

**ВІДОМОСТІ**  
про самооцінювання освітньої програми

|                     |   |
|---------------------|---|
| Заклад вищої освіти | <b>Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"</b> |
| Освітня програма    | <b>1944 Маркетинг</b>   |
| Рівень вищої освіти | <b>Магістр</b>  |
| Спеціальність       | <b>075 Маркетинг</b>  |

Відомості про самооцінювання є частиною акредитаційної справи, поданої до Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти для акредитації зазначеної вище освітньої програми. Відповідальність за підготовку і зміст відомостей несе заклад вищої освіти, який подає програму на акредитацію.

Детальніше про мету і порядок проведення акредитації можна дізнатися на вебсайті Національного агентства – <https://naqa.gov.ua/>

*Використані скорочення:*

|              |  |
|--------------|--|
| <b>ID</b>    | ідентифікатор  |
| <b>ВСП</b>   | відокремлений структурний підрозділ                    |
| <b>ЄДЕБО</b> | Єдина державна електронна база з питань освіти         |
| <b>ЄКТС</b>  | Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система |
| <b>ЗВО</b>   | заклад вищої освіти                                    |
| <b>ОП</b>    | освітня програма                                       |

## Загальні відомості

### 1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО     | <b>36</b>   |
| Повна назва ЗВО                     | <b>Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"</b> |
| Ідентифікаційний код ЗВО            | <b>02070743</b>   |
| ПІБ керівника ЗВО                   | <b>Азюковський Олександр Олександрович</b>                          |
| Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО | <b><a href="http://www.nmu.org.ua">http://www.nmu.org.ua</a></b>    |

### 2. Посилання на інформацію про ЗВО (ВСП ЗВО) у Реєстрі суб'єктів освітньої діяльності ЄДЕБО

<https://registry.edbo.gov.ua/university/36>

### 3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

|   |   |
|---|---|
| ID освітньої програми в ЄДЕБО   | <b>1944</b>   |
| Назва ОП  | <b>Маркетинг</b>  |
| Галузь знань  | <b>07 Управління та адміністрування</b>   |
| Спеціальність   | <b>075 Маркетинг</b>  |
| Спеціалізація (за наявності)  | <i>відсутня</i>   |
| Рівень вищої освіти   | <b>Магістр</b>  |
| Тип освітньої програми  | <b>Освітньо-професійна</b>  |
| Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)                              | <b>Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)</b>   |
| Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП          | <b>кафедра маркетингу, фінансово-економічний факультет, навчально-науковий інститут економіки</b> |
| Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП | <b>кафедра іноземних мов, кафедра туризму та економіки підприємства</b>                           |
| Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП   | <b>проспект Дмитра Яворницького, 19, місто Дніпро, Дніпропетровська область</b>                   |
| Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації                               | <i>не передбачає</i>  |
| Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)                                | <i>відсутня</i>   |
| Мова (мови) викладання  | <b>Українська</b>   |
| ID гаранта ОП у ЄДЕБО   | <b>347906</b>   |
| ПІБ гаранта ОП  | <b>Касян Сергій Якович</b>  |
| Посада гаранта ОП   | <b>завідувач кафедрою</b>   |
| Корпоративна електронна адреса гаранта ОП   | <b><a href="mailto:Kasian.S.Ya@nmu.one">Kasian.S.Ya@nmu.one</a></b>                               |
| Контактний телефон гаранта ОП   | <b>+38(050)-512-48-05</b>   |
| Додатковий телефон гаранта ОП   | <b>+38(050)-512-48-05</b>   |

| Форми здобуття освіти на ОП | Термін навчання |
|-----------------------------|-----------------|
| очна денна                  | 1 р. 4 міс.     |
| заочна                      | 1 р. 4 міс.     |

#### 4. Загальні відомості про ОП, історію її розроблення та впровадження

НТУ «ДП» засновано у 1899 р. як технічний ЗВО. У 1993 р. створено економічний факультет, на якому здійснювалася підготовка за спеціальністю «Менеджмент». Дисципліна «Маркетинг» викладалася для студентів спеціальностей ЕФ, починаючи з 1994. 1 вересня 2000 р. відбулося утворення кафедри маркетингу шляхом виділення її з кафедри менеджменту, отримано ліцензію МОН щодо підготовки бакалаврів та магістрів з маркетингу. У 2001 проведено набір на перший курс денної та заочної форми навчання, а також набір магістрів з числа випускників бакалаврату за напрямом підготовки 0501 «Економіка і підприємництво». У 2002 акредитовано спеціальність «Маркетинг» за рівнем магістр. До вступу в магістратуру за спеціальністю «Маркетинг» пропонувалося 3 спеціалізації: Маркетингове стратегічне управління, Рекламний менеджмент, Міжнародний маркетинг.

У 2012 акредитовано спеціальність Маркетинг за рівнями підготовки бакалавр та магістр. З 2015 р. відповідно до вимог роботодавців регіону, студентів та інших суб'єктів внесено зміни до ОП, спрямовані на поглиблення вивчення маркетингових досліджень, поведінки споживача. З урахуванням європейських тенденцій розвитку освітніх програм Маркетинг додано дисципліни Соціальна відповідальність бізнесу, Маркетинг взаємодії та партнерських відносин, Маркетинг на високотехнологічних ринках. У 2019 р. відбулася трансформація ОП відповідно до СВО. З 2020 р. сформовано особливості ОП – підвищення рівня знань та навичок з цифрового маркетингу з урахуванням високотехнологічної спрямованості та соціальної, екологічної відповідальності бізнесу. Деякі обов'язкові дисципліни було змінено та додано нові обов'язкові і вибіркові: Маркетинговий менеджмент, Рекламний менеджмент та Маркетинг стартап-проектів. З 2020 р. дисципліни вільного вибору обираються із факультетського переліку дисциплін, до складу якого входять дисципліни, спрямовані на розвиток soft skills та фахові дисципліни. ОП 2021р. відповідає СВО, розроблена колективом викладачів здобувачів, випускників, експертів та роботодавців враховує рекомендації фахівців-практиків. Метою ОП є підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення та компетенціями, здатних розв'язувати складні завдання і проблеми у сфері маркетингу, сприяти еволюції освітньо-наукового простору, що базується на принципах академічної доброчесності, загальнолюдських цінностей, національної маркетингової ідентичності та у рамках концепції сталого розвитку відображає креативний маркетинговий світогляд, діджиталізацію взаємодії та інноваційне становлення людини і суспільства майбутнього. Освітні компоненти ОП включають фахові дисципліни, практичну підготовку, стимулюють наукову активність та вибір індивідуальної освітньої траєкторії з набуттям soft skills, з можливістю вибору керівника з підприємства, теми та напряму наукового дослідження в межах кваліфікаційної роботи магістра. Особливість ОП полягає у результатах навчання, пов'язаних з розробленням і просуванням ідеї стартап-проекту.

#### 5. Інформація про контингент здобувачів вищої освіти на ОП станом на 1 жовтня поточного навчального року у розрізі форм здобуття освіти та набір на ОП (кількість здобувачів, зарахованих на навчання у відповідному навчальному році сумарно за усіма формами здобуття освіти)

| Рік навчання | Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання | Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році | Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року |    | У тому числі іноземців |   |
|--------------|--|--|--|----|------------------------|---|
|              |  |  | ОД   | З  | ОД                     | З |
| 1 курс       | 2021 - 2022  | 9  | 6  | 3  | 0                      | 0 |
| 2 курс       | 2020 - 2021  | 18   | 7  | 10 | 0                      | 0 |

Умовні позначення: ОД – очна денна; ОВ – очна вечірня; З – заочна; Дс – дистанційна; М – мережева; Дл – дуальна.

#### 6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

| Рівень вищої освіти                                | Інформація про освітні програми  |
|--|--|
| початковий рівень (короткий цикл)                  | програми відсутні  |
| перший (бакалаврський) рівень                      | <b>30416 Маркетинг</b>   |
| другий (магістерський) рівень                      | <b>21661 Рекламний менеджмент</b><br><b>21660 Маркетингове стратегічне управління</b><br><b>1944 Маркетинг</b> |
| третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень | програми відсутні  |

## 7. Інформація про площі приміщень ЗВО станом на момент подання відомостей про самооцінювання, кв. м.

|   | Загальна площа | Навчальна площа |
|---|----------------|-----------------|
| Усі приміщення ЗВО  | 123644         | 33045           |
| Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)  | 123644         | 33045           |
| Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо) | 0              | 0               |
| Приміщення, здані в оренду  | 2198           | 710             |

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

- щодо ОП, яка реалізується у базовому ЗВО – без урахування приміщень ВСП;
- щодо ОП, яка реалізується у ВСП – лише щодо приміщень даного ВСП.

## 8. Документи щодо ОП

| Документ                         | Назва файла  | Хеш файла                                    |
|----------------------------------|--|--|
| Освітня програма                 | <i>ОПП Маркетинг - магістр.pdf</i>                     | Zx2yAD5xRusub1DfhgEFjkrP41dLeNJdmazBgqIhQ9g= |
| Навчальний план за ОП            | <i>НП денна 2021-2023.pdf</i>                          | ioIy/5tCJL9lmodCHoEIGctUI2M4VOGm5FXxzB2BJyI= |
| Навчальний план за ОП            | <i>НП заочна 2021-2023.pdf</i>                         | 5BkMw5N46duFjI0o7UTzUY3F/BWiX/CxWdKt9DOJoAM= |
| Рецензії та відгуки роботодавців | <i>Рецензія ВГО УАМ.pdf</i>                            | ns3XJwKnrn3uSQORoqQy1Yv7ajTUEmwTcS/kRox5VIc= |
| Рецензії та відгуки роботодавців | <i>Рецензія Рибаківа Н.В. Алмаз Мотор ЛТД.pdf</i>      | +t2leXeg3s8muIFMtcyl34UKsyoo/8lxCurfctaIV4=  |
| Рецензії та відгуки роботодавців | <i>Рецензія Снітківкер І.Г. Укр експорт сервіс.pdf</i> | ggPITU5UKOjabnjXirNtBoxScPLdhKaHqoKoZtpCic=  |
| Рецензії та відгуки роботодавців | <i>Рецензія Солнцев С.О. КПІ.pdf</i>                   | ZMuY3RGjlgM1bfOWUXb32QwmpzsgyMqFzrKfJ9+wyT8= |
| Рецензії та відгуки роботодавців | <i>Рецензія Федорченко А.В. КНЕУ.pdf</i>               | HxYQyTnIuw/6rJqNXmmeDEKXdHySaMurb5YDx5gVXew= |

### 1. Проектування та цілі освітньої програми

#### Якими є цілі ОП? У чому полягають особливості (унікальність) цієї програми?

Цілями ОП є підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог; формування теоретичних знань та практичних навичок застосування ефективних методів, процедур і моделей управління маркетинговою діяльністю підприємств в умовах невизначеності й стрімкої діджиталізації комунікаційної взаємодії; підготовка до реалізації управлінських задач з формування системи маркетингу ринкового суб'єкта з урахуванням всебічного впровадження концепції сталого розвитку; розширення теоретичних знань та практичних навичок щодо інструментального забезпечення процесу прийняття маркетингових рішень у площині соціальної, екологічної відповідальності, академічної доброчесності; формування комплексу управлінських маркетингових компетенцій у сфері розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. Особливостями ОП є те, що програма спрямована на підвищення рівня знань та навичок з цифрового маркетингу з урахуванням високотехнологічної спрямованості та соціальної, екологічної відповідальності бізнесу. Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до бізнес-середовища

#### Продемонструйте, із посиланням на конкретні документи ЗВО, що цілі ОП відповідають місії та стратегії ЗВО

ОП «Маркетинг» реалізується у відповідності з основними положеннями його місії. Місія НТУ «ДП» – еволюція освітньо-наукового простору на принципах академічної доброчесності, загальнолюдських цінностей, національної ідентичності та креативного становлення людини і суспільства майбутнього – зумовлює його стратегічні пріоритети: 1. Формування мотиваційного середовища, висока якість освіти, розвиток досліджень та інновацій; 2. Автономія,

демократизація управління, соціальний захист студентів та викладачів з. Поєднання освіти, науки та інновацій, інтеграція до міжнародного простору (Стратегія розвитку НТУ «Дніпровська політехніка» <https://cutt.ly/YQ1TNRa>). Цілі ОПП відповідають місії та стратегії НТУ «ДП» у частині підготовки конкурентоспроможних фахівців на ринку праці з людськими цінностями суспільства майбутнього; формування творчого дослідника у сфері маркетингу з дотриманням принципів сталого розвитку. Перехід ЗВО до політехнічного зі значною соціально-гуманітарною, інноваційною та міжнародною складовою у своїй місії зумовив зміни у цілях ОПП, які полягають у формуванні фахівця, який володіє сучасним економічним мисленням, здатного приймати маркетингові рішення у площині соціальної, екологічної відповідальності, академічної доброчесності з урахуванням всебічного впровадження концепції сталого розвитку. Тому, розвиток ОПП згідно окреслених цілей повністю відповідає перспективам розвитку НТУ «ДП» на майбутнє.

**Опишіть, яким чином інтереси та пропозиції таких груп заінтересованих сторін (стейкхолдерів) були враховані під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП:**  
**- здобувачі вищої освіти та випускники програми**

В період з лютого по травень 2021 за допомогою анкетування здобувачів та випускників НТУ «ДП» за спеціальністю Маркетинг проведений збір інформації, її дослідження та подальший аналіз, метою якого було встановлення ступеню задоволеності результатами навчання та набутими фаховими компетентностями, <https://cutt.ly/NWKXOvf>. Проаналізувавши матеріал, було встановлено, що задоволеність студентів і випускників є на досить високому рівні. Результати анкетування обговорені на засіданнях кафедри маркетингу за участю випускників і здобувачів ВО за даною спеціальністю (протокол №11 від 03 березня 2021 р., протокол №16 від 19 травня 2021 р.), в ході якого було прийнято рішення для забезпечення набуття необхідних навичок продовжити пропонувати в ОП «Маркетинг» такі ОК за вибором студента: Бренд-менеджмент; Якісні дослідження в маркетингових комунікаціях. Пропозицію випускниці Юферової Д.О. щодо обов'язкового вивчення технологій створення відео-роликів у соц мережі ТІК-ТОК не було враховано через обмежений обсяг ОПП та необхідність забезпечення досягнень РН визначених стандартом ВО, а її аргументи щодо навичок урахування екологічних, поведінкових, цифрових складових під час формування онлайн репутації для стартапів прийнято та запроваджено в дисц «Маркетинг стартап-проектів». Це склало особливість ОПП. На пораду здобувача Алтухової Є.Д. залишено можливість доповнити РН навичками розроблення і реалізації стратегії розвитку та просування брендів на ринку через відповідну дисципліну за вибором.

**- роботодавці**

У кафедрі є договори про співробітництво з ТОВ «МаслоТрейд», ТОВ «Алмаз Мотор ЛТД», ТОВ «Акваторія», ТОВ «Укр Експорт Сервіс», ФОП Насирова С.В., ФОП «Трубін О.А.» та ін. На етапі розроблення ОП, під час її реалізації проведені зустрічі, конференції, круглі столи, де були визначені основні критерії формування цілей ОП відповідно сучасним викликам ринку праці <https://cutt.ly/sQ1Yr87>. Пропозиції роботодавців були надані у формі рекомендацій, відгуків, що враховано при перегляді ОП.

В ході опитування роботодавців, де здобувачі НТУ «ДП» за ОП «Маркетинг» проходили практику, а також в результаті аналізу наданих пропозицій роботодавцями на ОП, були внесені зміни в ОП відносно її вдосконалення. З роботодавцями обговорювалися РН та ОК у ОП: які РН у 2021р. порівнянні з ОП 2020р. залишити обов'язковими, а які вибірковими. Так, за рекомендацією Рибакіної Н.В. (ТОВ «Алмаз Мотор ЛТД») доповнено дисциплінарні результати навчання за вибірковою дисципліною «Інтернет маркетингові дослідження» комплексним урахуванням інструментів та завдань маркетингових досліджень на сайтах, у соціальних мережах. Роботодавці підтвердили актуальність ОП на основі їх власного моніторингу ринку товарів і послуг та його прогнозу. Вищезазначені пропозиції роботодавців були обговорені на розширених засіданнях кафедри маркетингу (протокол №10 від 18 лютого 2021 р., протокол №14 від 14 квітня 2021 р.), де було прийнято рішення про розширення змісту вибіркової дисципліни «Інтернет маркетингові дослідження».

**- академічна спільнота**

До складу розробників ОП увійшли 4 викладачі випускової кафедри та 1 викладач англійської мови. Увага академічної спільноти щодо ОП сфокусувалася на РН з проведення досліджень та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. За пропозицією Касяна С.Я. для відповідності ОП місії НТУ «ДП» щодо дотримання академічної доброчесності не лише ОК Ф7 передбачає формування знань та навичок академічно доброчесної поведінки, але й інші ОК включають нагадування про неприпустимість недоброчесної поведінки. Інтереси академічної спільноти ураховано під час розроблення та коригування ОП. Під час конференцій, вебінарів, зустрічей, які регулярно організовуються кафедрою, обговорюються проблеми з маркетингу, <https://cutt.ly/KQ1YmRx>, <https://cutt.ly/2Q1Y0eb>. У цих заходах приймають участь: Бранденбурзький технічний університет Коттбус-Зенфтенберг (Німеччина), Університет Мікола Коперніка в Торуні (Польща), Технічно-гуманітарна академія в Біельску-Бялей (Польща), ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського» та ін. У результаті отримані рецензії на проект ОП, зокрема: від зав. кафедри промислового маркетингу НТУ «КПІ ім. І. Сікорського» Солнцева С.О. <https://cutt.ly/jEghU5x>. Для обговорення змісту, цілей та ПРН проведено семінари з представниками кафедри маркетингу і логістики НУ «Львівська політехніка», (протокол наук.-метод. семінару №3 від 08.02.2021), а також кафедри маркетингу Університету митної справи та фінансів (протокол наук.-метод. семінару № 4 від 16.02.2021).

**- інші стейкхолдери**

Кафедра маркетингу на постійній основі співпрацює з представниками бізнесу, вищої освіти і науки у сфері маркетингу та суміжних наук з метою розширення змістового наповнення компонентів ОП «Маркетинг», запрошуючи їх на зустрічі зі здобувачами. В умовах COVID-19 заплановані зустрічі проводилися в режимі онлайн із

застосуванням Zoom, Teams: 1. вебінар «Маркетинг в експорті», І.Снігівкер, команда в Teams. 2. Лекція «Global challenges of modern marketing development», лектор А.В. Федорченко, КНЕУ ім. В. Гетьмана, <https://cutt.ly/pWK38uO> 3. вебінар «Маркетингове забезпечення просування стартап-проектів», Д.Ясинський, ZOOM <https://cutt.ly/SgPyJLt> 4. До свята Міжн. дня маркетолога та 20 річчя кафедри за участю І.Снігівкера, директора ТОВ «Укр Експорт Сервіс»; профес. Hnopata Howaniec, University of Bielsko-Biala, Poland; М.Крикунова, декана Київської бізнес-школи; І.Кокарева, маркетолога Limited Liability Company Zruchno; Ю.Лукаевич, Мюнхен, Німеччина; С.Насирової, маркетолога, PhD, компанія Nasurova Consulting проведена зустріч, ZOOM <https://cutt.ly/hWK7qnF> На кафедрі проводяться щорічні заходи із потенційними вступниками (Міжн. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених Majesty of Marketing, конкурс студентської соціальної реклами, <https://cutt.ly/uQ1U3io>). За участю ГО «УАМ», «Інноваційний університет», Департаменту освіти і науки Дніпропетровської ОДА аналізувалася потреба підготовки фахівців з маркетингу для ефективної реалізації стратегії розвитку м. Дніпра і області.

### **Продемонструйте, яким чином цілі та програмні результати навчання ОП відбивають тенденції розвитку спеціальності та ринку праці**

Останні тенденції розвитку спеціальності та ринку праці повністю враховані шляхом застосування новітніх електронних технологій і концепцій маркетингу. З метою формування навичок управлінської, практичної та НДР у сфері маркетингу при кафедрі функціонує науковий студентський гурток «Еврика маркетингу», <https://cutt.ly/IEEu4fz>. Цілі та програмні результати навчання ОП «Маркетинг» у повній мірі відображають тенденції розвитку спеціальності та ринку праці, відповідають сучасному теоретичному та практичному змісту предметної області. Проведений та обговорений на засіданні кафедри (протокол №15 від 22.04.2021) моніторинг ринку праці, результати працевлаштування засвідчує, що випускники кафедри користуються стійким попитом на ринку праці. Професії HR-маркетолога, брендолога, таргетолога, маркетолога-аналітика, маркетолога-комунікатора, SMM-щика, Digital-маркетолога, досить поширені за кордоном, проте вітчизняні компанії відчувають дефіцит таких кадрів. Водночас на ринку праці спостерігається попит на фахівців, які здатні творчо мислити, організовувати маркетинг, проектувати моделі маркетингової інноваційної діяльності; працювати у команді. Необхідність урахування стратегії просування брендів враховано за рахунок введення ОК «Бренд-менеджмент», доцільність аналізу маркетингових комунікацій врахована завдяки дисципліні «Якісні дослідження в маркетингових комунікаціях». Означене враховує останні тенденції розвитку спеціальності та ринку праці.

