навч. посіб. / О. О. Морушко, А. Л. Висоцький, А. Я. Зелінський ; Львів : Тріада плюс. 2018. 187 с.
27. Нечепорчук А. Новий освітній простір: інформаційний посібник. 2019. 151 с. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/408/NOP_Bezbaryernist.pdf
28. Отравенко О. В., Шехавцова С. О., & Довгань Н. Ю. Академічна грамотність як засіб міжкультурної комунікації та невід’ємна частина якості вищої освіти. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки*, 2021. 2(340). Ч.1. С. 211-222. URL: [https://doi.org/10.12958/2227-2844-2021-2\(340\)-1-211-222](https://doi.org/10.12958/2227-2844-2021-2(340)-1-211-222)
29. Про затвердження Концепції розвитку педагогічної освіти: наказ МОН України від 16.07.2018 р. № 776. URL: <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-zatverdzhennya-konceptsiyi-rozvitku-pedagogichnoyi-osviti>
30. Про затвердження плану заходів на 2017-2029 роки із запровадження Концепції реалізації державної політики у сфері реформування загальної середньої освіти «Нова українська школа» : розпорядження КМУ від 13.12.2017 р. № 903-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/903-2017-%D1%80>
31. Про затвердження Порядку проведення інституційного аудиту закладів загальної середньої освіти: наказ МОН від 09.01.2019 р. № 17. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0250-19>
32. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
33. Проект. Стратегії маркетингу послуг з вищої освіти на міжнародному освітньому ринку на період до 2025 року. URL: <http://mon.gov.ua/ua/news/proyekt-strategiyi-marketingu-poslug-z-vishoyi-osviti-na-mizhnarodnomu-osvitnomu-rinku-gromadske-obgovorennya>
34. Роль і місце приватних навчальних закладів у системі неперервної освіти. URL: <http://ukped.com/statti/zagalna-pedagogika/2256-rol-i-mistse-privatnihnavchalnih-zakladiv-u-sistemi-neperervnoyi-osviti.html>
35. Рябова З. В. Маркетинг і логістика освітніх послуг. Адаптивне управління: теорія і практика: Електронне наукове фахове видання, серія «Педагогіка». Випуск 4 (6), 2017. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/18264/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F%D0%A0%D1%8F%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf>
36. Рябова З. В. Маркетингова стратегія як складова освітнього маркетингу і механізм забезпечення конкурентоспроможності навчального закладу. *Вісник післядипломної освіти*. 2014. №10. С. 134-145.
37. Рябова З. В. Маркетингові дослідження в управлінні навчальним закладом. *Теорія та методика управління освітою*. Вип. 5(23). URL: https://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/metod_upr_osvit/v_5/23.pdf
38. Проскурова Н. В. Використання Інтернет-маркетингу в діяльності закладів вищої освіти (на прикладі ЗВО Київський національний лінгвістичний університет). <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/78787878/4129>
39. Сбруєва А. А. Формування європейського виміру забезпечення якості вищої освіти в контексті інтернаціоналізації освітнього простору : монографія / за заг. ред. проф. А. А. Сбруєвої. Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка. 2019. 254 с.
40. Теорія та практика управління професійним розвитком науково-педагогічних та педагогічних працівників в умовах трансформаційних змін в освіті : монографія / Є. Р. Чернишова та ін. ; за наук. ред. Є. Р. Чернишової ; Луцьк : Вежа-Друк, 2015. 295 с.
41. Телетова С.Г., Телетов О.С. Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2011, № 3, Т. 2 <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

42. Янченко Н. В., Польова В. В. Маркетингові новації на ринку освітніх послуг: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. №5. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Vetp_2016_53_27

Додаткова

1. 45 альтернативних шкіл Києва та Київської області: список з адресами URL: <https://www.moirebenok.ua/uk/age3-6/age6plus/60-alternativnyh-shkol-kieva-i-kievskoj-oblasti-spisok-s-adresami/>
2. Климчук А. О., Михайлов А. О. Мотивація та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством та підвищенні інноваційної діяльності. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 218-234. URL: <https://armgpublishing.com/ua/uajournals/uammi/volume-9-issue-1/article-16/>
3. Крутушкіна О. В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями підприємства : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04. Донецьк, 2011. 20 с.
4. Мармаза О. І. Менеджмент освітньої організації. Харків: ТОВ «Щедра садиба», 2017. 126 с.
5. Ситниченко, Є. Г. Філософський вимір концептуальних моделей інноваційного управління в освіті : автореф. дис. канд. філос. наук : 09.00.10. Харків, 2015
6. Солощенко В. М. Інтернаціоналізація університетської освіти: досвід німецькомовних країн : монографія. Суми : Мрія, 2012. 174 с.
7. Ткаченко В. А. Моделі і методи управління комунікаціями в освітніх проектах : автореф. дис. канд. техн. наук : 05.13.22 : Київ, 2020. 20 с.

4. Електронні інформаційні ресурси

<https://mon.gov.ua/ua>

<https://www.ukrstat.gov.ua>

<https://eduhub.in.ua/courses/scorm-kurs-14-marketing>

Міністерство освіти і науки України

Державна служба статистики України : офіційний веб-сайт

Маркетинг у форматі SCORM

Наукові бібліотеки

<http://www.nbuv.gov.ua/>

<http://dnpb.gov.ua/ua/>

<https://dntb.gov.ua/>

<https://nlu.org.ua/>

<http://odnb.odessa.ua/>

<https://www.biblioteka.od.ua/>

<https://vnmzpv.odessaedu.net/>

Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського

Державна науково-педагогічна бібліотека України імені В.О. Сухомлинського

Державна науково-технічна бібліотека України
Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого

Одеська національна наукова бібліотека

Одеська обласна універсальна наукова бібліотека ім. М.С. Грушевського

Відділ інформаційно-ресурсного забезпечення КЗВО «Одеська академія неперервної освіти Одеської обласної ради»