### **Продемонструйте, яким чином під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП було враховано галузевий та регіональний контекст**

Беручи до уваги проект стратегії розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року, <https://cutt.ly/ddDb3tR>; Регіональну доповідь «Цілі сталого розвитку: Дніпро-2030», <https://cutt.ly/HdDbvx4> підготовка здобувачів за ОП здійснюється в контексті галузевої спрямованості університету, що готує фахівців для сфери державно-приватного сектору, громадського обслуговування, економічної безпеки та різних галузей промисловості, ІТ. Ураховуючи, що здобувачі проходять практики, а випускники ОП працюють у фірмах, підприємствах Дніпропетровського регіону, це засвідчує про регіональну спрямованість ОП. Регіональний та галузевий контексти посилюються також за рахунок вибору студентами тем курсових та кваліфікаційних робіт, розв'язанні кейсів і розгляді аналітичних ситуацій на практичних заняттях, проведенні наукових досліджень. Тому, цілі та ПРН ОП «Маркетинг» враховують стан та особливості маркетингового стратегічного управління, маркетингового менеджменту, організації маркетингу стартапів в частині інтернаціоналізації, діджиталізації, фокусу на процесах партнерської взаємодії підприємств, проектного застосування маркетингових цифрових технологій, безперервного створення маркетингових цінностей для цільових груп споживачів. Отже цілі та ПРН ОП «Маркетинг», зосереджені навколо маркетингової інноваційної діяльності, відповідають завданню забезпечення Дніпропетровського регіону професіоналами особливо щодо високотехнологічних сфер бізнесу на основі концепції сталого розвитку.

### **Продемонструйте, яким чином під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП було враховано досвід аналогічних вітчизняних та іноземних програм**

У процесі формулювання цілей та ПРН за ОП Маркетинг проведений глибокий аналіз ОП різних ЗВО України, які проводять підготовку за спеціальністю 075 «Маркетинг». При розробці ОП вивчено досвід КНУ Шевченка, НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського» (<https://cutt.ly/oEEo9kh>), ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», НУ «Львівська політехніка», Одеський державний політехнічний унів-тет, ДНУ ім. О. Гончара (<https://cutt.ly/dEgU7qO>), Університет Альфреда Нобеля.

З іноземних ЗВО аналізувалися партнери, які надають можливості мобільності здобувачам ОП «Маркетинг» задля гармонізації програм, а також ЗВО країн ОЕСД, з якими реалізовувалися освітні проекти. Серед них Бранденбурзький технічний університет Коттбус-Зенфтенберг (Німеччина), Краківський економічний, Познанський економічний, Вроцлавський економічний університет, <https://cutt.ly/1EgI77U>, <https://cutt.ly/UEgPaNw>, Лодзьський університет, <https://cutt.ly/MEgOu1c>, університет ім. М. Коперніка в Торуню, <https://cutt.ly/PEgO3SO>, Катовицький економічний університет (Польща), <https://cutt.ly/6EgOGNR>, Університет Карабюк (Туреччина), ТУ Дрездена (ФРН), LSE (Великобританія). З іноземних ОП запозичені принципи формування силабусів, системи бонусів, вибору студентом завдань до виконання, адаптації кейс-методу до фахових дисциплін з маркетингу, що дозволило покращити методи досягнення ПРН. Аналіз вітчизняних аналогів дозволив досягти певної унікальності ОП у частині досягнення РН з формування і вдосконалення системи маркетингу сталого розвитку суб'єкта.

### **Продемонструйте, яким чином ОП дозволяє досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти**

Проектування ОПП «Маркетинг» відбулося у повній відповідності до вимог чинного СВО за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом МОН України № 960 від 10.07.2019 року. ОП була розміщена на сайті кафедри маркетингу, пройшла публічне обговорення, <https://cutt.ly/LEgAs2C>. Після її затвердження вона стала основою підготовки магістрів набору 2021/22 н.р. Перелік загальних та фахових компетентностей, що відображені у ОП, відповідає переліку, наведеному у діючому Стандарті. Заявлені у СВО 15 ПРН нормативного змісту підготовки були повністю враховані виключно в обов'язковій частині ОПП. Для того, щоб проектування ОПП було системним та ґрунтовним і для аргументованого досягнення ПРН, визначених СВО, було здійснено їх декомпозицію на окремі результати навчання, виходячи з досвіду розробників ОПП, викладачів, рецензентів, а потім об'єднання останніх у рамках окремих дисциплін ОПП. Таким чином, 1 ПРН містить декілька РН, які у свою чергу, забезпечуються різними дисциплінами. Навпаки, 1 дисципліна ОПП містить декілька РН та забезпечує досягнення декількох ПРН. Ця логіка представлена у робочих програмах дисциплін ОПП, де пояснено дисциплінарні результати навчання та їх відповідність ПРН. Також у матрицях відповідності ОПП показано через які саме дисципліни досягається кожен з 15 обов'язкових ПРН. Так вдалося переконатися, що процедурно процес розробки ОПП сприяв досягненню обов'язкових результатів навчання, визначених СВО. Детальну відповідність нормативних РН, визначених СВО, освітнім компонентам ОПП приведено у ОП та у додатку 3 до цих Відомостей. Співвідношення зазначених у стандарті компетентностей та програмних результатів навчання відбувається відповідно до структурно-логічної схеми ОП, яка наочно презентує логіку набуття компетентностей через вивчення певних освітніх компонентів та досягнення за рахунок їх опанування конкретних результатів навчання. Виходячи з того, що під час обговорення та прийняття Стандарту вищої освіти з маркетингу підкомісією НМК було визначено, що рівень бакалавра з маркетингу – це функціональний рівень, а магістра – це управлінський рівень, логіка побудови ОП, перелік компетентностей та програмних результатів, нормативних (обов'язкових) та вибіркових дисциплін ОП «Маркетинг» були побудовані виходячи із цих критеріїв. Таким чином, ОП «Маркетинг» другого освітнього рівня повністю відповідає духу та змісту діючого Стандарту вищої освіти з маркетингу за другим освітнім рівнем.

**Якщо стандарт вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти відсутній, поясніть, яким чином визначені ОП програмні результати навчання відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня?**

Стандарт вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» було затверджено Наказом МОН № 960 від 10.07.2019 року. Освітня програма 2021/2022 року навчання розроблена у відповідності до діючого Стандарту вищої освіти.

## **2. Структура та зміст освітньої програми**

**Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?**

90

**Яким є обсяг освітніх компонентів (у кредитах ЄКТС), спрямованих на формування компетентностей, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти (за наявності)?**

66

**Який обсяг (у кредитах ЄКТС) відводиться на дисципліни за вибором здобувачів вищої освіти?**

24

**Продемонструйте, що зміст ОП відповідає предметній області заявленої для неї спеціальності (спеціальностям, якщо освітня програма є міждисциплінарною)?**

Об'єкт вивчення ОПП Маркетинг є: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. ОПП «Маркетинг» відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», складові якої визначено СВО 2019 р. Зміст ОП повністю відповідає предметній області спеціальності «Маркетинг», орієнтованій на здобуття студентами сучасних теоретичних знань та отримання аналітичних компетентностей, управлінських та практичних навичок у сфері маркетингу. Виходячи з характеристик предметної області, СВО визначив 15 нормативних РН, з урахуванням яких сформовано перелік ОК ОПП. Цей перелік сформовано на основі найбільш актуальних проблем розвитку теорії і практики маркетингу, запитів та рекомендацій роботодавців, професійних громадських організацій, здобувачів вищої освіти (<https://cutt.ly/jEhC4d4>). Послідовність здобуття ПРН та вивчення дисциплін була визначена на основі досвіду викладачів та позитивних практик провідних ЗВО України і ЄС. Ця відповідність, послідовність та логіка міститься в описі ОПП, навчальному плані, робочих програмах ОК та силабусах (<https://cutt.ly/jEhC4d4>). Обов'язковими компонентами ОП є дисципліни, що формують прикладні фахові компетентності менеджера (управителя) з маркетингу, а саме: Маркетингове стратегічне управління, Курсовий проект з маркетингового стратегічного управління, Економічне обґрунтування маркетингових рішень, Курсовий проект з економічного обґрунтування маркетингових рішень, Маркетинговий менеджмент, Маркетинг взаємодії і партнерських відносин. Дослідницька складова забезпечується викладанням ОК Методологія та організація економічних наукових досліджень. Компетентності із маркетингового управління стартуп-проектами, бізнес-моделей розвитку стартапів формуються під час вивчення спеціальної ОК «Маркетинг»

стартап-проектів». Вибіркові ОК, що спрямовані на особистісний і професійний саморозвиток поглиблюють практичні компетентності здобувачів вищої освіти відповідно до вимог ринку праці. З силабусів видно, що теми дисциплін формують у здобувачів теоретичний фундамент. Під час практики та виконання кваліфікаційної роботи здобувачі аналізують, пояснюють факти, прогнозують та створюють інноваційні креативні ідеї у сфері маркетингу. Інноваційні методи, методики, технології управління маркетингом доводяться викладачами через зміст лекцій та практик профільних дисциплін, рекомендовану літературу. Практичне застосування методів, методик та технологій забезпечується через практику, виконання кваліфікаційної роботи, участь у виїзному навчальному тренінгу-семінарі (Наказ від 15.09.2021 №279 а-г, <https://cutt.ly/SEfHcSY>, <https://cutt.ly/PEfKP2O>), підготовку наукової публікації (<https://cutt.ly/xETzFXM>).

### **Яким чином здобувачам вищої освіти забезпечена можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії?**

Університет підтримує персональний шлях реалізації потенціалу здобувача, що формується з урахуванням його здібностей, інтересів, потреб, мотивації, можливостей і досвіду. Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу, <https://cutt.ly/6EdpNhW> та Положення про формування переліку та обрання навчальних дисциплін студентами <https://cutt.ly/fEEwJJx> здобувачі ОПП формують індивідуальну освітню траєкторію через механізм індивідуальних навчальних планів, що складаються на кожний навчальний рік і містять перелік та послідовність вивчення дисциплін і проходження практики, обсяг навчального навантаження, види та строки контролю й атестації. Індивідуальна освітня траєкторія здобувачів вищої освіти за ОПП формується за рахунок навчальних дисциплін за вибором студента, обрання баз передатестаційної практики; напрямів наукових досліджень та керівників, об'єкту і предмету досліджень під час виконання кваліфікаційної роботи магістра, вибору тем курсових проектів; кредитної національної та міжнародної мобільності (можливість прослуховування окремих курсів в університетах-партнерах згідно укладених угод). Обсяг навчальних дисциплін за вибором становить 24 кредити ЄКТС (26% обсягу ОПП). Індивідуальний навчальний план формується особисто кожним здобувачем вищої освіти та затверджується деканом фінансово-економічного факультету.

### **Яким чином здобувачі вищої освіти можуть реалізувати своє право на вибір навчальних дисциплін?**

Вибіркові дисципліни ОПП складають 24 кредити ЄКТС (26%, 6 дисциплін). Якщо у попередніх ОПП вибір здійснювався блочно, то з 2020 р. здобувачам пропонується гнучкий і вільний вибір кожної з 6 ОК. Процедура вибору дисциплін відповідає ЗУ «Про вищу освіту» та зразку ОП МОН України 2017 р., надає здобувачу критерії вибору (ОП, РП та силабуси дисциплін оприлюднені на сайті ФЕФ різноманітних дисциплін, які ведуться викладачами відповідної кваліфікації, або надає вибір викладачів через вибір дисциплін з інших ОПП НТУ «ДП»; забезпечує відповідність вибіркового РН вимогам НРК (Положення про формування переліку та обрання навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», <https://cutt.ly/fEEwJJx>). Здобувач ОПП персонально обирає в осінньому семестрі дисципліни, які він (вона) слухатиме у весняному семестрі 1 курсу. Тому, з перших днів навчання, на установчих зустрічах за ОПП, зборах старост груп у деканаті, через соціальні мережі і месенджери куратором групи, гарантом ОПП доводяться до відома здобувачів умови та процедура вибору дисциплін, з яких не менше, ніж 1 обов'язково повинна забезпечувати досягнення soft skills (здобувачам пояснюється їх зміст та пропонується переглянути вище наведене Положення). Здобувач має ознайомитися із загальноуніверситетським переліком вибіркового дисциплін (<https://cutt.ly/KEdgUPD>) та переліком професійно орієнтованих дисциплін (на попередньому сайті або на сайті кафедри <https://cutt.ly/sEErePd>). Робочі програми або силабуси дисциплін оприлюднено на зазначених сайтах. Інформування здобувачів відбувається також завдяки презентації ОП гарантом програми, презентації вибіркового дисциплін безпосередньо викладачами, <https://cutt.ly/cETxcQJ> До завершення осіннього семестру здобувач має подати до деканату письмову заяву або електронний лист про свій вибір або зробити вибір в електронному кабінеті студента та чекати повідомлень про затверджений індивідуальний навчальний план або пропозицію переобрати дисципліни у разі недостатньої комплектації групи. Випускова кафедра ОПП має типову процедуру пропонування здобувачам вибіркового дисциплін згідно Положення. Після консультацій зі стейкхолдерами, академічною спільнотою щодо актуальності вибіркового РН з точки зору ринку праці, розвитку галузі та регіонального контексту, а також побажань здобувачів, випускників ОПП, дисципліни подаються до деканату на розгляд робочої групи фінансово-економічного факультету. Після перевірки методичних матеріалів та фахової відповідності викладачів цих дисциплін формується перелік професійно орієнтованих дисциплін, який затверджується вченою радою факультету, передається до навчально-методичного відділу та оприлюднюється на зазначених вище сайтах. Процес формування та оприлюднення вибіркового дисциплін завершується до початку прийому на ОПП.

### **Опишіть, яким чином ОП та навчальний план передбачають практичну підготовку здобувачів вищої освіти, яка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності**

Застосовуються на ОП такі напрями практичної підготовки: розгляд бізнес-кейсів, залучення практиків до проведення вебінарів, семінарів та обміну досвідом, проведення виїзних навчальних тренінгів-семінарів (<https://cutt.ly/cEdzVl9>), ділових ігор, тренінгів, виконання курсових, командних та індивідуальних проектів, написання кваліфікаційної роботи. Передатестаційна практика на підприємствах складає 8 кредитів ЄКТС. Кваліфікаційна робота - практикування компетентностей здобувача, як професіонала та особистості - 22 кредити. Практика та кваліфікаційна робота є елементом індивідуальної траєкторії студента у частині вибору баз та тем практик, об'єкту дослідження. Тому, ці ОК не фокусуються на певних компетентностях, а згідно ОПП формують більшість обов'язкових компетентностей СВО 075. Завдання передатестаційної практики спрямовані на закріплення знань та навичок теоретичного навчання, збір інформації для кваліфікаційної роботи. Цілі, зміст та тематика завдань практик обговорюється з роботодавцями, експертами та партнерами кафедри (<https://cutt.ly/cETxMir>) під час розробки ОПП. Однак, остаточно вони корегуються безпосередньо на місці практики разом з керівником від



### **Продемонструйте, що ОП дозволяє забезпечити набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills) упродовж періоду навчання, які відповідають цілям та результатам навчання ОП результатам навчання ОП**

ОП сприяє набуттю soft skills. Обов'язкові ОК (Маркетингове стратегічне управління, Маркетинговий менеджмент, Маркетинг взаємодії і партнерських відносин, Маркетинг стартап-проектів, Соціальна відповідальність бізнесу, Іноземна мова для професійної діяльності, тощо) та вибіркові ОК (Якісні дослідження в маркетингових комунікаціях, Бренд-менеджмент, Психологія продажів на високотехнологічних ринках, Рекламний менеджмент, тощо), спрямовані на формування у здобувачів комунікативних навичок, мультикультурного адаптування, здатності брати на себе відповідальність, дотримання академічної доброчесності, лідерства, роботи в команді, здатності логічно і критично мислити, самостійно приймати рішення, креативності, презентації / пітчінгу проектів. 1 дисципліна (4 кредити) з 6 вибірових обов'язково має бути soft skills (здобувач самостійно доповнює соціальні навички через ОК, що запропоновані кафедрами НТУ «ДП»). Кожна ОК має ціль розвинути згідно НРК – комунікацію, автономію та відповідальність. Комплексні тренінги, функціонування студентського наукового гуртка «Еврика маркетингу», бізнес-ігри, конкурси, участь в різних акціях і проектах сприяють розвитку емоційного інтелекту, самомаркетингу, стресостійкості, навичок командної роботи, <https://cutt.ly/iETcJoP>, <https://cutt.ly/oEfXXfx>, <https://cutt.ly/vEfXNZ2>. НТУ «ДП» надає можливості розвитку soft skills у позакредитний час через участь у творчих міжнародних та національних проектах.

### **Яким чином зміст ОП ураховує вимоги відповідного професійного стандарту?**

Професійний стандарт фахівців з маркетингу зараз відсутній.

### **Який підхід використовує ЗВО для співвіднесення обсягу окремих освітніх компонентів ОП (у кредитах ЄКТС) із фактичним навантаженням здобувачів вищої освіти (включно із самостійною роботою)?**

Це питання визначає Положення про організацію освітнього процесу <https://cutt.ly/uEdQxE1>. Нормативні документи ЗВО збалансовують навантаження: кількість ОК на рік – не більше 16, майже однакова кількість ОК у чвертях, мінімальний обсяг дисципліни – 3 кредити. Після декомпозиції ПРН та групування РН у ОК викладач пропонує час для ОК, розподіл між аудиторною і самостійною роботою та видами занять з урахуванням значення РН у професії, їх складності, успішності попередніх здобувачів та критики від студентів. Частка самостійної роботи для ОК ОПП = 0,53-0,72. Остаточне рішення про послідовність ОК, їх комбінування у семестрі, час на засвоєння приймає робоча група ОПП. Питання перевантаження студентів виявлялося моніторингом їх успішності та усного діалогу з викладачем ОК, куратором, гарантом ОПП. У навч. плані за ОП Маркетинг, магістр для здобувачів 2021 р. набору обсяг годин, відведений на обов'язкові навчальні дисципліни, становить 1080 год., з них на ауд. заняття – 327 год (30,3 % від заг. обсягу год.), а на сам. роботу – 699 год. (64,7 %). Серед ауд. годин перевага надається практ. заняттям – 48,0 % від заг. обсягу ауд. год., а питома вага лекційних годин – 37,8 %. Після вивчення навчальної дисципліни в межах ОП здійснюється анкетування для встановлення обсягу навантаження здобувачів, <https://cutt.ly/DETUD78>

### **Якщо за ОП здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти, продемонструйте, яким чином структура освітньої програми та навчальний план зумовлюються завданнями та особливостями цієї форми здобуття освіти**

Сьогодні за ОПП не здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою навчання. Порядок здобуття вищої освіти за дуальною формою навчання визначає Тимчасове положення про дуальну форму здобуття вищої освіти Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» <https://cutt.ly/kEgw9ok>. Випускова кафедра маркетингу зараз опрацьовує можливість укладання угод про дуальну освіту з ТОВ «МаслоТрейд» (пропозиція асортименту змащувальних матеріалів ТМ «ЕххонMobil» для легкових автомобілів, комерційного транспорту, промислового застосування) та ТОВ «Алмаз Мотор ЛТД», що є дилером Toyota в Дніпропетровській області.

## **3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання**

### **Наведіть посилання на веб-сторінку, яка містить інформацію про правила прийому на навчання та вимоги до вступників ОП**

[https://www.nmu.org.ua/ua/content/study/admission/umovi\\_vstupy/admission\\_rules.php](https://www.nmu.org.ua/ua/content/study/admission/umovi_vstupy/admission_rules.php)

### **Поясніть, як правила прийому на навчання та вимоги до вступників ураховують особливості ОП?**

Прийом вступників на навчання за ОПП здійснюється відповідно до «Правил прийому до університету», які щорічно розробляються на основі юстованих «Умов прийому до закладів вищої освіти України». Правила прийому затверджені рішенням Вченої ради університету та розміщені на офіційному веб-сайті НТУ «ДП». Для здобуття ступеня магістра за ОПП допускаються особи, які здобули ступінь бакалавра, магістра або ОКР спеціаліста

попередніх років. Вступники складають єдиний вступний іспит (ЄВІ) з іноземної мови та фахове випробування. Конкурсний бал розраховується за результатами вступних випробувань з урахуванням вагових коефіцієнтів. Особливості ОПП враховано за рахунок вступного фахового іспиту, ваговий коефіцієнт якого становить 0,75. Особи, які набрали на фаховому вступному випробуванні менш як 124 бали, позбавляються права участі в конкурсі (<https://www.nmu.org.ua/ua/content/study/admission/magistr/magistr.pdf>). Програми вступних випробувань розташовані на сайті приймальної комісії. Пакет екзаменаційних матеріалів (програма, критерії оцінювання, тести, еталонні відповіді) розробляють фахові та предметні комісії згідно вимог «Положення про Приймальну комісію» та змісту базової підготовки для вступу. Перегляд програм проводиться щорічно та корегується відповідно до поточних змін змісту базової підготовки для вступу. Вимоги до вступників формуються з урахуванням рекомендації гаранта ОПП та кафедр, які відповідають за підготовку фахівців за цією програмою.

### **Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО? Яким чином забезпечується його доступність для учасників освітнього процесу?**

У 2016 університетом була створена Комісія та Положення з визнання іноземних документів про освіту. Сьогодні результати навчання, отримані в інших (національних або зарубіжних) ЗВО визнаються на підставі Положення про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/WEh9ELf>), Положення про оцінювання результатів навчання (<https://cutt.ly/TEh9ev1>) та Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність (<https://cutt.ly/5Eh9UDf>) і є доступними для учасників освітнього процесу. Перезарахування та визнання результатів навчання здійснюються з використанням ЄКТС у міжсесійний період на підставі академічної довідки (навчальної картки) здобувача, яка містить перелік дисциплін, їх обсяги, результати оцінювання; інформацію щодо дисциплінарних результатів навчання; додатків до дипломів. Здобувач укладає з НТУ «ДП» договір про академічну мобільність, у якому вказані РН, які він зобов'язується опанувати, а університет в особі випускової кафедри, гаранта ОПП – визнати. По завершенню мобільності студент надає академічну довідку іншого ЗВО з вказаними опанованими РН; кафедра здійснює їх експертизу та приймає рішення про визнання. Це документується у Recognition Confirmation Letter, Learning Agreement, додатках до дипломів. Здобувачі інформуються про можливості академічної мобільності та процедуру визнання результатів навчання у інших ЗВО через відділ міжнародної академічної мобільності (<https://cutt.ly/fEh9fIW>), деканат, повідомлення кураторів, викладачів, гаранта ОПП.

### **Опишіть на конкретних прикладах практику застосування вказаних правил на відповідній ОП (якщо такі були)?**

Випадків визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО за ОПП «Маркетинг» донині не було. Робочою групою ОПП ухвалено рішення мотивувати здобувачів та надати їм досвід мобільності у проектах внутрішньої і міжнародної академічної мобільності. Про це було підписано угоду з НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського» (<https://cutt.ly/gETRZuJ>), Університетом митної справи і фінансів (<https://cutt.ly/AETTQiC>, <https://cutt.ly/jEh6aXK>). Підписані угоди з Університетом Марії Кюрі-Склодовської в Любліні (Польща), <https://cutt.ly/GEh56T4>, Вищою школою Фінансів і Права в Бієльску-Бялей (Польща), <https://cutt.ly/5Eh6FeF> Технічно-гуманітарною академією в Бієльску-Бялей (Польща), які надають можливість для участі здобувачів у семестрових безплатних програмах міжнародного академічного обміну.

### **Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті? Яким чином забезпечується його доступність для учасників освітнього процесу?**

Положення про організацію освітнього процесу <https://cutt.ly/JEjwtoB> визначає процедуру визнання РН, отриманих у неформальній освіті, яка ґрунтується на експертизі викладачів ОК/робочої групи/гаранта ОПП на предмет їх відповідності до РН ОПП. Здобувач звертається до гаранта/викладача дисципліни ОПП про бажання визнати РН з неформальної освіти, після чого створюється комісія кафедри/факультету/інституту. Можливий розгляд РН науково-методичною комісією зі спеціальності. Під час розгляду РН з неформальної освіти, комісія може здійснювати співбесіду із заявником, звернутися до фізичної чи юридичної особи, яка забезпечила формування РН за неформальною освітою, після чого приймається рішення про визнання та позиціонування РН з точки зору ОПП, а також готується мотивований висновок. РН за неформальною освітою оцінюються комісією за критерієм їх відповідності до РН, визначених у ОПП. Здобувачі інформуються про процедуру визнання РН за неформальною освітою через сайт університету з нормативними документами (<https://cutt.ly/VEjwjSx>), повідомлення деканату, кураторів, викладачів, гаранта ОПП.

### **Опишіть на конкретних прикладах практику застосування вказаних правил на відповідній ОП (якщо такі були)?**

Здобувачі ОПП брали участь у заходах неформальної освіти: семінарах, тренінгах, що було підтверджено відповідними сертифікатами. Однак звернень щодо визнання РН, здобутих під час цих заходів, від студентів не надходило.

## **4. Навчання і викладання за освітньою програмою**

**Продемонструйте, яким чином форми та методи навчання і викладання на ОП сприяють досягненню програмних результатів навчання? Наведіть посилання на відповідні документи**

Нормативним документом, що регламентує організацію освітнього процесу в НТУ «ДП», є Положення про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/9WnuwcN>). Освітній процес для магістрів організований за такими формами: навчальні заняття (лекція, практичні заняття, консультації, семінари), контрольні заходи (екзамен, диференційований залік), практична, самостійна та кваліфікаційна роботи. Форми і ПРН відображаються у робочих програмах та силабусах дисциплін за ОП. Навчання за ОПП проводиться аудиторно та дистанційно. Застосовуються проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиткові, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання, лекції-дискусії, технології змішаного навчання (матеріал може надаватися онлайн, дистанційно).

Досягненню ПРН сприяє використання класичних методів (пояснення, питання-відповідь, розв'язання індивідуальних задач, тестів, читання статей, звітування з практик, дослідження) та новітні (групова дискусія, ситуаційна вправа, круглий стіл, ділові ігри, брейнстормінг, прес-конференція, кейс-метод, ситуаційні завдання, дебати, метод світової кав'ярні, метод конференції ідей, есе, технології фасилітації та тренінгу, коучинговий підхід, підготовка презентацій, пітчінг проектів з використанням сучасних програмних засобів та інші). Методи навчання і викладання обираються викладачем самостійно і доводяться до відома здобувачів перед початком курсу. Сприяння методів навчання досягненню ПРН відображено у табл. 3 та силабусах за кожною ОК, <https://cutt.ly/xEliWeq>

### **Продемонструйте, яким чином форми і методи навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу? Яким є рівень задоволеності здобувачів вищої освіти методами навчання і викладання відповідно до результатів опитувань?**

Гарантом політики студентоцентризму виступає Рада з якості, гарант ОПП, а провайдерами – кожен викладач. Форми та методи навчання і викладання в рамках ОПП відповідають вимогам студентоцентрованого підходу через реалізацію можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів завдяки вибору вибіркового дисциплін <https://cutt.ly/QERNMBf>), керівників, теми кваліфікаційної роботи, тем індивідуальних завдань та курсових проектів, баз практики. Вибір методів пояснюється викладачем здобувачам безпосередньо у момент їх застосування через зіставлення РН та переваг обраного методу для їхнього досягнення. Опис методів подається у силабусі. Інтерактивні методи навчання за ОПП забезпечують синергетичний ефект, перетворюючи викладача на фасилітатора розвитку здобувача, а здобувача – на пошукача рішення замість споживача інформації, незалежного генератора ідей з розвиненими soft skills.

Викладання дисциплін відбувається з урахуванням пропозицій та зауважень здобувачів, їх базових знань й умінь на основі взаємодії викладача й студента та вивчення рівня задоволеності здобувачів методами навчання і викладання за результатами анонімного опитування після завершення вивчення дисциплін та перед проведенням контрольних заходів, <https://cutt.ly/HWufDIG>. Результати опитувань обговорюються на кафедри та з гарантом ОП. Рівень задоволеності здобувачів методами викладання на основі опитування: 4,19 бали за 5-ти бальною шкалою, де 5 – повністю задоволений, 1 – зовсім не задоволений. Показник NPS становить 33%.

### **Продемонструйте, яким чином забезпечується відповідність методів навчання і викладання на ОП принципам академічної свободи**

Відповідність методів викладання на ОП до принципів академічної свободи у науковій, викладацькій та інноваційній діяльності забезпечується рекомендаційним характером нормативних документів рівня ЗВО щодо форм та методів навчання в межах забезпечення компетентностей за ОП (закріплено у Положенні про організацію освітнього процесу). Викладачі ОПП на власний розсуд обирають методи досягнення здобувачами РН з урахуванням думки студентів, власного досвіду в межах ОК, результатів досліджень, рекомендацій стейкхолдерів. Викладачі можуть обирати фасилітаційні методи викладання, які найкраще відповідають рівню кожної групи (проф. Палехова Л.Л. впроваджує свої напрацювання за міжнародним проектом NEESEFF в ОК Маркетинговий менеджмент). Паралельно для здобувачів академічна свобода є підґрунтям індивідуальної освітньої траєкторії і вона забезпечується на ОП заохоченням студентів висловлювати власні ідеї, давати зворотній зв'язок щодо ефективності залучених методів, стимулювати бажання розробляти індивідуальні проекти та не обмежувати форми їх представлення (Пономарьова В., гр. 075м-21-1 Візуалізація споживчої поведінки за допомогою СДМ). Викладачі вільно обирають інформаційну базу для досягнення РН ОК. Академічна свобода здобувачів проявляється у можливості висловлення власної думки не тільки щодо методів навчання, але й навчального середовища кафедри та університету, участі у студентському самоврядуванні, розробці ОП.

### **Опишіть, яким чином і у які строки учасникам освітнього процесу надається інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів \***

Інформація щодо цілей, змісту, очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів з ОП надається на перших заняттях викладачами за видами занять. Викладачі розповідають студентам про шляхи пошуку інформації, необхідної для організації навчального процесу в межах конкретного ОК. Першочергова інформація відображена у РП та силабусах навчальних дисциплін, розміщених на сайті кафедри <https://cutt.ly/9ElgFrT>, де чітко прописується мета та завдання дисципліни, результати навчання, структура курсу, система оцінювання, вимоги та критерії оцінювання, політика курсу.

На першому занятті викладач пояснює інформацію силабусу, а потім конкретизує РН, завдання та оцінювання на кожному занятті. Силабуси оприлюднюються на сайті до навчального процесу, обговорюються на початку ОК та конкретизуються протягом занять. Розширений перелік методичного забезпечення за ОК розміщений на сайті дистанційної освіти НТУ «ДП» у виді курсів кафедри маркетингу (<https://cutt.ly/sWnuA3l>), куди здобувач заходить під своїм обліковим записом на базі Office 365. На цій платформі здобувач має персональний кабінет та сторінку з підсумковими оцінками за ОК, які автоматично відображаються одразу після їх подання викладачем до деканату. Дистанційні заняття проводяться у додатку MS Teams, де викладач також розміщує пакет методичних матеріалів і

може проводити оцінювання. У разі виникнення питань здобувач звертається за консультацією до викладача ОК, куратора через Moodle, Teams, соціальні мережі і месенджери

### **Опишіть, яким чином відбувається поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП**

Викладачі ОП поєднують навчання і дослідження, оскільки самі є дослідниками (захисти дисертацій, публікації, участь у конференціях, реалізація міжнародних проєктів, <https://cutt.ly/WWHuBlm>). Так, Касян С.Я. у межах офісу Регіональних зустрічей Ради Молодих вчених МОНУ провів 16.04.2021 вебінар «Потенціал і пропозиції міжнародних науково-освітніх проєктів ЄС: грантові можливості для молодих учених», <https://cutt.ly/KW4qSIQ>, <https://cutt.ly/vW4q9bu> Здобувачі залучаються до досліджень на засадах академічної свободи та формування власної освітньої траєкторії. Дослідження виконуються у межах самостійної роботи під керівництвом викладача-ментора. Щорічно на кафедрі більше 15 років проводиться міжн англомова конференція студентів, аспірантів і молодих вчених «Majesty of marketing» (<https://cutt.ly/DEljF7A>). Функціонує студентський науковий гурток «Еврика маркетингу», де проводяться наукові дослідження, відбуваються регулярні вебінари, семінари, зустрічі з відомими маркетингологами, <https://cutt.ly/vERX612> Так, 03.03.2021 відбувся вебінар «Маркетинг в експорті» за участю Ігоря Снітківкера, директора ТОВ «Укр Експорт Сервіс».

Результати наукової роботи поширюються на інших конференціях з публікацією матеріалів у фахових виданнях, збірках наукових праць, <https://cutt.ly/IERCrFR>, зокрема у межах англомовної конференції «Widening the Horizons». Поєднання навчання і досліджень за ОП реалізується в межах міжнародних проєктів і конференцій за участю здобувачів:

– Міжн. наукова конф. студентів і молодих вчених з циклу Студентський Бридж «Виклики публічних фінансів» у рамках розвитку співпраці між НТУ «ДП» і Вищою школою Фінансів і Права в Бієльску-Бялей (Польща), 14.01.2021, <https://cutt.ly/1WHksoe>, <https://cutt.ly/xWHlc6l>, <https://cutt.ly/PWHkc8G> (Лясов Д., гр. 075м-20-1)

– X Зимова школа “Sustainability in the Industrial Sector”, 24.12.2020 – 18.01.2021, Бранденбурзький технічний університет Коттбус-Зенфтенберг - БТУ (Німеччина) за підтримки DAAD (Пономарьова В., гр. 075м-20-1, <https://cutt.ly/ZWHk8vZ>)

У межах магістерської роботи відображена демонстрація елементів наукової новизни та можлива наукова публікація результатів досліджень. Силабуси деяких дисциплін у вигляді бонусного заохочення пропонують у разі написання наукової роботи (статті, тез доповіді) та подання її до публікації додаткові бали. У 2020-2021 н.р. здобувач Бардаков Ю.О., гр. 075м-20-1 є переможцем Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності Маркетинг, диплом III ступеня. У 2020 - 2021 кваліфікаційні роботи магістрів Кобзар Т.С., Юферової Д.О. на Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт посіли 2 місце. 24.12.2020 – 18.01.2021 здобувач Пономарьова В.С. разом з викладачами Палеховою Л.Л., Куваєвою Т.В. взяла участь у навч. семінарах Study Seminars “Sustainability in the Industrial Sector”, (Cottbus, Germany – Dnipro, Ukraine) (30 hours, 1 ECTS) <https://cutt.ly/NWHISjw>, <https://cutt.ly/bElj75f>).

### **Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, яким чином викладачі оновлюють зміст навчальних дисциплін на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі**

Оновлення змісту освіти на підставі наукових досягнень і сучасних практик у сфері маркетингу здійснюється за пропозиціями викладачів, академічної спільноти, рецензентів, інших стейкхолдерів. Зміни у ОК ОПП можуть ініціюватися при визначенні РН ОПП та їх декомпозиції на підрезультати, коли виникне новий підрезультат навчання, який увійде до ОК і автоматично оновить її зміст; або пропонуватися викладачем ОК, здобувачами на основі практичного досвіду, підвищення кваліфікації, наукових досліджень, моніторингу розвитку маркетингу, а також результатів оцінювання змісту ОК здобувачами. Тому зміст ОК, який впливає на ПРН може змінюватися при розробці ОПП, а зміст ОК, який визначає способи досягнення РН (теми, методи, завдання) змінюється до оприлюднення силабусів та робочих програм. Зміст ОК переглядається щорічно на засіданнях розробників ОПП, НМК, під час консультацій з гарантом ОП. Здійснення моніторингу РП регламентується Положенням про навчально-методичне забезпечення освітнього процесу, <https://cutt.ly/RElzyG2>. У переліку робіт НПП важливою складовою є наукова робота у співпраці зі стейкхолдерами. Така організація роботи викладачів сприяє підвищенню їх професійного рівня і дає результат – участь у конференціях, публікація статей, монографій і посібників. НПП кафедри активно підвищують власну кваліфікацію відповідно до сучасних світових тенденцій галузі (<https://cutt.ly/OElzdtO>) і оновлюють зміст викладання. Нормативно моніторинг оновлення змісту ОК закріплено за гарантом (Положення про гаранта ОПП, <https://cutt.ly/gElzl43>).

За рекомендацією Рибаків Н.В. доповнено ДРН за вибірковою ОК «Інтернет маркетингові дослідження» урахуванням інструментів та завдань маркетингових досліджень присутності компанії в Інтернет-середовищі, а саме веб-аналітика сайту та статистика соц. мереж. Крім того, результати кандидатської роботи щодо маркетингу партнерських відносин (доц. Куваєва Т.В.) надають матеріали для формування дисциплін «Маркетинг взаємодії та партнерських відносин». Об'єктами вивчення та досліджень кафедри маркетингу є актуальні проблеми сталого розвитку, високотехнологічного, «зеленого» та цифрового маркетингу.

Результати проєктів з Бранденбурзьким технічним універ-том (Німеччина), Універ-том М. Кюрі-Складовської (Польща) є базою для вдосконалення практичних завдань з дисц. «Психологія продажів на високотехнологічних ринках», «Маркетинговий менеджмент» (проф. Палехова Л.Л.), «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» (доц. Куваєва Т.В.), «Маркетинг стартап-проєктів» (доц. Касян С.Я.), тем кваліфікаційних робіт здобувачів.

Конкретні сучасні практики та наукові досягнення, які слід використовувати у навчанні, визначаються викладачами дисциплін на основі власних досліджень, <https://cutt.ly/OElzdtO>, моніторингу наукових та практично-орієнтованих статей фахових журналів, які потім рекомендуються здобувачам у якості додаткової літератури за ОК, участі у фахових семінарах, вебінарах, консультацій з експертами маркетингу, практикуючими випускниками.

### **Опишіть, яким чином навчання, викладання та наукові дослідження у межах ОП пов'язані із**

## **інтернаціоналізацією діяльності ЗВО**

В НТУ «ДП» міжнародна діяльність реалізується згідно Стратегії інтернаціоналізації, <https://cutt.ly/PWHzUuY>. Викладачі ОПП мають іноземні публікації та разом зі здобувачами вивчають іноземні здобутки через доступ до Scopus, WoS, SpringerLink при дослідженнях. У межах ОП в рамках Стратегії інтернаціоналізації навчання, викладання та дослідження здійснюються так: проф. Палехова Л.Л. є координатор програми академічної мобільності і проєктів в рамках Меморандуму з Бранденбурзьким технічним університетом Коттбус-Зенфтенберг (Німеччина) “Sustainability and E-Learning in Higher Education” (2014-2020), <https://cutt.ly/EWHxVMO> Від кафедри в проєктах брали участь: проф. Палехова Л.Л., доц. Куваєва Т.В., Кізілова М., Пономарьова В.). Участь Куваєвої Т.В., Пілової К.П. в Ініціативі «Матусі в бізнесі: розширення економічних можливостей для жінок як протидія наслідкам пандемії COVID-19», реалізованої ГО «Центр розвитку освіти, науки та інновацій НТУ «ДП» та партнерами. Касян С.Я., Куваєва Т.В., Пілова К.П., Шинкаренко Н.В. взяли участь в он-лайн наук. семінарі “Corporate Social Responsibility of the Hospitality Industry”, 25.06.2020, Вища школа фінансів і права в Бієльско-Бялей. Участь Шинкаренко Н.В. у 24rd International Scientific Conference “Transport Means 2020 Sustainability: Research and Solutions” Palanga (Lithuania), 30.09-02.10.2020. Проведення міжн. конференції “Majesty of marketing” за участю більше 10 країн. Кафедра успішно координувала проєкт НАТО-Україна з перепідготовки військовослужбовців «Маркетинговий менеджмент».

## **5. Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність**

### **Опишіть, яким чином форми контрольних заходів у межах навчальних дисциплін ОП дозволяють перевірити досягнення програмних результатів навчання?**

Досягнення ПР здійснюється проведенням поточного і підсумкового контролю, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу, <https://cutt.ly/4WolDSO>, Положення про оцінювання результатів навчання, <https://cutt.ly/CWolG3G>. Форми контролю зазначено в ОП, навч. плані, силабусах, РП всіх дисциплін, індивідуальних навчальних планах здобувачів. Форми та критерії оцінювання ПРН розробляються для кожної дисципліни та викладено в РП (силабусах) згідно <https://cutt.ly/CWolG3G> і затверджуються протоколами засідання кафедри та НМК спеціальності 075 Маркетинг. Вхідний контроль знань проводиться НПП на почат. заняттях, забезпечує перевірку готовності до навчання та засвоєння ПРН попередніх дисциплін. Поточний контроль здійснюється для всіх видів аудиторних занять під час ОК з метою визначення досягнення РН ОПП частинами (за розділом, темою). Підсумковий контроль комплексно оцінює досягнення РН за ОК у формі диференц. заліку або екзамену. Структура завдань екзамен. білету містить питання проблемного характеру, тестові, кейсові, розрахунково-аналітичні та творчі завдання тощо, що дає змогу повною мірою і об'єктивно оцінити досягнення ПРН. Якщо за поточн контроль здобувач набирає більше 60 балів, оцінювання за ОК дорівнює оцінці поточного контролю. Якщо менше 60 балів або є бажання підвищити свою оцінку, здобувач повинен виконати комплексну контрольну роботу. Академічна свобода дозволяє викладачам комбінувати такі види завдань для контролю, які на їх експертно-педагогічну думку дозволяють найкращим чином перевірити досягнення РН ОК. Форми поточного контролю під час практичних занять: вибіркове усне опитування, індивідуальні та групові завдання за кожною темою, ділові ігри, презентації, дебати та дискусії, есе, пітчінг індивідуальних та групових проєктів, вирішення розрахункових завдань, аналіз кейсів, розв'язання задач – перевіряється здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування; доповіді/захист реферату – перевіряється здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. Види занять, навчальні заходи, методи, які застосовуються для досягнення відповідних ПРН наведено у силабусах і РП. Перевірка ПРН за курсовими роботами дозволяє виявити здатність до проведення самост. досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. Самоконтроль у вигляді питань та завдань самоконтролю передбачений під час самост. роботи здобувачів при перегляді та опануванні лекційного матеріалу. Самоконтроль важливий під час вивчення здобувачами додаткової літератури, рекомендованої викладачем у силабусах. Підсумковий контроль за ОК є індивідуальна робота здобувача, яка комбінує тести, відкриті питання, розрахункові задачі, кейси для контролю досягнення фахових РН, автономності, управління часом та письмової комунікації. Контроль звітів з практики та кваліфікаційної роботи передбачає письмову та усну комунікативну складові

### **Яким чином забезпечуються чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти?**

Принципи оцінювання, на основі яких викладач проєктує види завдань контрольних заходів визначені у Положенні про оцінювання результатів навчання (<https://cutt.ly/uWojhof>), що орієнтоване на викладачів, в якому основні покладено у розробку робочих програм ОК. Оскільки здобувачам доступні Положення та РП ОК через сайт, ці документи забезпечують зрозумілість та прозорість КЗ та критеріїв оцінювання досягнення РН здобувачами. КЗ ОПП проводяться у формі поточного та підсумкового контролів для дисциплін, захисту звітів з практики, курсових робіт та кваліфікаційної роботи. Час проведення КЗ за чвертями та семестрами міститься у графіку навчального процесу на сайті НТУ «ДП», <https://cutt.ly/7ExDGFS>. Чіткість, зрозумілість та прозорість КЗ та критеріїв оцінювання навчальних досягнень для здобувачів досягається через силабуси ОК <https://cutt.ly/MWojGsJ>, у яких у зрозумілій та доступній для сприйняття формі зазначено перелік КЗ, що формують поточну успішність та підсумкове оцінювання. Це особливо зручно для прозорості поточного і підсумкового контролю. Також на початку кожної ОК викладач знайомить здобувачів не тільки з формами поточного контролю, але й завданнями підсумкової комплексної КР. Детальніше завдання окремих занять ОК пояснюються та повторюються під час занять. Зрозумілість завдань досягається також через формулювання самих РН, які цими завданнями контролюються, на основі використання дієслів з таксономії Блума .

## **Яким чином і у які строки інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання доводяться до здобувачів вищої освіти?**

До початку прийому на ОПП загальні дані щодо форм КЗ та критерії оцінювання оприлюднюються на сайті (кафедри) університету в описі ОПП, Положенні про організацію освітнього процесу та Положенні про оцінювання результатів навчання. На сайті кафедри до початку занять оприлюднюються робочі програми і силабуси дисциплін, де конкретизовані КЗ, завдання, бали та критерії оцінювання для занять. Графік навчального процесу з тижнями КЗ розміщено на сайті НТУ «ДП». На першому занятті викладач пояснює здобувачам силабус, КЗ і критерії оцінювання рівня сформованості дисциплінарних компетентностей, демонструє формат білетів підсумкової контрольної роботи. Ця вимога закріплена у зазначених Положеннях. Протягом вивчення дисципліни деталі завдань, їх зв'язок з РН та критерії оцінювання нагадуються здобувачам викладачем на заняттях. Протягом навчання силабуси доступні для здобувачів у дистанційній платформі Moodle та групі ОК у Teams. На сайті кафедри <https://mk.nmu.org.ua/ua/> розміщується інформація щодо атестації, оцінювання передатестаційної практики.

## **Яким чином форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти (за наявності)?**

У СВО спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти передбачено, що атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Ця робота передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Обсяг та структура роботи наведена в Методичних вказівках до підготовки кваліфікаційної роботи здобувачів за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, ОП «Маркетинг», <https://cutt.ly/hETAS2o> Процес атестації, порядок створення екзаменаційних комісій, повноваження учасників регулюються Положенням про організацію атестації здобувачів вищої освіти НТУ «ДП» (<https://cutt.ly/rWokxww>). Атестація здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої включаються, як голови, представники роботодавців та їх об'єднань. Кваліфікаційна робота підсумовує досягнення здобувачем як фахових, так і загальних результатів навчання. Кваліфікаційні роботи не можуть містити академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації, є у вільному доступі, перевіряються на наявність плагіату згідно з процедурою, визначеною системою забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти університетом та оприлюднюються в репозиторії, <https://cutt.ly/nEscqoY>. Таким чином, кваліфікаційна робота відповідає вимогам СВО за формою і за змістом.

## **Яким документом ЗВО регулюється процедура проведення контрольних заходів? Яким чином забезпечується його доступність для учасників освітнього процесу?**

Процедура проведення КЗ (термін, дозволені засоби, форма, наявні документи про здобувачів, наявні документи у викладача, перекладання, оскарження оцінки) описана у: Положенні про організацію освітнього процесу <https://cutt.ly/4WolDSO>, Положенні про оцінювання результатів навчання <https://cutt.ly/CWolG3G>, Положенні про проведення практики <https://cutt.ly/XWolJ8U>, Положенні про організацію атестації здобувачів <https://cutt.ly/RWolLAK>. Зазначені документи мають відкритий доступ для усіх учасників процесу. Процедуру проведення КЗ винесено у силабуси ОК у відповідному розділі, який доводиться до здобувачів на початку ОК. Оприлюднення навчальних планів і графіку навчального процесу на сайті кафедри і університету дозволяє здобувачам бути обізнаними про терміни проведення КЗ. Моніторинг обізнаності здобувачів щодо поточного контролю здійснюється оперативно під час занять, а підсумкового контролю – ближче до дати його проведення.

## **Яким чином ці процедури забезпечують об'єктивність екзаменаторів? Якими є процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів? Наведіть приклади застосування відповідних процедур на ОП**

Кодекс академічної доброчесності <https://cutt.ly/YWolqXh> проголошує неупереджене поведіння викладачів в освітньому процесі та мотивує їх об'єктивність як екзаменаторів. Положення про організацію освітнього процесу, про оцінювання РН зазначають прозорість оцінювання результатів здобувачів як основу об'єктивності. У силабусах ОК надано критерії, типи завдань, оцінки, бали поточного контролю. Здобувачу повідомляється формат білетів контрольної роботи. Бали завдань враховують їх складність. В усіх КЗ визначено час на їх виконання. Індивідуальні КЗ мають письмовий/електронний вигляд, що, при необхідності, дозволяє довести рівень досягнення здобувачем ПР. Захист звітів, презентації, командні роботи є публічними. Дозволяється підвищення оцінки та перекладання комісії. Кодекс доброчесності передбачає оскарження здобувачем оцінки. У разі конфліктів між здобувачами та викладачами або конфлікту інтересів діють Положення про порядок застосування заходів з врегулювання конфліктів та спорів (суперечок) у діяльності співробітників та студентів НТУ «Дніпровська політехніка» (<https://cutt.ly/xWozoVa>) та Положення про порядок застосування заходів з врегулювання конфлікту інтересів у діяльності посадових осіб НТУ «Дніпровська політехніка» (<https://cutt.ly/KWozgMA>). Випадків конфліктів інтересів на ОП не було.

## **Яким чином процедури ЗВО урегулюють порядок повторного проходження контрольних заходів? Наведіть приклади застосування відповідних правил на ОП**

Згідно Положенню про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» (<https://cutt.ly/oWozQxG>) повторний підсумковий контроль з дисципліни при оцінці «незадовільно» може бути до 2 разів. Здобувач може виправити оцінку й не допустити академічної

заборгованості протягом 1 місяця після сесії згідно графіку навчального процесу. Графік перескладань формується після сесії. Вперше здобувач перескладає викладачу дисципліни. Вдруге – комісії: викладачу дисципліни, зав. кафедри, представнику деканату/іншому викладачеві кафедри. Рішення комісії є остаточним. У разі підтвердження комісією оцінки «незадовільно» або неявки здобувача без поважних причин, комісія сповіщає декана факультету для підготовки наказу ректора про відрахування здобувача за академічну неуспішність або визначення умов повторного вивчення цієї дисципліни. Повторне проходження практик без поважних причин та повторний захист кваліфікаційної роботи не допускається (щодо атестації існує можливість допуску до представлення роботи протягом 3 років). Повторне вивчення здобувачем дисциплін одночасно з навчанням за індивідуальним навчальним планом за двома формами навчання допускаються лише на договірних умовах (загальним обсягом таких дисциплін – не більше 15 кредитів ЄКТС). Процедура перескладання дисциплін з метою ліквідації академічної заборгованості трапляється у 25-30%. Інформація щодо прикладів проходження контрольних заходів в додаткову сесію зберігається в деканаті .

### **Яким чином процедури ЗВО урегулюють порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів? Наведіть приклади застосування відповідних правил на ОП**

Відповідно до Кодексу академічної доброчесності <https://cutt.ly/YWol9Xh> у випадку виникнення сумнівів у здобувача щодо справедливості оцінювання результатів навчання, здобувач має право подати письмову скаргу до деканату з вимогою переглянути отриманий результат. Після отримання письмової скарги декан створює Комісію з академічної доброчесності у складі трьох фахових спеціалістів з компетентностей, що розглядаються в конкретній навчальній дисципліні, а також трьох представників студентського самоврядування факультету. Викладач, на якого подано скаргу, не бере участі у роботі комісії. На даній ОПП таких випадків не було зафіксовано. На сайті НТУ «ДП» розміщено Положення про порядок застосування заходів з врегулювання конфліктів та спорів (суперечок) у діяльності співробітників та студентів НТУ «Дніпровська політехніка» (<https://cutt.ly/xWozoVa>), в якому встановлюється можливість залучення до вирішення конфліктів посередників (медіаторів). Інформація про можливість та порядок оскарження результатів проведення КЗ міститься у силабусах ОК, які доводяться до здобувачів на початку ОК та розміщено на сайті кафедри .

### **Які документи ЗВО містять політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності?**

Формування та розвиток культури академічної доброчесності є одним із пріоритетів НТУ «ДП». Основними документами НТУ «ДП», які містять політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності є Кодекс академічної доброчесності, Політика забезпечення якості вищої освіти, Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти НТУ «ДП» та інші документи, що розміщені на сторінці Відділу внутрішнього забезпечення якості вищої освіти <https://cutt.ly/NWoxuFk>; Положення про порядок застосування заходів з врегулювання конфлікту інтересів у діяльності посадових осіб НТУ «ДП». Також інформація про академічну доброчесність з посиланням на відповідні документи повідомляється здобувачам через силабуси освітніх компонентів, так і окремо (<https://cutt.ly/7Ecg2KR>) на сайті кафедри.

### **Які технологічні рішення використовуються на ОП як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності?**

Шляхи протидії є у Кодексі академічної доброчесності, Положенні про запобігання та виявлення плагіату (<https://cutt.ly/tWoxgUw>) , Антикорупційній програмі (<https://cutt.ly/hWoxAh7>). В НТУ «ДП» є постійна Комісія з етики та ситуативна Комісія з доброчесності. Текстові збіги у рукописах здобувачів виявляються викладачем; у завданнях, які подаються у е-формі – за допомогою ADVEGO, ANTIPLAGIAT.NET. У спірних випадках Комісії використовують UNICHECK. З грудня 2020 р. НТУ «ДП» долучився до системи Strikeplagiarism.com. Після виявлення збігів, фабрикації, фальсифікації робота повертається на доопрацювання. Кваліфікаційні роботи на текстові збіги перевіряє відповідальний викладач кафедри або керівник кваліфікаційної роботи, про що надає здобувачу довідку. Після повторного виявлення > 40% збігів, фабрикації тощо викладачі кафедри експертно оцінюють факт недоброчесності. При його підтвердженні робота оцінюється у 0 балів. Після цього Комісії визначають міру відповідальності здобувача. Спірні питання розглядаються у Комісіях. Щорічно кваліфікаційні роботи на дотримання формальних вимог вибірково перевіряє відділ Внутрішнього забезпечення якості, після чого здійснюються адміністративні заходи. Роботи оприлюднені у репозиторії на сайті ЗВО <http://ir.nmu.org.ua/>. Наукові праці викладачів і здобувачів також перевіряються і оприлюднюються. Антикорупційна програма забороняє хабарництво та приписує негайно повідомляти про це керівнику або Уповноваженому НТУ «ДП» .

### **Яким чином ЗВО популяризує академічну доброчесність серед здобувачів вищої освіти ОП?**

У популяризації доброчесності на ОПП є позитивна динаміка. Раніше про неможливість списування повідомлялося здобувачам на початку викладання дисципліни та нагадувалося під час контрольних заходів. У 2017 викладачі ОПП почали вибірково перевіряти на текстові збіги творчі роботи та розбирати ці кейси зі здобувачами. У 2019-2020 рр. викладачі ОПП проходили вебінари і семінари з академічної доброчесності (інформація на сторінках викладачів <https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/teachers.php/>), було проведено творчий конкурс плакатів про академічну доброчесність. З 2020 р. в ОК «Методологія та організація економічних наукових досліджень» додано тему з академічної доброчесності. На першому занятті кожної ОК ОПП викладач нагадує здобувачам про академічну доброчесність. Творчі роботи обов'язково перевіряються на текстові збіги, фабрикацію, фальсифікацію та повертаються на доопрацювання. За оригінальність ідей присвоюються бали. Методи викладання мотивують творчість здобувачів замість копіювання. На сторінках кафедри у соцмережах з'являються тематичні пости. Відділ внутрішнього забезпечення якості освіти регулярно анонімно опитує здобувачів та викладачів щодо академічної доброчесності. На сайт кафедри також розміщена рубрика «Академічна доброчесність», де здобувачі

ознайомлюються з її принципами .

### **Яким чином ЗВО реагує на порушення академічної доброчесності? Наведіть приклади відповідних ситуацій щодо здобувачів вищої освіти відповідної ОП**

Про випадки порушення вимог Антикорупційної програми НТУ «ДП» учасники освітнього процесу зобов'язані повідомити Уповноваженого НТУ «ДП». Плагіат, фабрикації, фальсифікації спочатку виявляються експертно викладачем, який повертає роботу здобувачу на доопрацювання. Після повторного виявлення текстових збігів > 40%, фабрикації або фальсифікації, викладачі кафедри аналізують цей факт і при його підтвердженні оцінюють роботу в 0 балів. Далі згідно Кодексу академічної доброчесності здобувач несе відповідальність: повторне виконання роботи іншої теми, повторне вивчення дисципліни, відрахування, позбавлення стипендії, пільг з оплати навчання, надання академічної довідки замість диплому у випадку з кваліфікаційною роботою, що вирішують Комісії з доброчесності факультету та НТУ «ДП». Після виявлення ознак недоброчесності у роботі здобувача кафедра: 1) повідомляє здобувача про нульову оцінку та можливість звернутися до Комісії, 2) зберігає роботу, 3) інформує здобувача про зниження максимальної оцінки у разі повторного виконання роботи або вивчення дисципліни. Регулярно виявляється списування, за що робота оцінюється у 0 балів, дозволяється інший варіант роботи, а оцінка знижується. Якщо робота здобувача ґрунтується на запозиченнях з неналежним цитуванням, то оцінка знижується за недосягнення ПР .

## **6. Людські ресурси**

### **Яким чином під час конкурсного добору викладачів ОП забезпечується необхідний рівень їх професіоналізму?**

Професіоналізм викладачів, як умова реалізації ОПП, оцінюється при доборі за показниками педагогічно-методичної, наукової, міжнародної активності згідно Ліцензійних умов. Кваліфікаційні вимоги і порядок оцінки відповідності та добору кандидатів містить Положення про порядок проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників НТУ «ДП» та укладання з ними трудових договорів (контрактів) <https://cutt.ly/8WNNIPX> Для залучення широкого кола претендентів оголошення про вакантні посади розміщуються на сайті НТУ «ДП» та у газеті «ЗОРЯ». Спочатку кандидатури розглядаються на засіданнях кафедри за участю здобувачів. Після обговорення відповідності кандидатур дисциплінам ОПП члени кафедри таємно голосують. Результати таємного голосування кафедри передаються до конкурсної комісії НТУ «ДП», яка встановлює відповідність вимогам законодавства. На посаду доцента кандидатури голосуються вченою радою факультету, а на посаду професора – вченою Радою НТУ «ДП». З переможцем укладається строковий контракт з показниками професійної активності на термін контракту. Крім загальних професійних вимог до кандидатів з боку кафедри висуваються вимоги щодо професіоналізму потенційних викладачів: досвіду викладацької і практичної роботи, тренінгової діяльності, участь у професійних об'єднаннях. Стратегічною лінією розвитку кафедри є відбір майбутніх викладачів серед кращих випускників кафедри та фахівців УАМ, ГО «Інноваційний університет». Отже, забезпечується необхідний рівень професіоналізму викладачів на ОП.

### **Опишіть, із посиланням на конкретні приклади, яким чином ЗВО залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу**

На ОПП роботодавці залучені до її розробки та рецензування (надані рецензії: ГО «УАМ», Лілік І.В., Президент Асоціації; ТОВ «Алмаз Мотор ЛТД», Рибаківа Н.В., заст. керівника відділу продаж по роботі з корпоративними клієнтами; ТОВ «Укр Експорт Сервіс», директор І.Г. Снігівкер, <https://cutt.ly/FEcfG2S>). Вони приймають здобувачів на практику, радять обрання тем курсових, кваліфікаційних робіт, надають доступ до опису їх маркетингової діяльності, на основі яких здобувач проводить аналіз та пропонує удосконалення управління маркетингом. Екзаменаційну комісію очолює фахівець-практик, роботодавець у сфері маркетингу – директор з маркетингу ТОВ «Торгова Група «ТНП», О.Є. Резніченко. Проводяться зустрічі з роботодавцями у рамках Дня кар'єри у НТУ «ДП», семінарів, вебінарів, конференцій кафедри (з директором ТОВ «Укр Експорт Сервіс» І.Г. Снігівкером, деканом Київської бізнес-школи, М. Крикуновим; маркетологом компанії Nasyrova Consulting, С. Насировою; CEO, фаундером IT-стартапу Periodix, Д. Ясинським, маркетологом Limited Liability Company, І. Кокаревим, <https://cutt.ly/jWN4zoh>, <https://cutt.ly/hWN4vIM>, <https://cutt.ly/IWN7SI5>). Здобувачам вчасно повідомляються запити роботодавців на професійні вакансії. Кафедра опрацьовує можливість дуальної освіти з ТОВ «МаслоТрейд», ТОВ «Алмаз Мотор ЛТД». З діючими та потенційними роботодавцями укладено угоди про співпрацю, <https://cutt.ly/GEcdRdX> . На ОПП склалася традиція неформальної мережі випускників-«роботодавців», які надають поради здобувачам або випускникам цієї ОПП.

### **Опишіть, із посиланням на конкретні приклади, яким чином ЗВО залучає до аудиторних занять на ОП професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців**

Викладачі кафедри Палехова Л.Л., Яцентюк С.В., практикують консультування з маркетингу компаній. Безугла Л.Л. має досвід практичної роботи менеджером з реалізації туристичних послуг в ПрАТ «Гамалія», ФОП Дворнікова Ю.О. / ТК «Юмі-трєвел». На кафедрі працюють викладачі, що є начальником відділу маркетингу НТУ «ДП»: Куваєва Т.В. (від 18.01.2021), Пілова К.П. (2018-2020), які впроваджують практичні маркетингові навички в освітній процес. Професіонали-практики, експерти галузі, представники роботодавців активно залучаються до роботи студентського наукового гуртка «Еврика маркетингу», проведення вебінарів, семінарів. Так, здобувачі ОП приймали



участь в зустрічах-тренінгах з Олександром & Наталією Трубіними - співзасновниками: IP-телефонії Nextel; e-chat (<https://cutt.ly/LWMMRRer>). Ці стейкхолдери залучаються до: захистів кваліфікаційних робіт; участі у Днях кар'єри, ярмарках можливостей; виступів на бізнес-форумах і конференціях (<https://cutt.ly/5ERYLz1>); рецензування та внесення пропозицій щодо опису ОП (<https://cutt.ly/hEckJAH>); консультування кваліфікаційних робіт та керування практикою. 22.06.2021 відбулася зустріч з директором ТОВ «Укр Експорт Сервіс», І.Г.Снітвікером, тема: «Практичні аспекти експортної діяльності, міжнародного маркетингу», НТУ «ДП», Colibri, <https://cutt.ly/7Ech7Yu>. У 2019-2021 р.р. практикувалися окремі лекції, практики, зустрічі з фахівцями-практиками (головним маркетологом компанії Міністерство дверей, випускницею цієї ОП 2015 Є. Журовою, директором HR управління корпорації «Ольвія» Оленою Цебіною).

### **Опишіть, яким чином ЗВО сприяє професійному розвитку викладачів ОП? Наведіть конкретні приклади такого сприяння**

Система професійного розвитку НТУ «ДП» передбачає стажування у вітчизняних та закордонних установах-партнерах обов'язково 1 раз на 5 років; ОПП має кадровий паспорт та програму розвитку і підвищення кваліфікації викладачів; діє Міжгалузевий навчально-науковий інститут безперервної освіти); 06.10.2020 відкрито Центр професійного розвитку персоналу <https://cutt.ly/uWMOj3S>, <https://cutt.ly/gEcvRkf>. Постійно проводяться тренінги: з Університетом Грінченка, НАПН, Фондом «Відродження» з питань педагогічної майстерності; з НАЗЯВО із забезпечення якості; з Національним Erasmus офісом, Американськими Радами, British Council з інтернаціоналізації. У березні 2021 завідувач кафедри провів вебінар «Особливості акредитації освітніх програм здобувачів PhD. Засади і комунікаційне забезпечення академічної і дослідницької доброчесності» <https://cutt.ly/FWMJLtsd>, 06.02-03.04.2021 взяв участь у підвищенні кваліфікації за програмою «Акредитація освітніх програм третього рівня вищої освіти. Дослідницька доброчесність». Викладачі підвищують мовну підготовку в лінгвістичних центрах НТУ «ДП» та безкоштовно на курсах кафедри іноземних мов. В ЗВО діє Положення про підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників, <https://cutt.ly/XWMPcTI>. Рівень професіоналізму викладачів визначається через опитування здобувачів, звіти на кафедрі за виконання контракту, при обранні на посаду, оцінці відповідності ліцензійним умовам.

### **Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності**

В НТУ «ДП» створена система стимулювання розвитку та визнання викладацької майстерності, наукової та міжнародної активності й інших досягнень викладачів у фаховій сфері. Преміювання та матеріальна допомога НПП здійснюється згідно «Положення про преміювання та надання матеріальної допомоги». Розмір премії встановлюється відповідно специфіки і важливості виконуваної роботи, особистого внеску в кінцевий результат діяльності університету. Матеріальна допомога надається НПП раз на рік на оздоровлення до щорічної відпустки, при важкому матеріальному стані, тривалому лікуванні тощо. За багаторічну бездоганну працю, високі досягнення у діяльності університету, що спрямовані на підвищення рейтингу НТУ «ДП», присвоюються нагороди та почесні звання: Медалі Терпигорєва О.М.; Динника О.М.; Писаржевського Л.В.; «За відданість університету», «За заслуги», «Срібна медаль»; «Знак вдячності»; «Почесний доктор»; «Заслужений професор»; «Заслужений науковець»; «Заслужений викладач»; «Заслужений працівник»; Почесний диплом; Подяка ректора; Цінний подарунок. Вимоги до кандидатів регламентуються «Положенням про нагороди та почесні звання» <https://cutt.ly/aWMNgFt>. За особливі досягнення НПП можуть бути представлені до державних нагород. Протягом 2018-2021 рр. викладачі кафедри отримали: Палехова Л.Л. – «Срібна медаль», Палехова Л.Л., Пілова К.П. – медаль «За відданість університету», Шинкаренко Н.В. – медаль «Знак вдячності», Касян С.Я., Палехова Л.Л., Шинкаренко Н.В. – почесні дипломи, подяки.

## **7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси**

### **Продемонструйте, яким чином фінансові та матеріально-технічні ресурси (бібліотека, інша інфраструктура, обладнання тощо), а також навчально-методичне забезпечення ОП забезпечують досягнення визначених ОП цілей та програмних результатів навчання?**

Освітня діяльність за ОПП забезпечується необхідними фінансовими ресурсами та матеріально-технічною базою НТУ «ДП», що забезпечує досягнення визначених ОП цілей та ПРН. Коворкінг простори Colibri, Unica, навчальні корпуси з сучасними лекційними аудиторіями, аудиторії для проведення практичних занять, бібліотека, спортивні зали, медпункт, футбольне поле, система харчування, студентське містечко та безкоштовний Wi-Fi реалізують мету ОПП, яка базується на принципах академічної доброчесності, загальнолюдських цінностей, національної маркетингової ідентичності. Бібліотека (найстаріша у місті) надає доступ до національної та міжнародної інформації. Діє сумісний освітньо-науковий проєкт «Бібліотечка маркетолога» разом з ВГО «Українська Асоціація Маркетингу». Науково-технічна бібліотека – кафедра маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка», <https://cutt.ly/yWjDQVM>, <https://cutt.ly/oWjDEEC>

Предметна аудиторія кафедри 4/93, пристосована для класичних лекцій та тимблдингу, обладнана відео-, аудіо-, WiFi. Заняття зі студентами також відбуваються в комп'ютерних класах, де забезпечено доступ до Moodle, Microsoft Office, у т.ч. Teams. Методичне забезпечення дозволяє здобувачам досягти РН ОПП, оскільки доступне на сторінках ОК в Moodle/Teams для всіх видів занять; алгоритмізує дії здобувачів та мотивує їх творчість у самостійному навчанні та виконанні завдань; включає пакети Microsoft Office, містить рекомендації до читання фахової періодики, у т.ч. через репозиторій ЗВО; містить роботу з первинними маркетинговими документами

## **Продемонструйте, яким чином освітнє середовище, створене у ЗВО, дозволяє задовольнити потреби та інтереси здобувачів вищої освіти ОП? Які заходи вживаються ЗВО задля виявлення і врахування цих потреб та інтересів?**

Потреби здобувачів ОП виявляються через опитування та їх пряму комунікацію. Є анкета якості ОК, яка розроблена викладачами кафедри з відкритим полем для пропозицій здобувачів, <https://cutt.ly/iQCHzmi>; сервіс факультету Q4U для виявлення їх інтересів, база корпор. пошти співробітників, куди можна надати свої пропозиції. Анкетування щодо потреб здобувачів проводить відділ внутрішнього забезпечення якості, <https://cutt.ly/hQCJegb>. Про потреби здобувачі заявляють старості або куратору, який радить механізм їх задоволення. Діє Рада студентів НТУ «ДП», <https://cutt.ly/iWHPo4h> та факультету, яка є розробником багатьох заходів, зокрема Дня першокурсника. Дизайн коворкінг-просторів обирався конкурсом серед проєктів здобувачів. У складі Вчених рад усіх рівнів, ректорату, стипенд. комісії є здобувачі. В ОП ураховано потреби здобувачів у формуванні навичок soft skills. При гібридному навчанні їх думка є вирішальною при обранні форматів занять. Здобувачі мають вільний доступ до інфраструктури ЗВО та інформ. ресурсів (Moodle, Teams, баз Scopus та WoS, бібліотека). Задля вдосконалення набутих знань і умінь здобувачі ОП беруть участь у проєктах кафедри: діяльності Індустріального гендерного комітету з реклами, Х Зимовий школі, Бранденбурзький технічний унів-тет Коттбус-Зенфтенберг - БТУ (Німеччина) за підтримки DAAD, В. Пономарьова, гр. 075м-20-1, <https://cutt.ly/HEnwvzO>. Підтримується спілкування зі здобувачами через Telegram-канали, веб-сторінки кафедри та у FB, Instagram. На кафедрі є науковий гурток, проводяться наук. конференції тощо

## **Опишіть, яким чином ЗВО забезпечує безпечність освітнього середовища для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти (включаючи психічне здоров'я)?**

Статут та Стратегія розвитку НТУ «ДП» передбачає безпечні й нешкідливі умови навчання, праці та побуту, здоровий спосіб життя здобувачів. Стан приміщень відповідає вимогам законодавства з охорони праці та промислової безпеки. Наказом ректора призначено осіб, відповідальних за охорону праці в навчальних приміщеннях та визначені їх функціональні обов'язки. Це забезпечує системний підхід у створенні безпечних і нешкідливих умов освітнього процесу. Вживаються заходи збереження життя та здоров'я здобувачів під час відпочинку, зборів та екскурсій. Для здобувачів проводяться інструктажі з охорони праці та безпеки життєдіяльності з фіксацією у відповідних журналах. Вживаються заходи зі збереження життя та здоров'я студентів під час практик, зборів та екскурсій. З весни 2020 р. у ЗВО діє масковий режим, зберігається дистанція, наявні санітаїзери у приміщеннях. Кураторами регулярно проводяться співбесіди із запобігання захворювання на COVID-19. Для захисту психічного здоров'я в НТУ «ДП» діє соціально-психологічна служба

## **Опишіть механізми освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти? Яким є рівень задоволеності здобувачів вищої освіти цією підтримкою відповідно до результатів опитувань?**

Комунікація зі здобувачами ОПП відбувається з усіх питань з куратором, старостою, викладачами під час консультацій та виховної роботи. За потреби комунікація продовжується на рівні гаранта, завідувача кафедри, декана, директора інституту, інших підрозділів. Крім особистого спілкування, найпопулярнішим каналом комунікації за результатами опитування здобувачів є чати груп Viber, WhatsApp, Telegram, сторінки кафедри у Facebook, Instagram, корпоративна пошта викладачів, сторінки ОК на платформі Moodle, Teams, а також директ з викладачами у зазначених додатках.

Важливою формою підтримки здобувачів є робота кураторів, які протягом терміну навчання є комунікаторами щодо організації навчання, виховання та поліпшення побуту здобувачів, надають консультації у розв'язанні навчальних та життєвих проблем. Інтереси здобувачів представляє староста академічної групи, яка/який уповноважена/ий доводити до групи управлінські рішення деканату, ректорату, вчених рад тощо, взаємодіяти зі структурними підрозділами ЗВО, куратором, деканом факультету, органами студентського самоврядування. Є анкета оцінки сервісів університету, внутрішньої атмосфери ЗВО, яка розроблена викладачами кафедри, <https://cutt.ly/qEYTEdp>.

Регулярно практикуються зустрічі здобувачів з представниками адміністрації, іншими стейкхолдерами. Інформаційні дні з питань міжнародних проєктів та мобільності проводить міжнародний відділ НТУ «ДП», <https://cutt.ly/JWHTaaZ>. Студентське самоврядування співпрацює з адміністрацією НТУ «ДП» з отримання інформаційної, юридичної допомоги тощо. Інформація щодо освітньої, міжнародної, наукової діяльності, важливі події, анонси заходів висвітлюються на сайті університету та у соцмережах, <https://cutt.ly/SEnyajZ>, <https://cutt.ly/qElyhoU>. Для консультативної підтримки здобувачів долучаються випускники та роботодавці, що беруть участь в обговореннях на конференціях кафедри «Majesty of Marketing» (<https://cutt.ly/FEny8pE>), гуртка «Єврика маркетингу» (<https://cutt.ly/6EYRnp3>), де вони діляться власним досвідом роботи.

НТУ «ДП» сприяє підвищенню життєвого рівня здобувачів і морально та матеріально заохочує їх за досягнення в навчанні, науковій, спортивній та громадській роботі. Профспілковий комітет надає здобувачам-членам профспілки матеріальну допомогу на оздоровлення та вирішення соціально-побутових проблем; підтримує спортивні турніри, встановлює іменні призи, надає фінансову допомогу спортсменам, учасникам художньої самодіяльності, організовує відвідування здобувачами театрів міста. Здобувачі забезпечуються безоплатним користуванням інформаційними фондами, навчальною, науковою та спортивною базами ЗВО. Іногороднім здобувачам надається гуртожиток на період навчання. Завдяки цій підтримці щодня здобувачі отримують інформацію, реалізують свої ініціативи, оздоровлюються, підвищується соціально-побутовий рівень. Опитування здобувачів показало про 90% задоволення їх цією підтримкою, <https://cutt.ly/hEynyV8>

## **Яким чином ЗВО створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами? Наведіть посилання на конкретні приклади створення таких умов на ОП**

## **(якщо такі були)**

В університеті створені достатні умови для реалізації права на освіту особам з особливими освітніми потребами. Це зазначається в «Правилах прийому», «Положенні про організацію освітнього процесу», що розміщені на сайті університету. У подальшому для реалізації прав таких осіб створюються умови для здобуття ними освіти з урахуванням їх індивідуальних потреб, можливостей, здібностей та інтересів; надаються пільги і соціальні гарантії згідно законодавства. Дії працівників НТУ «ДП» щодо забезпечення зручного перебування та якісного обслуговування в університеті осіб, які потребують допомоги, визначені у «Порядку супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення в НТУ «ДП», <https://cutt.ly/fQCNJJc>. Формування умов для здобуття якісної освіти спрямоване на: поширення доступу до якісної вищої освіти з використанням сучасних інформаційних технологій; реалізацію індивідуального підходу до процесу навчання; формування у студентів університету позитивного ставлення до осіб з особливими освітніми потребами тощо. Соціально-психологічна служба НТУ «ДП» надає консультації, допомагає в адаптації в освітньому середовищі. Основні входи до НТУ «ДП» обладнані пандусами. На ОПП здобувачі з особливими потребами не навчаються

## **Яким чином у ЗВО визначено політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (включаючи пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією)? Яким чином забезпечується їх доступність політики та процедур врегулювання для учасників освітнього процесу? Якою є практика їх застосування під час реалізації ОП?**

В НТУ «ДП» побудована система виявлення, протидії та запобігання корупції, врегулювання конфліктних ситуацій, у т.ч. пов'язаних із сексуальними домаганнями та дискримінацією. Регулюють ці питання Статут НТУ «ДП» (наказ МОН України від 03.11.2020, № 1363), <https://cutt.ly/bEnpieX>; Антикорупційна програма від 2017; Положення про порядок застосування заходів з врегулювання конфліктів та спорів (суперечок) у діяльності співробітників та студентів НТУ «ДП» 2019, <https://cutt.ly/jEnpxme>; Положення щодо протидії булінгу (цькуванню) у НТУ «ДП» 2019, <https://cutt.ly/FEpnnR>; Положення про політику попередження і боротьби із сексуальними домаганнями у НТУ «ДП» 2019, <https://cutt.ly/5EnpWEg>; Положення про порядок застосування заходів з врегулювання конфлікту інтересів у діяльності посадових осіб НТУ «ДП» 2019, <https://cutt.ly/EEpTYh>. Ці документи розміщено у відкритому доступі для здобувачів, викладачів та інших стейкхолдерів на сайті НТУ «ДП». Антикорупційна програма визначає правила і процедури щодо виявлення, протидії та запобігання корупції не нижчі передбачених ЗУ «Про запобігання корупції» та Типовою антикорупційною програмою Нацагентства з питань запобігання корупції. Положенням про політику попередження і боротьби із сексуальними домаганнями в університеті засуджується гендерне насильство, у т.ч. сексуальні домагання на робочому місці та в освітньому процесі. В НТУ «ДП» діє постійна комісія з попередження і боротьби із сексуальними домаганнями. До неї або до ректора або до голови Ради студентів можна звернутися письмово зі скаргою. Метою Положення щодо протидії булінгу (цькуванню) в НТУ «ДП» є поліпшення психологічної атмосфери освітнього процесу, формування негативного ставлення до булінгу, захист психологічного здоров'я і соціального благополуччя усіх його учасників. Основними функціями протидії булінгу є: діагностика, корекція, профілактика, психологічна просвіта. Свідок булінгу має звернутися до ректора, який призначає відповідну комісію, що розглядає факти конфлікту. У разі встановлення факту саме булінгу. Про порушення правил Антикорупційної програми НТУ «ДП» та вчинення правопорушень за процедурою необхідно повідомити Уповноваженого НТУ «ДП» з нагляду та контролю за дотриманням Антикорупційної програми. Конфліктних ситуацій, пов'язаних з сексуальними домаганнями, булінгом, іншими причинами, корупцією у здобувачів та викладачів, що навчаються за ОПП не виникало. Тому досвіду, який би підлягав аналізу та виявленню шляхів підвищення ефективності процедур вирішення цих конфліктів, не було. Відбуваються кураторські години зі здобувачами із зазначених питань.

За період реалізації ОПП «Маркетинг» випадків звернень щодо вирішення конфліктної ситуації (у тому числі пов'язаних із сексуальними домаганнями, корупцією, дискримінацією) зафіксовано не було

## **8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми**

### **Яким документом ЗВО регулюються процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП? Наведіть посилання на цей документ, оприлюднений у відкритому доступі в мережі Інтернет**

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм в університеті регулюють наступні документи: «Положення про навчально-методичне забезпечення освітнього процесу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», «Положення про раду із забезпечення якості освітньої діяльності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», «Положення про гарантії освітньої програми Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», Положення про організацію освітнього процесу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка». Відповідно до Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту» та Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності всі документи розміщені на офіційному сайті НТУ «Дніпровська політехніка» за посиланням: <http://surl.li/rcai>

### **Опишіть, яким чином та з якою періодичністю відбувається перегляд ОП? Які зміни були внесені до ОП за результатами останнього перегляду, чим вони були обґрунтовані?**

ОПП розробляється робочою групою, обговорюється на засіданні випускової кафедри, НМК зі спеціальності 075 «Маркетинг», погоджується відділом внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, навчально-методичним відділом і Центром моніторингу знань та тестування. Для розгляду пропозицій кафедр щодо започаткування

освітніх програм наказом ректора створена відповідна комісія, яка враховує кадрове забезпечення ОПП, рецензії-відгуки роботодавців, висновки попередньої експертизи, що проводиться провідними фахівцями відповідної галузі. Після розгляду ОПП затверджується Вченою радою університету. Учасниками моніторингу ОПП є зовнішні та внутрішні стейкхолдери, адміністрація університету. На підставі результатів діагностування змісту дисциплін навчального плану, який є складовою програми, формуються пропозиції щодо відповідних змін. Згідно з практикою університету, моніторинг освітніх програм відбувається шляхом анкетування здобувачів освіти та збору їхніх пропозицій стосовно можливостей удосконалення змісту освітніх програм, проведення засідань методичної комісії зі спеціальності у розширеному форматі із залученням представників здобувачів освіти з числа тих, хто навчається за даною ОПП, а також випускників, представників роботодавців. Наступним етапом є розгляд викладених пропозицій на засіданнях кафедр, де обговорюються пропозиції здобувачів освіти, випускників та роботодавців, розглядаються варіанти удосконалення структурно-логічної схеми викладання дисциплін, змісту освітніх програм і робочих програм навчальних дисциплін. На підставі цих пропозицій кафедри вносять зміни до освітніх програм. Під час розробки ОПП Маркетинг 2021 року членами робочої групи та НМК за спеціальністю 075 Маркетинг (протокол №7 від 18.03.2021 р.) були враховані пропозиції директора ТОВ «Укр Експорт Сервіс», Снітківера І.Г.; президента ГО «Українська асоціація маркетингу», к.е.н. Лилик І.В.; заступника керівника відділу продаж по роботі з корпоративними клієнтами ТОВ «Алмаз Мотор ЛТД», Рибакіної Н.В.; завідувача кафедри промислового маркетингу Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», д.ф.м.н. Солнцева С.О.; завідувача кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», д.е.н. Федорченка А.В. На підставі оновленої ОП кафедрою розробляється новий навчальний план, що визначає зміст навчання, порядок опанування освітніх компонентів тощо. За результатами роботи робочою групою було конкретизовано окремі освітні компоненти, скореговано матрицю відповідності загальних та фахових компетентностей і результатів навчання окремим освітнім компонентам, удосконалено структурно-логічну схему ОП. За результатами опитування здобувачів ВО та аналізу рекомендацій стейкхолдерів уточнено зміст вибіркового дисциплін з урахуванням галузевих і регіональних аспектів ринку праці

### **Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, як здобувачі вищої освіти залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості, а їх позиція береться до уваги під час перегляду ОП**

Принципи студентоцентрованого навчання передбачають урахування пропозицій здобувачів щодо змісту освіти, тому студенти приймають безпосередню участь в удосконаленні ОПП. Вони вже під час вибору спеціальності мають доступ до перегляду ОПП на сайті. Пропозиції студентів щодо удосконалення ОПП приймаються під час освітнього процесу шляхом спілкування з викладачами кафедр та адміністрацією ФЕФ, ННІЕ. Під час розробки ОПП здобувачі освіти, які входять до складу вчених рад ФЕФ, ННІЕ, мали змогу поставити свої питання та надати пропозиції щодо змісту ОПП на засіданнях вчених рад, науково-методичної комісії спеціальності 075 Маркетинг, тощо. Студентка гр. 075м-20-1 ФЕФ Пономарьова В.С. входить до складу робочої групи з розгляду пропозицій викладачів кафедр щодо переліку вибіркового навчальних дисциплін студентами, відповідно до вимог «Положення про формування переліку та обрання навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти НТУ «ДП». Результати перегляду ОП здобувачами обговорюються на засіданнях кафедри (протокол №14 від 14.04.2021). Результати формування здобувачами вибіркового складової навчання свідчать про зацікавленість у дисциплінах, запропонованих планом. Після аналізу сформованих індивідуальних планів магістрів здійснюється корегування ОПП. Зворотній зв'язок від здобувачів забезпечується опитуваннями. Зміст анкет розроблено викладачами за консультативною підтримкою ВВЗЯВО та представників студентського самоврядування ФЕФ, ННІЕ, <https://cutt.ly/NEU9m5>

### **Яким чином студентське самоврядування бере участь у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОП**

Відповідно до Статуту університету та «Положення про Факультет (інститут)» представники студентського самоврядування беруть участь в процесах і процедурах, пов'язаних із внутрішнім забезпеченням якості вищої освіти, а саме: в обговоренні та вирішенні питань з удосконалення освітнього процесу, науково-дослідної роботи, у заходах щодо забезпечення якості освіти; вносять пропозиції щодо змісту ОК, навчальних планів і ОПП. Одним з механізмів підвищення якості вищої освіти є залучення представників студентського самоврядування до роботи в органах колегіального управління. До складу вченої ради ФЕФ входить голова ради студентського самоврядування факультету, Катерина Денисенко. Питання створення, затвердження, реалізації та періодичного перегляду ОПП розглядаються на засіданні вченої ради, і тому представники органів студентського самоврядування беруть участь в процесах внутрішнього забезпечення якості ОПП, що реалізуються на ФЕФ. Забезпечення якості навчання у контексті формування ОПП здійснюється студентським самоврядуванням завдяки участі його представників у засіданнях науково-методичної комісії зі спеціальності 075 Маркетинг (обговорення та вирішення питань з удосконалення освітнього процесу, внесення пропозицій щодо змісту навчальних дисциплін) і в спільній діяльності з відділом внутрішнього забезпечення якості вищої освіти університету

### **Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, як роботодавці безпосередньо або через свої об'єднання залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості**

Інституційні форми залучення роботодавців до процесу періодичного перегляду ОПП та інші процедури забезпечення її якості: дистанційний моніторинг змісту програми та пропозиції щодо її удосконалення (<http://surl.li/aghzy>). Відгук на зміст ОПП Жиленко Г.М. враховано під час перегляду ОПП у 2020 р. Рекомендації рецензентів Снітківера І.Г., Лилик І.В., Рибакіної Н.В., Солнцева С.О. та Федорченка А.В. ураховані під час перегляду ОПП у 2021 р. За час реалізації ОПП були налагоджені такі види співпраці з роботодавцями: залучення

представників роботодавців до проведення вебінарів, семінарів, виступів на студентських конференціях, керівництво практиками, консультування кваліфікаційних робіт, рецензування ОК та ОПП. Під час вебінарів, конференцій у жовтні-грудні 2020, січні, березні, травні 2021 із залученням провідних фахівців України, Польщі та Німеччини як з академічного сектору, так і підприємств у рамках проєкту NESEFF та у співробітництві між Технічно-гуманітарною академією в Білску-Бялей, Вищою школою Фінансів і Права в Білску-Бялей, Бранденбурзьким технічним університетом Коттбус-Зенфтенберг - БТУ та НТУ «ДП», відбулося обговорення ОПП 2021 року. Зауважено, що ОП відповідає практичним потребам, зокрема високотехнологічних компаній. Додатковим зв'язком з роботодавцями є робота Клубу випускників кафедри, <https://cutt.ly/jEmrWCQ>, якому вже більше 18 років, коли випускники кафедри, а нині керівники підприємств та підрозділів надають рекомендації та пропозиції щодо удосконалення ОП

### **Опишіть практику збирання та врахування інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП**

В університеті діє Асоціація випускників (ГО «Асоціація випускників Національного гірничого університету»), яка об'єднує випускників усіх факультетів НТУ «ДП». Щорічно відбувається традиційна зустріч випускників, під час якої проводиться опитування щодо їх працевлаштування та кар'єрного шляху. На сайті університету створено сторінку Асоціації (<http://surl.li/aghms>), яка надає можливість зворотного зв'язку з випускниками. Для сприяння працевлаштуванню на підприємства України щорічно розсилаються електронні листи з пропозицією працевлаштування випускників університету. В університеті організовуються зустрічі студентів і випускників з потенційними роботодавцями.

За ініціативою здобувачів вищої освіти з метою допомоги при працевлаштуванні та професійної орієнтації у 2018 р. створено «Студентську службу працевлаштування та професійної орієнтації», яка проводить ярмарки вакансій, прес-конференції на телеканалах тощо. На кафедрі діє Клуб випускників, <https://cutt.ly/DEMyMow>, де збирається інформація щодо кар'єрного зростання, особливостей реалізації в професії, останніх тенденцій на ринку праці. Випускники ОПП Маркетинг залучені до роботи за фахом у такі компанії, як ТОВ «Алюмікс Україна», ТОВ «Алмаз Мотор ЛТД», компанія «Comfy», Корпорація Біосфера, АТ КБ Приватбанк, Мережа дитячих магазинів «MUrplay», АТ «АКБ «КОНКОРД» та ін. Під час щорічної зустрічі випускників відбувається обговорення професійних обов'язків маркетолога та їх подальше врахування під час обговорення ОПП

### **Які недоліки в ОП та/або освітній діяльності з реалізації ОП були виявлені у ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості за час її реалізації? Яким чином система забезпечення якості ЗВО відреагувала на ці недоліки?**

Згідно з «Положенням про організацію освітнього процесу НТУ «ДП», внутрішнє забезпечення якості освіти в університеті реалізується через такі заходи: 1) здійснення моніторингу і періодичний перегляд ОПП з метою забезпечення їх якості завдяки: послідовному дотриманню визначених процедур розроблення, затвердження, моніторингу і періодичного перегляду; залученню здобувачів як партнерів безпосередньо та через органи студентського самоврядування до процесу періодичного перегляду ОПП; урахуванню позицій здобувачів ВО під час перегляду ОПП; залученню роботодавців як партнерів безпосередньо та через свої об'єднання до процесу періодичного перегляду ОПП; збиранню, аналізу і врахуванню інформації щодо кар'єрного шляху випускників ОП; вчасному реагуванню на виявлені недоліки в ОПП та освітній діяльності з їх реалізації; урахуванню під час перегляду ОПП результатів зовнішнього забезпечення якості ВО; формуванню культури якості, що сприяє постійному розвитку ОП та освітньої діяльності за цими програмами та іншим процедурам забезпечення їх якості; 2) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками університету та здобувачами ВО. З метою реалізації зазначених процедур постійно проводяться: самоаналіз стану підготовки фахівців (формування контингенту студентів; кадрове, матеріально-технічне, організаційне, навчально-методичне та інформаційне забезпечення підготовки фахівців тощо); аналіз успішності та якості знань студентів; анкетування студентів (щорічно); оновлення РП навчальних дисциплін з обов'язковим їх обговоренням на засіданнях кафедри та зазначенням ресурсів, наявних у фондах бібліотеки.

Так, згідно Наказу №128 а-г від 13.05.2021 «Про готовність кафедр до 2021-2022 н.р.» згідно Розпорядження по ФЕФ створена комісія для перевірки наявності документації кафедр. За результатом її діяльності виявлені та усунені такі проблемні моменти функціонування ОП:

- дооформлено титульні листи до робочих програм ОК, а саме внесено підписи та дати затвердження на засіданні кафедри. Доопрацьовані РП представлено на сайті кафедри;

- оновлено інформацію на сайті кафедри: розміщено ОПП та навчальні плани для здобувачів всіх років вступу, а також РП, силабуси за всіма ОК 2021/2022 н.р.;

- доопрацьовано звіти викладачів про виконання всіх видів робіт індивідуального плану в умовах карантину.

Окрім регулярних перевірок ступеня готовності кафедр до навчального року, НМК спеціальності 075 Маркетинг оцінює сильні та слабкі сторони ОП. Створена система опитування на рівні університету (<https://cutt.ly/UEmh5Yh>), кафедри (<https://cutt.ly/uEmh388>). Їхні результати аналізуються на засіданнях кафедри, вченої ради факультету та ректорату і є приводом для вдосконалення ОП. Відмітимо, що кафедра в освітній діяльності, керується як внутрішніми вимогами до забезпечення якості вищої освіти, так і зовнішніми, проводячи аналіз ОП інших вітчизняних та зарубіжних університетів, використовуючи систему громадського обговорення ОП та відстежуючи сучасні тренди ринку праці

### **Продемонструйте, що результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти беруться до уваги під час удосконалення ОП. Яким чином зауваження та пропозиції з останньої акредитації та акредитацій інших ОП були ураховані під час удосконалення цієї ОП?**

ОПП проходить первинну акредитацію, тому зауваження та пропозиції відсутні. Але академічна спільнота НТУ «ДП» працює на поліпшення внутрішньої системи забезпечення якості. Тому під час удосконалення ОПП

Маркетинг було взято до уваги досвід акредитацій інших ОПП, який прозоро висвітлюється на сайті НТУ «ДП» (<https://cutt.ly/nEmnOKq>) та під час засідань НАЗЯВО. Було враховано рекомендації щодо реалізації процесів забезпечення якості, які надавалися під час тренінгів, вебінарів та статей-порад у соцмережах. Так, було переглянуто цілі ОПП та узгоджено їх з місією та стратегією НТУ «ДП», сформульовано унікальність ОПП на основі більш глибокого всебічного аналізу. Перехід у забезпеченні якості до студентоцентричного підходу зумовив перехід від робочих програм ОК на більш «дружні» до студента силабуси.

Рекомендації з розробки силабусів було взято до уваги та запропоновано вибірковість окремих завдань у межах занять ОК, а також абсолютну вибірковість дисциплін на засадах Liberal Arts замість блочного вибору. Для забезпечення відповідності ОП новітнім тенденціям у сфері маркетингової освіти, робоча група проводить постійний моніторинг магістерських програм вітчизняних та іноземних ЗВО. Унаслідок щорічно переглядається варіативна складова навчальних планів, що дозволяє за маркетинговим підходом своєчасно виводити з навчальних планів дисципліни, що вже не заплановані і впроваджувати маркетингові цифрові і високотехнологічні курси. Змінений підхід до збору думок здобувачів через анкетування розширив можливості ОПП враховувати пропозиції студентів, оскільки анкети є анонімними та електронними. Процес перегляду та затвердження ОПП приведено у відповідність з регламентом, визначеним Положенням про організацію освітнього процесу та Положенням про навчально-методичне забезпечення освітнього процесу (<http://surl.li/rbky>). На кафедрі інтенсивно залучаються роботодавці до навчального процесу, що відображено в Плані залучення роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу на ОП Маркетинг у 2021-2022 н.р., <https://cutt.ly/TEYSopc>. Активація проектів неформальної освіти та відповідні зауваження попередніх акредитацій спрямували зусилля ЗВО на розробку регламенту визнання РН. Також в університеті розроблено Положення про гаранта, створено єдиний реєстр договорів з роботодавцями, створено Центр професійного розвитку персоналу (<https://cutt.ly/3EmmpaL>), а також запроваджено цикл тренінгів для гарантів освітніх програм

### **Опишіть, яким чином учасники академічної спільноти змістовно залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП?**

Академічна спільнота університету має можливість брати участь в обговореннях усіх без виключення проектів документів внутрішньої нормативно-правової бази університету. Відкритість та прозорість забезпечується проведенням семінарів, конференцій, засідань у межах кафедри, науково-методичної комісії, університету тощо. У роботі НМК з метою удосконалення змісту освіти брали участь внутрішні стейкхолдери (академічна спільнота НТУ «ДП»). Щотижнево проводяться ректорати та щомісячно – засідання Вченої ради університету, системно працює кадрова комісія. У сукупності це зумовлює безперервний інформаційний простір для вдосконалення якості освіти, забезпечення вимог здобувачів вищої освіти. В університеті створено можливості для неформального спілкування та командної роботи учасників освітнього процесу (коворкінги, простір бібліотеки), а також активно використовуються засоби комунікації (соціальні мережі) різних цільових груп. Активне використання різноманітних каналів і засобів інформування колективу університету, поряд з неофіційними каналами спілкування, сприяє спільній колективній роботі. Учасники академічної спільноти, які мають досвід застосування процедур внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, за результатами стажувань, тренінгів, підвищень кваліфікації, міжнародної академічної мобільності, участі у відповідних комісіях тощо поширюють набутий досвід серед НПП і здобувачів шляхом організації семінарів, презентацій та круглих столів

### **Опишіть розподіл відповідальності між різними структурними підрозділами ЗВО у контексті здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти**

Політика внутрішнього забезпечення якості освіти в університеті здійснюється відповідно до «Стратегії та плану розвитку університету до 2026 року», Закону України «Про вищу освіту», рішень Вченої ради університету, а також Європейських вимог з управління якістю освіти. Планування, організація, регулювання та контроль за процесами і процедурами внутрішнього забезпечення якості освіти перебуває в зоні відповідальності наступних структурних підрозділів: відділ внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, науково-методичний відділ, навчальний відділ, лабораторія соціологічних досліджень, рада з якості вищої освіти. Розподіл функціональних обов'язків, повноважень та прав цих підрозділів, а також алгоритм їх взаємодії, викладені у відповідних Положеннях, що розміщені на сайті Університету (<http://surl.li/gcai/>). Результатом діяльності у сфері внутрішнього забезпечення якості освіти є отримання НТУ «Дніпровська політехніка» «Сертифікату системи управління якістю» від Дніпропетровського регіонального державного науково-технічного центру стандартизації, метрології та сертифікації» ДП «Дніпростандартметрологія» («UA.80073.QMS.286-19, дійсний до 26.06.2022 р.)

## **9. Прозорість і публічність**

### **Якими документами ЗВО регулюється права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу? Яким чином забезпечується їх доступність для учасників освітнього процесу?**

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу регулюються наступними документами ЗВО:

Статут НТУ «Дніпровська політехніка», <https://cutt.ly/JQGw5vx>

Положення про організацію освітнього процесу <https://cutt.ly/pQGwSoz>

Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка», <https://cutt.ly/zQGwHi1>

Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти, <https://cutt.ly/oQGwLXC>

Положення про організацію атестації здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка», <https://cutt.ly/GQGwCWx>

Правила внутрішнього трудового розпорядку, <https://cutt.ly/4QGwBXJ>

Прозорість, доступність та обізнаність щодо прав та обов'язків учасників освітнього процесу забезпечуються завдяки розміщенню цих документів на офіційному веб-сайті університету в розділі: Установчі документи та положення ([http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us\\_documents/](http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/)).

**Наведіть посилання на веб-сторінку, яка містить інформацію про оприлюднення на офіційному веб-сайті ЗВО відповідного проекту з метою отримання зауважень та пропозиції заінтересованих сторін (стейкхолдерів). Адреса веб-сторінки**

<https://www.nmu.org.ua/ua/study/eduprogdisc.php>

**Наведіть посилання на оприлюднену у відкритому доступі в мережі Інтернет інформацію про освітню програму (включаючи її цілі, очікувані результати навчання та компоненти)**

Затверджені освітні програми оприлюднюються на офіційному веб-сайті університету за посиланням, [https://www.nmu.org.ua/ua/content/infrastructure/structural\\_divisions/science\\_met\\_dep/educational\\_programs/](https://www.nmu.org.ua/ua/content/infrastructure/structural_divisions/science_met_dep/educational_programs/)  
ОПП «Маркетинг» оприлюднені на сайті кафедри, [https://mk.nmu.org.ua/ua/opp/osvitnyo\\_profesiyni\\_programma\\_magistr.php](https://mk.nmu.org.ua/ua/opp/osvitnyo_profesiyni_programma_magistr.php)

## 11. Перспективи подальшого розвитку ОП

**Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?**

На основі заданих критеріїв оцінювання, вимог профільного законодавства, стандартів і принципів забезпечення якості, що існують в Європейському просторі вищої освіти; мети програми, сформульованої із фокусом на підготовку магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення та компетенціями, здатних розв'язувати складні завдання і проблеми у сфері маркетингу, можна виокремити такі сильні сторони ОПП: 1. ОПП відповідає тенденціям розвитку спеціальності, ринку праці; враховує галузевий і регіональний контекст, досвід аналогічних вітчизняних та іноземних ОПП. 2. Правила прийому та правила визнання результатів навчання за ОПП є чіткими, прозорими і зрозумілими. 3. ОПП базується на використанні інноваційних технологій активного навчання; має чіткі цілі та оригінальність, які відповідають місії і стратегії розвитку НТУ «Дніпровська політехніка». 4. Форми навчання і викладання є студентоцентрикованими, забезпечують академічні свободи, базуються на основі найновіших досягнень і сучасних практик викладання та проведення досліджень у сфері маркетингу. 5. ОПП передбачає практичну підготовку здобувачів та набуття ними необхідних hard skills та soft skills навичок. 6. Форми контрольних заходів і критерії оцінювання знань оприлюднюються заздалегідь і дають можливість об'єктивно встановити рівень досягнення студентами результатів навчання. 7. Академічна та професійна кваліфікації НПП, задіяних в реалізації ОПП, забезпечує досягнення визначених програмою цілей та ПРН. До освітнього процесу за ОПП залучаються роботодавці, лідери думок у сфері маркетингу. 8. Широкі можливості для здобувачів щодо участі у практичних заходах із залученням стейкхолдерів. 9. Університет має чітку систему розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОПП за рахунок урахування рекомендацій всіх стейкхолдерів. 10. Система управління якістю послуг у сфері вищої освіти НТУ «ДП» відповідає вимогам ДСТУ ISO 9001:2015 «Система управління якістю», що підтверджено відповідним сертифікатом. 11. Можливість навчання/стажування для студентів-маркетологів за програмами академічної мобільності в партнерських університетах ЄС.  
Слабкі сторони ОПП: 1. Сприяти залученню більшої кількості здобувачів до академічної мобільності, а також додатковому розвитку у студентів соціальних навичок (soft skills). 2. Сприяти залученню роботодавців, професіоналів-практиків, фахівців галузі до проведення аудиторних і практичних занять. 3. Продовжити практику залучення до робочої групи з розробки ОПП представників роботодавців і студентів. 4. Продовжити роботу з оновлення матеріально-технічного забезпечення ОПП. 5. Реалізувати процедуру вивчення попиту ринку праці на фахівців спеціальності та моніторинг вимог для успішного працевлаштування випускників. 6. Посилити профорієнтаційну роботу з залучення здобувачів освіти для навчання за ОПП Маркетинг. 7. Активізувати роботу із впровадження підготовки здобувачів вищої освіти за дуальною формою на замовлення підприємств .

**Якими є перспективи розвитку ОП упродовж найближчих 3 років? Які конкретні заходи ЗВО планує здійснити задля реалізації цих перспектив?**

Освітня складова ОПП Маркетинг підлягає постійному оновленню та модернізації у відповідності до сучасних тенденцій розвитку ринку та маркетингу, що передбачає обов'язковий її перегляд. Розвиток ОПП «Маркетинг» в цілому планується в контексті засад та заходів, визначених Стратегією розвитку НТУ «ДП» до 2026 року. Він повинен базуватися на використанні потенціалу університету.

Основними перспективами розвитку ОПП «Маркетинг» є забезпечення підприємств кваліфікованими кадрами, які здатні застосовувати ефективні методи, процедури і моделі управління маркетинговою діяльністю підприємств в умовах невизначеності й стрімкої діджиталізації взаємодії. Для цього проводиться залучення досвіду освітян, науковців і професіоналів з метою ефективного використання інноваційних досягнень теорії та практики в сфері високотехнологічного маркетингу, нових маркетингових концепцій, технологій та інструментів у межах політики сталого розвитку з урахуванням свідомої поведінки і соціальної відповідальності.

Для підвищення ефективності реалізації ОПП застосовуються наступні заходи: активна співпраця з бізнес-середовищем та експертами у сфері маркетингу (у т.ч. залучення зовнішніх стейкхолдерів до викладання вибіркових дисциплін з урахуванням вимог чинного законодавства); покращення індивідуальної мобільності учасників ОПП;

розроблення міждисциплінарних практичних курсів; розширення викладання освітніх компонент ОПП англійською мовою, що сприятиме підвищенню академічної мобільності здобувачів вищої освіти; залучення до освітнього процесу іноземних студентів і викладачів у сфері маркетингу; збільшення застосування інформаційних і комунікаційних технологій в освітній процес; підсилення конкурентоспроможності випускників на міжнародному ринку праці; взаємодія з іноземними партнерами в рамках програми «Подвійний диплом»; поліпшення міжнародної академічної мобільності здобувачів завдяки участі у семестрових програмах академічного обміну в ЗВО ЄС; розширення переліку дисциплін вільного вибору, які дозволять розвивати міждисциплінарні компетентності маркетингової творчості з урахуванням рекомендації випускників; розроблення підручників і навчальних посібників, у т.ч. мовами країн ЄС; моніторинг вимог до успішного працевлаштування випускників та ін. Для здійснення цих завдань НТУ «ДП» протягом наступних 3-х років планує посилити міжнародну партнерську взаємодію із ЗВО, організаціями та установами ЄС у рамках договорів про співробітництво. Реалізація зазначених заходів дозволить підвищити якість підготовки фахівців за ОПП.

### **Запевнення**

Запевняємо, що уся інформація, наведена у відомостях та доданих до них матеріалах, є достовірною.

Гарантуємо, що ЗВО за запитом експертної групи надасть будь-які документи та додаткову інформацію, яка стосується освітньої програми та/або освітньої діяльності за цією освітньою програмою.

Надаємо згоду на опрацювання та оприлюднення цих відомостей про самооцінювання та усіх доданих до них матеріалів у повному обсязі у відкритому доступі.

Додатки:

*Таблиця 1.* Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

*Таблиця 2.* Зведена інформація про викладачів ОП

*Таблиця 3.* Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання

\*\*\*

Шляхом підписання цього документа запевняю, що я належним чином уповноважений на здійснення такої дії від імені закладу вищої освіти та за потреби надам документ, який посвідчує ці повноваження.

*Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом/кваліфікованою електронною печаткою.*

Інформація про КЕП

**ПІБ: Павличенко Артем Володимирович**

Дата: 29.09.2021 р.



**Таблиця 1.** Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

| Назва освітнього компонента   | Вид компонента          | Силабус або інші навчально-методичні матеріали                       |   | Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*  |
|---|-------------------------|--|---|--|
|   |                         | Назва файла  | Хеш файла                                     |  |
| Курсовий проект з Маркетингового стратегічного управління                 | курсова робота (проект) | <i>Курсовий проект з Маркетингового стратегічного управління.pdf</i> | Q9bWpLqoPTev+f9YSeHfyxeY9wkGAY96X9BkZmpo1s=   | Активований акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунки Microsoft Office: Teams, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Google Forms, Google Analytic.   |
| Методологія та організація економічних наукових досліджень                | навчальна дисципліна    | <i>Силабус Методологія та організація економ наук досліджень.pdf</i> | yEbsEy/N/qYM52hZ/HHXT6o7OunmPfM3jkFRfkaGhH8=  | Активований акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунки Microsoft Office: Teams, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Мультимедійне обладнання: проектор, ноутбук. Підключена аудиторія до Wi-Fi.                  |
| Маркетинговий менеджмент  | навчальна дисципліна    | <i>Силабус Маркетинговий менеджмент.pdf</i>                          | re9BjzAxBk+timCmMvT7ZGQ7WobeV+zRoqX16J8eU8I=  | Активований акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунки Microsoft Office: Teams, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Мультимедійне обладнання: проектор, ноутбук. Підключена аудиторія до Wi-Fi.                  |
| Маркетингове стратегічне управління                                       | навчальна дисципліна    | <i>Силабус Маркетингове стратегічне управління.pdf</i>               | IvY2Hnhn6/Bwsa3Yz356tXLa22/FrrWgNf8+bWxfI8I=  | Активований акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунки Microsoft Office: Teams, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Мультимедійне обладнання: проектор, ноутбук. Підключена аудиторія до Wi-Fi.                  |
| Іноземна мова для професійної діяльності (англійська/німецька/французька) | навчальна дисципліна    | <i>Силабус Іноземна мова.pdf</i>                                     | tuRxcjE/2VxKXAHqQYlxEGF5oX99owxr nU18cZpGZGM= | Активований акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунки Microsoft Office: Teams, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Мультимедійне обладнання: проектор, ноутбук. Підключена аудиторія до Wi-Fi.                  |
| Економічне обґрунтування маркетингових рішень                             | навчальна дисципліна    | <i>Силабус Економічне обґрунтування маркетингових рішень.pdf</i>     | cerzy2zrZkWuhcFezmGquo2RozLCmPILCws10y4rud4=  | Активований акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунки Microsoft Office: Teams, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point), Google Analytic. Мультимедійне обладнання: проектор, ноутбук. Підключена аудиторія до Wi-Fi. |
| Соціальна відповідальність бізнесу  | навчальна дисципліна    | <i>Силабус Соціальна відповідальність бізнесу.pdf</i>                | uLaRflxJFLbzCESIbqR7HPP/2TKVxZnImyVlUsTe3lo=  | Активований акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунки Microsoft  |

|   |                         |  |  |   |
|---|-------------------------|--|--|---|
|   |                         |  |  | Office: Teams, Moodle, Zoom.<br>Паке́т програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point).<br>Мультимедійне обладнання: проектор, ноутбук. Підключена аудиторія до Wi-Fi.  |
| Маркетинг стартап-проектів  | навчальна дисципліна    | <i>Силабус Маркетинг стартап проектів.pdf</i>                            | FgIKJYhdojSvLLvOzdVYyq5vqbCiOAVe9EkYmqQ4U=   | Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунок Microsoft Office: Teams, Moodle, Zoom. Паке́т програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point).<br>Мультимедійне обладнання: проектор, ноутбук. Підключена аудиторія до Wi-Fi. Під час занять використовується ресурс Mentimeter ( <a href="https://www.mentimeter.com/">https://www.mentimeter.com/</a> ).<br>Інстальована на гаджетах програма Kahoot! |
| Маркетинг взаємодії і партнерських відносин                       | навчальна дисципліна    | <i>Силабус Маркетинг взаємодії і партнерських відносин.pdf</i>           | HjE9Uqjzy7cCl/MKybBpjuWSNJueWWf9f2o+DsZmu3Y= | Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунок Microsoft Office: Teams, Moodle, Zoom. Паке́т програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point).<br>Мультимедійне обладнання: проектор, ноутбук. Підключена аудиторія до Wi-Fi. Під час занять використовується ресурс Mentimeter ( <a href="https://www.mentimeter.com/">https://www.mentimeter.com/</a> ).<br>Інстальована на гаджетах програма Kahoot! |
| Курсовий проект з економічного обґрунтування маркетингових рішень | курсова робота (проект) | <i>Курсовий проект Економічне обґрунтування маркетингових рішень.pdf</i> | BkXypCRaw49x2q59V4LtdvjM6l/IhL9pELPkj+tvGs=  | Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунок Microsoft Office: Teams, Moodle, Zoom. Паке́т програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Google Forms, Google Analytic.   |
| Передатестаційна практика   | практика                | <i>Методичні вказівки з передатестаційної практики.pdf</i>               | LiAVyCqexb4UEYU/iLUeD5JgHIQSAUW2Mz7ES/rIrkQ= | Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунок Microsoft Office: Teams, Moodle, Zoom. Паке́т програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Google Forms, Google Analytic.   |
| Виконання кваліфікаційної роботи                                  | підсумкова атестація    | <i>Методичні вказівки до кваліфікаційної роботи.pdf</i>                  | QtAYmti+nrfkglDzWkQ+tuOIS2wde3oKf3ZAGgLPHME= | Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p@ntu.one) на Microsoft Office 365. Застосунок Microsoft Office: Teams, Moodle, Zoom. Паке́т програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Google Forms, Google Analytic.   |

\* наводяться відомості, як мінімум, щодо наявності відповідного матеріально-технічного забезпечення, його достатності для реалізації ОП; для обладнання/устаткування – також кількість, рік введення в експлуатацію, рік останнього ремонту; для програмного забезпечення – також кількість ліцензій та версія програмного забезпечення

**Таблиця 2.** Зведена інформація про викладачів ОП

| ІД викладача | ПІБ | Посада | Структурний підрозділ | Кваліфікація викладача | Стаж | Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на | Обґрунтування |
|--------------|-----|--------|-----------------------|------------------------|------|--|---------------|
|--------------|-----|--------|-----------------------|------------------------|------|--|---------------|

|        |                          |                     |                                 |   |    | ОП                                  |   |
|--------|--------------------------|---------------------|---------------------------------|---|----|-------------------------------------|---|
| 381440 | Пілова Катерина Петрівна | доцент, Сумісництво | Фінансово-економічний факультет | Диплом спеціаліста, Національна гірничо академія України, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050104 Фінанси | 18 | Маркетингове стратегічне управління | <p>Диплом спеціаліста НР №11587326 від 25.06.1999 р. Національна гірничо академія України, спеціальність: 050104 "Фінанси".</p> <p>Диплом к.е.н., спеціальність 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами, ДК №033055 від 09.03.2006 р. Аттестат доцента кафедри маркетингу 12ДЦ № 025705 від 01.07.2011</p> <p>Підвищення кваліфікації:</p> <p>1. Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля». Строк стажування з 26.03.18 р. по 18.05.18 р. згідно з наказом № 32 від 22.03.2018 р. Довідка про підсумки стажування № 479 від 21.05.2018 р.</p> <p>2. T-Update – тренінговий центр. Тренінг «Інтерактивні методи у викладання» 07-08.02.2020 р. (18 годин). Сертифікат № 47/2020</p> <p>3. Бескидська асоціація екологічного виробництва та туризму Best Proeko (Польща). Освітньо-наукове стажування (форма віддалена) з 01.05.2021 р. по 07.08.2021 р. в обов'язі (180 год). Посвідчення № 151/SN/15.</p> <p>4. Тренінг «Гарант освітньої програми» НТУ «Дніпровська політехніка» (30 годин) 03-17.09.2021 р. Сертифікат № ЗКЦПРО2070743-001-41.</p> <p>Публікації:</p> <p>1. Пілова К.П. Обґрунтування та вибір стратегії комунікаційної політики промислового підприємства та технологій її реалізації / Маркетингова стратегія підприємства в умовах нестабільності ринків : монографія / Т.Б. Решетілова, К.М. Ковтун, Т.В. Куваєва, Ю.М. Макуха, Л.Л. Палехова, К.П.</p> |

Пілова, О.В. Сердюк, Т.М. Чумаченко, Н.В. Шинкаренко; за ред. Т.Б. Решетілової // М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Дніпро: НГУ. 2017. С. 37-45. [Digital source]. Access, 26.09.2021: <http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/153087>

2. Решетілова Т., Дронова Т., Пілова К. Формування маркетингових комунікаційних каналів для просування інноваційних товарів на промисловому ринку. Актуальні аспекти розвитку суб'єктів підприємництва в умовах глобальної економіки : моногр. / за заг. ред. Т. Гринько. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2021. С. 142-152. [Digital source]. Access, 26.09.2021: [http://www.confcontact.com/2021-kolektyvna-monographiya/kolektyvna\\_monographiya\\_2021\\_\\_maket.pdf](http://www.confcontact.com/2021-kolektyvna-monographiya/kolektyvna_monographiya_2021__maket.pdf)

3. Kuvaieva T.V., Pilova K.P. Forms of organization of production activity of enterprises in terms of probabilistic nature of demand. Scientific Bulletin of National Mining University. 2021. Issue 4. P. 177-184 (наукометрична база Scopus, Index Copernicus)

4. Куваєва Т.В., Пілова К.П., Магеррамова І.А. Етика маркетингу та соціальна відповідальність як основа побудови клієнтоорієнтованої стратегії підприємства. Економіка та суспільство. 2021. № 29. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/542> DOI: 10.32782/2524-0072/2021-29-1.

5. Kuvaieva T., Shynkarenko N., Pilova K. B2B digital marketing communications research during the Covid 19 pandemic. Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law, Poland (ASEJ). 2021. Vol. 25 No. 1. 2021. P.

|        |                     |   |                                 |   |    |                            |   |
|--------|---------------------|---|---------------------------------|---|----|----------------------------|---|
|        |                     |   |                                 |   |    |                            | <p>5-8. [Digital source]. Access, 21.09.2021: <a href="https://asej.eu/index.php/asej/article/view/561/506">https://asej.eu/index.php/asej/article/view/561/506</a>, <a href="https://asej.eu/index.php/asej">https://asej.eu/index.php/asej</a> ISSN 2543-9103; eISSN 2543-411X.</p> <p>6. Пілова К. П., Касян С. Я., Куц В. І. Маркетингове управління, аналіз цін та формування комунікаційної стратегії магазину. Економічний простір: Збірник наукових праць. № 170. Дніпро: ПДАБА. 2021. С. 48-54.</p> <p>7. Безугла Л.С., Пілова К.П., Макуха Ю. М. Стратегія блакитного океану як інноваційний вектор розвитку бізнес-структур. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 4, Том 3. С.95-99. [Digital source]. Access, 26.09.2021: <a href="http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/08/2020-43-16.pdf">http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/08/2020-43-16.pdf</a></p> |
| 347906 | Касян Сергій Якович | завідувач кафедру, Основне місце роботи | Фінансово-економічний факультет | <p>Диплом спеціаліста, Український державний хіміко-технологічний університет, рік закінчення: 1998, спеціальність: 0501 Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 000348, виданий 10.11.2011, Атестат доцента 12ДЦ 038143, виданий 03.04.2014</p> | 19 | Маркетинг стартап-проектів | <p>Підвищення кваліфікації:</p> <p>1) Університет митної справи та фінансів. Довідка про підсумки стажування №21/104 від 03.07.2018 р. Строк стажування з 30.05.2018 р. по 30.06.2018 р. відповідно до наказу від 31.05.2018р. №316-к.</p> <p>2) П Зимова школа Української Асоціації Дослідників Освіти «Європейські індикатори якості освітніх досліджень», Co-funded by the Erasmus + Programme of the European Union. Сертифікат участі з підготовкою мікропроєкту і звіту на тему «Аналіз європейських індикаторів якості освітніх програм ЗВО України», 48 год. Строк стажування з 23.01.2019 р. по 28.01.2019 р.</p> <p>3) Тренінг з підготовки експертів із забезпечення якості вищої освіти у рамках проєктів «Формування мережі експертів із забезпечення якості вищої освіти» та «Нова система акредитації як засіб</p>  |

забезпечення якості та подолання корупції у вищій освіті» Інституту вищої освіти НАПН України, НТУ «Дніпровська політехніка». Сертифікат участі. Строк стажування: Березень-квітень 2019 р.

4) Тренінговий центр T-Update, НТУ «Дніпровська політехніка». Сертифікат №37/2020 щодо участі у тренінгу «Інтерактивні методи викладання». 18 годин., 07-08 лютого 2020 р., м. Дніпро

5) Благодійний фонд «Міжнародний фонд досліджень освітньої політики», Рада молодих учених при Міністерстві освіти і науки України, Громадська організація «Інноваційний університет». Сертифікат щодо участі у підвищенні кваліфікації за програмою «Акредитація освітніх програм третього рівня вищої освіти. Дослідницька доброчесність». 120 годин / 4 кредити ЄКТС, 06 лютого - 03 квітня 2021 р., м. Київ, Львів, Суми.

6) Бескидська асоціація екологічного виробництва та туризму Best Proeko (Польща). Освітньо-наукове стажування (форма віддалена) з 01.05.2021 р. по 07.08.2021 р. в обсязі (180 год). Посвідчення № 151/SN/18

7) Тренінг «Гарант освітньої програми» НТУ «Дніпровська політехніка» (30 годин) 03-17.09.2021 р. Сертифікат № ЗКЦПРО2070743-001-12

Публікації:

1. Kasian Serhii, Parkhomets Mykola, Pochynok Natalia, Uniat Liudmyla, Matviy Igor, Sybyrka Liudmyla. Business process: modelling based on logistics and management concepts. Studies of Applied Economics. University of Almeria, Spain 2021. Nr 3. Vol. 39 [Електронний ресурс]. Режим доступу,

17.05.2021:  
<http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4523>. Journal Indexed in: Emerging Sources Citation Index, Scopus, EconLit, RePec, Isoc, Latindex, Dialnet, Redalyc. DOI: <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v39i3.4523>

2. Kasian Serhii, Artyukhova Nadiia, Hordienko Vita, Motrechko Vira. Knowledge marketing: M4I-mix model of evaluation. E3S Web of Conferences 307, 03002 (2021) DSDM – 2021. E3S Web of Conferences Volume 307 (2021) International Interdisciplinary Scientific Conference “Digitalisation and Sustainability for Development Management: Economic, Social, and Ecological Aspects” 2021 London, UK, September 11-12, 2021. A. Kwilinski (Ed.) Published online: 22 September 2021. Open access: [https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2021/83/e3sconf\\_dsdm2021\\_03002.pdf](https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2021/83/e3sconf_dsdm2021_03002.pdf), <https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2021/83/contents/contents.html?fbclid=IwAR2vksl-osrDwZV6O1ThKtjeAsHp2spVvLy1Vl5yW-osTRvM3WOzGwbJ6SY> DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202130703002>. Indexed Web of Science

3. Касян С. Я. Просування екологічних, енергозберігаючих інновацій високотехнологічних підприємств у системі холистичного цифрового маркетингу / Promotion of High-Tech Enterprises Environmental, Energy-Saving Innovations in The System of Holistic Digital Marketing. Економічний вісник НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського». 2021. №18. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/237535>

4. Касян С. Я.,

Юферова Д. О. Управління Інтернет-маркетинговими комунікаційними стратегіями високотехнологічних підприємств і стартап-проектів. Економічний простір: Збірник наукових праць. Дніпро: Придніпровська державна академія будівництва та архітектури, Видавничий дім «Гельветика». 2020. №161. С. 36–42 (154 с.). [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.prostir.pda.ba.dp.ua/index.php/journal/article/view/675/657> (Copernicus, Google Scholar). DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/161-6>.

5. Касян С. Я. Енергоощадна поведінка у площині маркетингу стартап-проектів і маркетингової діяльності високотехнологічних підприємств світу. Економічний вісник НТУ «Дніпровська політехніка». 2021. №2. С. 137-151. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/EV20212.pdf>

6. Касян С. Я. Енергоощадна цінність логістичних та комунікаційних детермінант маркетингової діяльності високотехнологічних підприємств в електронному бізнесі: Монографія. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2020. 232 с.

7. Касян С. Я., Лисова Н. О. Маркетингове забезпечення інноваційного розвитку стартапів. 36. наук. праць XIII Всеукр. наук.-практ. конф. «B2B маркетинг». Наукове видання. Секція 4. Маркетинг у сфері високих технологій та стартап-проектів. К. : НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського», 2019. С. 80–81 (124 с.).

8. Касян С. Я. Цифрові інноваційні інструменти маркетингового стратегічного



|        |                              |   |                                 |  |    |   |  |
|--------|------------------------------|---|---------------------------------|--|----|---|--|
|        |                              |   |                                 |  |    | <p>управління стартап-проектами Матеріали ІІ Міжн. наук.-практ. конф. до 90-річ. заснув. ХНТУСГ. «Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток». Харків : ХНТУСГ, 2020. С. 124–127 (330 с.).</p> <p>9. Касян С. Маркетингові комунікаційні і розподільчі стратегії стартап-проектів у площині інноваційних логістичних систем ЄС. Тези доповідей ХІІІ Міжн. наук.-практ. конф. «Маркетинг та логістика в системі менеджменту». Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2020. С. 64–66 (192 с.).</p> |  |
| 173345 | Шаповал Валентина Михайлівна | завідувач кафедри, Основне місце роботи | Фінансово-економічний факультет | <p>Диплом доктора наук ДД 001028, виданий 26.09.2012,</p> <p>Диплом кандидата наук ДК 005777, виданий 09.02.2000,</p> <p>Атестат доцента ДЦ 004815, виданий 20.06.2002,</p> <p>Атестат професора 12ПР 010346, виданий 28.04.2015</p> | 24 | Соціальна відповідальність бізнесу  | <p>Диплом спеціаліста ФА №829420, Дніпропетровський державний аграрний університет, 1991 р., спеціальність «Бухгалтерський облік і аналіз господарської діяльності в сільському господарстві», кваліфікація «Економіст по бухгалтерському обліку в сільському господарстві»</p> <p>Підвищення кваліфікації:<br/> 1. 37th IBIMA International Conference, Member of the International Program Committee, 1–2 April 2021 Cordoba, Spain ISBN: 978-0-9998551-6-4 (IBIMA Conferences are indexed in Scopus since 2005, Engineering Village since 2005, Web of Science since 2006) (certificate <a href="https://u.pcloud.link/publiclink/show?code=kZsmL4XZJXo8kXcjKjhvgy22eVmadjxnX6f7">https://u.pcloud.link/publiclink/show?code=kZsmL4XZJXo8kXcjKjhvgy22eVmadjxnX6f7</a>) (рецензування публікацій з КСВ).<br/> 2. Онлайн-форум «Цифрові трансформації в освіті, бізнесі, ІТ і культурі». ВГО «Українська асоціація спеціалістів з інформаційних технологій» (Україна), 25 березня 2021 р. (сертифікат №ПК-К 21-03/313 від 25.03.2021 р.).</p> |

3. 36th IBIMA International Conference, Member of the International Program Committee, 4–5 November 2020 Granada, Spain ISBN: 978-0-9998551-5-7 (IBIMA Con-ferences are indexed in Scopus since 2005, Engineering Village since 2005, Web of Science since 2006) (certificate <https://u.pcloud.link/publink/show?code=kZsmL4XZJXo8kXcjKjlvgy22eVmadjxnX6f7>) (рецензування публікацій з КСВ)

4. Цикл вебінарів «Інструменти фасилітації для проведення ефективних навчальних заходів в онлайн-форматі». Central European Academy Studies and Certifications (CEASC), ГО «Асоціація проектних менеджерів України» (Бидгощ, Польща; Дніпро, Україна), вересень 2020 р. (сертифікат №1361.20).

5. Онлайн майстер-клас «Скрайбінг. Візуальна комунікація». ГО «Фонд «Професійний розвиток»» (Дніпро, Україна), 05 травня 2020 р. (сертифікат від 05.05.2020 р.).

6. Тренінг-інтенсив «Я – лідер». ODK-Group Company, Dr. Oded Kravtchuk; (Дніпро, Україна), 24 листопада 2019 р. (сертифікат від 24.11.2019 р.).

7. Тренінг-воркшоп «Інтелект продажів». ODK-Group Company, Dr. Oded Kravtchuk; (Дніпро, Україна), 01 вересня 2019 р. (сертифікат від 01.09.2019 р.).

8. Тренінг з підготовки експертів по забезпеченню якості вищої освіти. Проект «Формування мережі експертів по забезпеченню якості вищої освіти»; проект «Нова система акредитації як засіб забезпеченню якості і подолання корупції у вищій освіті». Інститут вищої освіти НАПН України; НТУ «Дніпровська політехніка» (Дніпро,

Україна), березень-квітень 2019 р. (сертифікат).

9. Школа фондів громад. Тренер, експерт щодо створення та функціонування фондів місцевих громад. Благодійний фонд «Фонд громад «Рідня»» (Стрий, Україна, Charles Stewart Mott Foundation (Flint, Michigan USA)., 23–25 січня 2019 р. (сертифікат від 25.01.2019 р.).

10. MeetUp «Технології креативного мислення. «Креативна Країна» – соціально-культурний проект з розвитку креативної економіки та популяризації креативного мислення, Благодійний фонд «Омріяна Країна» (Київ, Україна), 8 грудня 2018 р. (сертифікат від 08.12.2018 р.).

11. Тренінг «Сучасні прийоми викладання для розвитку критичного мислення». Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Проект «Skills Плюс Портал для Лідерства – British Council» (Київ, Україна), 26 квітня 2018 р. (сертифікат від 26.04.2018 р.).

12. Семінар для викладачів «Як викладати КСВ і Цілі сталого розвитку». Центр розвитку корпоративної соціально відповідальності, Інститут вищої освіти Національної академії педагогічних наук України, ПРООН в Україні з питань Цілей сталого розвитку (Київ, Україна), 14 грудня 2017 р. (сертифікат від 14.12.2017 р.).

13. Семінар «Процедури, інструменти та критерії в рамках системи забезпечення якості вищої освіти». Національний ЕРАЗМУС+ Офіс в Україні, Міністерство освіти і науки України, Національна академія педагогічних

наук України (Київ, Україна), 12 вересня 2017 р. (сертифікат від 12.09.2017 р.).

Публікації:

1. Sharoval V., Bieloborodova M., Herasymenko T., Dubrova N., Nechepurenko M. Resource Management of Stakeholders in the Concept of Business Social Responsibility [E-resource]. Proceedings of the 37th Inter-national Business Information Management Association (IBIMA), Cordoba, Spain, 1–2 April, 2021. P. 8536–8544. available at: <https://ibima.org/accepted-paper/40189-2/> ISBN: 978-0-9998551-6-4; U.S.A. Library of Congress: ISSN: 2767-9640 (Web of Science, SCOPUS)
2. Белобородова М.В., Шаповал В.М. Роль зовнішніх факторів у підвищенні інвестиційної привабливості корпоративних підприємств. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2020. №4. Том 1. С. 33–48.
3. Шаповал В.М. Фонди місцевих громад як демократичний інститут сучасного суспільства. Економічний вісник НГУ. 2018. №4(64). С. 33–40.
4. Шаповал В.М., Пашкевич М.С., Герасименко Т.В. Планування сталого розвитку туристичної території (на прикладі Дніпропетровської області). Науковий погляд: економіка та управління. 2017. №2(58). С.170–179.
5. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу як напрям забезпечення соціальної безпеки країни. Сучасні механізми забезпечення соціально-економічної безпеки на макро- та макrorівнях : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції. Дніпро:

Університет митної справи та фінансів, 2017. С. 114–115.

6. Шаповал В.М., Черкавська Т.М., Ащеулова О.М. Проблеми взаємодії держави і бізнесу в сучасних умовах. Розвиток економіки України в умовах глобалізації світового господарства: кол. мон. [За заг. ред. Ю.І. Пилипенка]. Д.: НГУ, 2014. 679 с. (С.123–135).

7. Shapoval V., Pashkevych M. Sustainable development in mining: approaches to implementation in Ukraine. Social Educational Project of Improving Knowledge in Economics. Journal L'Association 1901 «SEPIKE»: Osthofen, Deutschland, Poitiers, France, 2014. Ausgabe 4. P.221–224.

8. Шаповал В.М., Гетьман О.О., Бендасюк О.О. Аналіз концептуальних підходів до проблеми соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності. Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. Т.1. 629 с. (С.80–94.).

9. Шаповал В.М., Черкавська Т.М., Корреа Мануел Анастасіо. Благодійність, як елемент соціальної відповідальності бізнесу. Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2-х т. / за ред. Г.Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. Т.1. 629 с. (С.237–247.).

10. Шаповал В.М. Формування екологічної свідомості як основи екологічної відповідальності / В.М. Шаповал, Волошенюк В.В., Коваленко О.А., Бережна М.В. Соціальна відповідальність влади, бізнесу,

|        |                                 |   |  |   |    |  |  |
|--------|---------------------------------|---|--|---|----|--|--|
|        |                                 |   |  |   |    | <p>громадян :<br/>         монографія : у 2-х т. /<br/>         за заг. ред. Г.Г.<br/>         Півняка ; М-во освіти і<br/>         науки України ; Нац.<br/>         гірн. ун-т. Д. : НГУ,<br/>         2014. Т. 2. 408 с.<br/>         (С.391–401.).<br/>         11. Shapoval V.,<br/>         Berezhna M. Business<br/>         environmental<br/>         responsibility within<br/>         the system of economic<br/>         and social categories.<br/>         Social Educational<br/>         Project of Improving<br/>         Knowledge in Econo-<br/>         mics. Journal L<br/>         'Association 1901<br/>         «SEPIKE»: Osthofen,<br/>         Deutschland, Poitiers,<br/>         France, 2014. Ausgabe<br/>         6. P.160–164.</p> |  |
| 390122 | Безугла<br>Людмила<br>Сергіївна | професор,<br>Основне<br>місце<br>роботи | Фінансово-<br>економічний<br>факультет | <p>Диплом<br/>бакалавра,<br/>Дніпропетровс<br/>ький<br/>державний<br/>аграрний<br/>університет,<br/>рік закінчення:<br/>2007,<br/>спеціальність:<br/>0501<br/>Економіка і<br/>підприємництв<br/>о, Диплом<br/>магістра,<br/>Дніпропетровс<br/>ький<br/>державний<br/>аграрний<br/>університет,<br/>рік закінчення:<br/>2008,<br/>спеціальність:<br/>050108<br/>Маркетинг,<br/>Диплом<br/>доктора наук<br/>ДД 011481,<br/>виданий<br/>20.06.2021,<br/>Диплом<br/>кандидата наук<br/>ДК 003102,<br/>виданий<br/>22.12.2011,<br/>Атестат<br/>доцента 12ДЦ<br/>041177,<br/>виданий<br/>26.02.2015</p> | 12 | <p>Методологія та<br/>організація<br/>економічних<br/>наукових<br/>досліджень</p>  | <p>Підвищення<br/>кваліфікації:<br/>         1. ДНУ ім. Олеса<br/>Гончара, кафедра<br/>економічної теорії та<br/>маркетингу з<br/>22.11.2016-22.12.2016<br/>р. Довідка № 89-400-<br/>119 про підсумки<br/>стажування від<br/>13.01.2017 р.<br/>         2. Департамент освіти<br/>і науки<br/>Дніпропетровської<br/>ОДА, Рада молодих<br/>вчених<br/>Дніпропетровської<br/>області. Школа<br/>молодого вченого –<br/>2017, березень-<br/>травень 2017 року.<br/>«Академічна<br/>добросесність:<br/>проблеми дотримання<br/>та пріоритети<br/>поширення серед<br/>молодих вчених».<br/>Сертифікат №023-<br/>2017 від 22.05.2017 р.<br/>         3. University of Applied<br/>Sciences (UAS) in Nysa,<br/>Poland from 19.10.2020<br/>till 21.01.2021. No. PL-<br/>14/BWM/2020.</p> <p>Публікації:<br/>         1. Koshkalda, I. &amp;<br/>         Bezuhla, L. &amp;<br/>         Nihatova, O. &amp;<br/>         Ichenko, T. (2020).<br/>         Brand as a marketing<br/>         tool for growth in<br/>         organic sales: Evidence<br/>         from Ukraine.<br/>         International Journal of<br/>         Technology<br/>         Management &amp;<br/>         Sustainable<br/>         Development, Volume<br/>         19 Number 3 pp. 297-<br/>         316.<br/>         DOI:<br/> <a href="https://doi.org/10.1386/tmsd_00028_1">https://doi.org/10.1386/tmsd_00028_1</a><br/>         (Scopus)<br/>         2. Olha Maiboroda,</p> |

Liudmyla Bezuhla,  
Andrii Gukaliuk,  
Viktoriia Shymanska,  
Tetiana Momont,  
Tetiana Ilchenko  
(2021). Assessment of  
Perspective  
Development of  
Transport and Logistics  
Systems at Macro and  
Micro Level under the  
Conditions of Industry  
4.0 Integration.  
International Journal of  
Computer Science and  
Network Security, Vol.  
21 No.3, pp. 235-244  
DOI:  
<https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.3.32>  
(Web of Science:)  
3. Безугла Л.С.  
Особливості  
маркетингової  
діяльності у сфері  
туристичних послуг.  
Існуюча практика та  
новітні тенденції в  
управлінні суб'єктами  
господарювання  
різних організаційно-  
правових форм.  
Колективна  
монографія / за ред.  
Л.М. Савчук, Л.М.  
Бандоріної. Дніпро:  
Пороги, 2020. С. 515-  
523.  
4. Безугла Л.С.  
Формування та  
розвиток  
екотуристичної  
інфраструктури :  
монографія. Харків:  
Смугаста типографія,  
2020. 320 с. (Розділ 2.  
Методологічні  
підходи щодо  
розвитку  
екотуристичної  
інфраструктури)  
5. Безугла Л.С.  
Синергетичний  
гістерезис як  
інноваційне явище в  
екотуристичній  
інфраструктурі.  
Вісник ХНАУ ім. В.В.  
Докучаєва. Серія  
«Економічні науки».  
2020, № 2, С. 201-209.  
6. Безугла Л.С.  
Основні шляхи  
реалізації  
регулятивної політики  
держави та побудова  
системи комплексу  
стратегічних заходів  
щодо розвитку малого  
та середнього  
підприємництва в  
Україні. Управління  
інноваційною,  
інвестиційною та  
економічною  
діяльністю  
інтегрованих  
об'єднань та  
підприємств.  
Колективна  
монографія»:

|        |                          |                                |                                 |   |    |   |   |
|--------|--------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---|----|---|---|
|        |                          |                                |                                 |   |    | <p>Дніпропетровськ. Національна металургійна академія України, 2016. С.33-43.</p> <p>7. Демчук Н.І., Безугла Л.С. Синергетичний гістерезис як інноваційне явище в економіці підприємництва. Національний авіаційний університет «Проблеми системного підходу в економіці». 2019, випуск 3 (71). С.192-198.</p> <p>8. Безугла Л.С., Юрченко Н.І. Особливості формування дефініцій «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємства». «Збірник наукових праць Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова». 2019, №3 (477), С.58-62.</p> <p>9. Безугла Л.С. Потенціал розвитку екотуризму за соціально-економічними критеріями. Теорія та методологія формування інвестиційно-фінансової стратегії розвитку суб'єктів національного господарства. Колективна монографія / за ред. Л.М. Савчук, А.В. Череп. Дніпро: Журфонд. 2019. С. 359-367.</p> |   |
| 132201 | Палехова Людмила Львівна | професор, Основне місце роботи | Фінансово-економічний факультет | Диплом кандидата наук ЭК 020529, виданий 26.02.1986 | 25 | Маркетинговий менеджмент  | <p>Диплом спеціаліста А-І №939218 від 23.06.1976 р., Дніпропетровський державний університет, спеціальність: Економічна кібернетика. Атестат доцента кафедри економіки та управління Дніпропетровського гірничого університету ДЦ № 003629, виданий 30.06.1992</p> <p>Підвищення кваліфікації:<br/>1. Стажування в Бранденбурзькому технічному університеті Коттбус-Зенфтенберг (Коттбус, Німеччина) за</p> |



програмою Study Seminar “Sustainability in the industrial sector” (24.11.2020-18.01.2021), 30 навч. год. або 1 ECTS – дистанційно (Сертифікат від 18 січня 2021р. додається);

2. Стажування в Бранденбурзькому технічному університеті Коттбус-Зенфтенберг (Коттбус, Німеччина) за програмою “Management of Sustainable Development” (14.09.2020-11.12.2020), 90 навч. год. або 3 ECTS – дистанційно (Сертифікат від 05 січня 2021р. додається);

3. Стажування за програмою International Study Seminar “Challenges of Sustainability in the Industrial Sector in Countries with Economies in Transition” (11.11.2019-22.11.2019), Бранденбурзький технічний університет Коттбус-Зенфтенберг, Німеччина (Сертифікат від 22 листопада 2019 р. додається);

4. Участь у Воркшопі “Transposition of the Acquis Communautaire: Migration and Environment” (20.11.2019-22.11.2019) Бранденбурзький технічний університет Коттбус-Зенфтенберг, Німеччина (Сертифікат від 22 листопада 2019 р. додається);

5. Стажування за програмою “Sustainable energy in Value Chain Management” (01.08.2018-29.08.2018 р.), Бранденбурзький технічний університет Коттбус-Зенфтенберг, Німеччина (Сертифікат від 29 серпня 2018 р. додається);

6. Участь у Воркшопі представників мережі NESEFF за програмою наукового обміну “Energy efficiency in construction and engineering”(25.09.2017-27.09. 2017),

Технічний університет в Лібереці, Чеська Республіка (Сертифікат від 27 вересня 2017 р. додається);  
7. Стажування за програмою “RAMS-Management und die Minimierung der Life Cycle Costs” (17.07.2017-27.08.2017), Інститут транспортної інфраструктури “IVIS”, Дрезден, Німеччина (Сертифікат від 27 серпня 2017 р. додається);  
8. Участь у науковому дослідженні за програмою “Integration of Sustainable Development Aspects into Curricula” (16.05.2016-27.05.2016), Бранденбурзький технічний університет Коттбус-Зенфтенберг, Коттбус, Німеччина (Сертифікат від 17 листопада 2016 р. додається).

Публікації:  
1 Tryfonova O., Paliekhova L. Enabling sustainable management for industrial enterprises. In: Sustainability in the industrial sector: Proceedings of the Study Seminar at NTU Dnipro Polytechnic - BTU Cottbus-Senftenberg, 24th Dec. 2020 - 18th Jan. 2021. Ed.: Shvets V., Paliekhova L. Dnipro-Cottbus: Accent, 2021. PP. 97-102  
2 Paliekhova L. From supply chains to value chains: sustainability management. In: Sustainability in the industrial sector: Proceedings of the Study Seminar at NTU Dnipro Polytechnic - BTU Cottbus-Senftenberg, 24th Dec. 2020 - 18th Jan. 2021. Ed.: Shvets V., Paliekhova L. Dnipro-Cottbus: Accent, 2021. PP. 33-40  
3 Shvets V., Paliekhova L. Managing sustainability via balancing the energy trilemma. In: Sustainability in the industrial sector: Proceedings of the Study Seminar at NTU Dnipro Polytechnic -

BTU Cottbus-Senftenberg, 24th Dec. 2020 - 18th Jan. 2021. Ed.: Shvets V., Paliekhova L. Dnipro-Cottbus: Accent, 2021. PP. 49-56

4 Palekhov D., Paliekhova L. Environmental sustainability in achieving the sustainable production and consumption: challenges of a Post-Soviet transition economy / Transposition of the Acquis Communautaire – Migration and Environment. Umweltrecht in Forschung und Praxis 66. Verlag Dr. Kovac, Hamburg. 2021. PP. 60-87. Режим доступу: <https://www.verlagdrkovac.de/978-3-339-11536-2.htm>

5 Палехова Л.Л. Управління сталим розвитком: довідник базових понять. Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка». 2020. 332 с.

6 Палехова Л.Л. Маркетинг-менеджмент на промислових підприємствах: нові вимоги в умовах критичних глобальних обмежень. Маркетинг XXI століття: виклики змін: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю заснування кафедри маркетингу і комерційної діяльності ХДУХТ. Харківський державний університет харчування та торгівлі, 8-10 жовтня 2020 року, м. Харків. С.44-47

7 Палехова Л. Л. Маркетинг у глобальних ланцюгах створення вартості. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції.. Львівська політехніка, 2020. С. 106-108

8 Palekhov D., Paliekhova L. (2019) Responsible Mining: Challenges,

Perspectives and Approaches. In: Giovannucci D., Hansmann B., Palekhov D., Schmidt M. (Eds.). Sustainable Global Value Chains. Natural Resource Management in Transition. Vol. 2. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg. PP. 521 - 544. DOI: 10.1007/978-3-319-14877-9\_28. URL: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-14877-9\\_28](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-14877-9_28)

9 Shvets V., Palekhova L. (2018) An adaptive management approach in the context of climate change. In: NESEFF-NETZWERKTREFFEN Brandenburgische Technische Universität Cottbus-Senftenberg. ISBN 978-3-940471-25-3

10 Palekhova L., Palekhov D. Anwendung von Energieeffizienzkriterien für Marktstrategien von Großunternehmen in den Transformationsländern (застосування критеріїв енергоефективності в маркетингових стратегіях великих компаній в країнах з перехідною економікою) / Energieeffizienz im Bauund Maschinenwesen [Herausgeber: K.Fraña, S.Simon, J.Grunewald]. Technische Universität in Liberec, 2017. PP. 44-53. ISBN: 978-80-7494-362-1. URL: <https://9dok.org/document/wyer3weq-energieeffizienz-im-bau-und-maschinenwesen.html>

11 Палехова Л. Л., Швець В. Я., Палехов Д. Адаптивний менеджмент для цілей циркулярної економіки / Будівництво, матеріалознавство, машинобудування: зб. наук. праць. ДВНЗ «Підніпр. держ. академія буд-ва і архітектури». Серія: Створення високотехнологічних екокомплексів в Україні на основі концепції збалансованого (сталого) розвитку. Дніпро, 2017. С. 207-212. ISSN 2415-7031. URL:

[http://nbuv.gov.ua/UJRN/smmcvtek\\_2017\\_9\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/smmcvtek_2017_9_31)  
12 Павленко А. Ф.,  
Лылык И. В.,  
Палехова Л. Л.  
Формирование  
концепции  
устойчивого  
маркетинга.  
Управление  
устойчивым  
развитием в условиях  
переходной  
экономики:  
монография. 2-изд,  
пер. и доп.  
Днепропетровск-  
Коттбус: НГУ-БТУ,  
2016, 433 с. С. 301-  
314. ISBN 978-966-  
921-006-7  
13 Palekhova L.  
Achieving the  
competitiveness  
through public  
accountability on  
sustainable  
development /  
Naukovyi Visnyk NHU.  
№ 2. 2016. ISSN 2071-  
2227 . URL:  
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvngu\\_2016\\_2\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvngu_2016_2_30)  
14 Palekhova L.,  
Ramanauskienė J.,  
Tamulienė V. Methods  
to stimulate sustainable  
consumption in the  
system of promotion  
products in industrial  
markets. In: Scientific  
Journal “Management  
theory and studies for  
rural business and  
infrastructure  
development”,  
Aleksandras Stulginskis  
University, Kaunas. Vol.  
37. № 2. 2015. PP. 264-  
275. ISSN 1822-6760  
15 Павленко А.Ф.,  
Лылык И.В., Палехова  
Л.Л. Сущность и  
задачи устойчивого  
маркетинга.  
Управление  
устойчивым  
развитием в условиях  
переходной  
экономики:  
монография.  
Днепропетровск-  
Коттбус: НГУ-БТУ.  
2015. С. 293-307. ISBN  
978-617-7109-91-3  
16 Палехова Л.Л.  
Добровольная  
экологическая  
сертификация как  
инструмент  
маркетинга.  
Управление  
устойчивым  
развитием в условиях  
переходной  
экономики:  
монография.  
Днепропетровск-  
Коттбус: НГУ-БТУ.  
2015. С. 348-363. ISBN

|       |                                  |                                       |                          |   |    |   |  |
|-------|----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|---|----|---|--|
|       |                                  |                                       |                          |   |    |   | 978-617-7109-91-3<br>17 Palekhova L.,<br>Ramanauskiene J.,<br>Tamuliene V. On the<br>use of the eco-oriented<br>dimensions of<br>marketing for product<br>promotion on the<br>market. Науковий<br>вісник НГУ. № 4.<br>ДВНЗ «НГУ», 2015. С.<br>146-151. ISSN 2071-<br>2227  |
| 60532 | Лапіна<br>Вікторія<br>Олексіївна | доцент,<br>Основне<br>місце<br>роботи | Факультет<br>менеджменту | Диплом<br>спеціаліста,<br>Мелітопольськ<br>ий державний<br>педагогічний<br>університет,<br>рік закінчення:<br>2001,<br>спеціальність:<br>030502 Мова<br>(англійська,<br>німецька) і<br>література,<br>Диплом<br>кандидата наук<br>ДК 035849,<br>виданий<br>12.05.2016,<br>Атестат<br>доцента ДК<br>005041,<br>виданий<br>24.09.2020 | 18 | Іноземна мова<br>для<br>професійної<br>діяльності<br>(англійська/ні<br>мецька/франц<br>узька) | Публікації (за останні<br>5 років):<br>1. Лапіна В. О.<br>Особливості<br>використання<br>навчального діалогу<br>під час вивчення<br>іноземних мов у<br>технічних ВНЗ / В. О.<br>Лапіна // Збірник<br>матеріалів доповідей<br>III Міжнародного<br>симпозіуму<br>«Американські та<br>британські студії:<br>мовознавство,<br>літературознавство,<br>міжкультурна<br>комунікація» : зб.<br>наук. пр. – К. : Талком,<br>2015. – С. 269–271.<br><br>2. Лапіна В. О.<br>Дидактичні умови<br>реалізації<br>навчального діалогу<br>під час вивчення<br>іноземних мов у<br>технічних вишах / В.<br>О. Лапіна // Педагогіка<br>вищої та середньої<br>школи : зб. наук. пр.–<br>Кривий Ріг :<br>КДПУ, 2015. – Вип.<br>44. – С. 231–236.<br><br>3. Лапіна В. О.<br>Специфіка організації<br>іншомовної<br>підготовки студентів<br>технічних<br>спеціальностей на<br>засадах діалогічного<br>навчання / В. О.<br>Лапіна // Педагогіка<br>вищої та середньої<br>школи : зб. наук. пр.–<br>Кривий Ріг : КДПУ,<br>2016. – Вип. 48. – С.<br>23–26.<br><br>4. Лапіна В. О.<br>Складники<br>професійного<br>мовлення в реалізації<br>спілкування засобами<br>іноземної мови у<br>фаховому середовищі<br>/ В. О. Лапіна //<br>«Науковий вісник<br>ХДУ. Серія<br>Перекладознавство та<br>міжкультурна<br>комунікація»: зб.<br>наук. пр.– Херсон. –<br>2018. – №1. – С. 55-58 |

5. Лапіна В. О. Реалізація іншомовної підготовки студентів на засадах педагогіки співпраці / В. О. Лапіна // Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету : зб. наук. праць / за ред. Ж. Колоїз. Кривий Ріг : ФОП Маринченко С.В., 2019. Вип.19. – С. 178-188

6. Lapina V. Advanced Level of Educational Dialogue while Forming a Foreign Professionally Oriented Speech Competence of Students / V. Lapina // Slovak international scientific journal. – Slovakia. – 2018. – №-13. –Vol. 2. – Pp. 30–36.

7. Lapina V. Conceptual Principles in Organizing Educational Dialogue at the Foreign Language Classes in Technical Higher Educational Institutions / V. Lapina // Language and Education, Issue 6 (2). Volume 32. Taylor & Francis, 2018 – Pp. 783–789.

8. BAKUM, Zinaida P. 1; PALCHUKOVA, Oleksandra O. 2; KOSTIUK, Svitlana S. 3 & LAPINA, Viktoriia O.4. Intercultural competence of personality while teaching foreign languages. / - 2019. – № 23. – Vol. 40. – Pp. 24–37.- Scopus

9. Розділ колективної монографії Viktoriya O. Lapina. Educational dialogue as an effective tool of foreign language training / - Contemporary Issues in Philology. Innovative Methods of Teaching Foreign Languages : monograph : in 2 vol. / edit. O. L. Plienko ; O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Tesol-Ukraine. – Kharkiv : O. M. Beketov NUUE, 2021. – In partnership with University of Texas at San Antonio, Texas, USA. ISBN 978-966-695-552-7– 2021. – Volume 2. – Pp. 126-

Участь у міжнародних конференціях (за останні 5 років):

1. Лапіна В. О. Особливості використання навчального діалогу під час вивчення іноземних мов у технічних ВНЗ / В. О. Лапіна // Збірник матеріалів доповідей III Міжнародного симпозіуму «Американські та британські студії: мовознавство, літературознавство, міжкультурна комунікація» : зб. наук. пр. – К. : Талком, 2015. – С. 269–271.

2. Лапіна В. О. Визначення ступеня сформованості іншомовної професійно зорієнтованої мовленнєвої компетентності студентів // Scientific achievements of modern society. Abstracts of the 5th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom. 2020. Pp. 635-641. URL: <http://sci-conf.com.ua>.

3. Лапіна В.О. Проблемно-ситуативний принцип формування іншомовної професійно зорієнтованої компетентності студентів // Perspectives of world science and education. Abstracts of the 4th International scientific and practical conference. CPN Publishing Group. Osaka, Japan. 2019. Pp. 524-528. URL: <http://sci-conf.com.ua>.

Відомості про підвищення кваліфікації :  
1. 3 жовтня-4 листопада 2016 Державний ВНЗ “НГУ”. Взято участь у тренінгах, організованих у межах проекту Fulbright Specialist Program – отримано сертифікат

2. 25-29 липня 2016. З метою підвищення



|        |                              |                              |                                 |  |   |  |   |
|--------|------------------------------|------------------------------|---------------------------------|--|---|--|---|
|        |                              |                              |                                 |  |   | <p>кваліфікації викладача іноземних мов та вивчення передового досвіду викладання англійської мови й упровадження передових технологій в освітній процес взято участь у тренінгах «Англійська для спеціальних цілей» у межах проекту Британської ради в Україні з отриманням сертифікату</p> <p>3. Закордонне стажування на базі Асоціації «Євразійський Союз академічної мобільності і міжнародного співробітництва» (Прага, Чеська республіка) у період з 10.09.2018 по 31.10.2018 р. за темою «Проблеми та перспективи сучасної європейської освіти: актуальний європейський досвід». За час перебування на тренінгах доц. Лапіна В.О. опрацювала програму (соціально-гуманітарна підготовка, науково-практична, методична і фахова підготовка), якою передбачено 108 годин навчального часу (реєстраційний номер свідоцтва 0000831).</p> |   |
| 107894 | Куваєва Тетяна Володимирівна | доцент, Основне місце роботи | Фінансово-економічний факультет | <p>Диплом бакалавра, Державний вищий навчальний заклад "Національний гірничий університет", рік закінчення: 2012, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом магістра, Державний вищий навчальний заклад "Національний гірничий університет", рік закінчення: 2013, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 050626, виданий</p> | 8 | Маркетинг взаємодії і партнерських відносин  | <p>Підвищення кваліфікації:</p> <p>1. International Summer School for Young Scientist "Greening the Curriculum – Integration of Sustainability Aspects into University Education", Brandenburg University of Technology (Cottbus-Seftenberg, Germany), SHEI "National Mining University" (Dnipropetrovsk, Ukraine), 07.09.2019 – 18.09.2015.</p> <p>2. Тренінговий центр «T-Update», Центр розвитку особистості «Training Box», НТУ «Дніпровська політехніка», ГО «Вище». Сертифікат (сучасні підходи та методи у викладанні та навчанні: фасилітації, тренінгу, коучингу, інструменти розвитку</p> |

05.03.2019

компетентностей), (6  
годин), 12.10.2019.  
3. Internship  
“Challenges of  
Sustainability in the  
Industrial Sector in  
Countries with  
Economies in  
Transition”,  
Brandenburg University  
of Technology (Cottbus-  
Seftenberg, Germany),  
11.11.2019 – 22.11.2019.  
4. Іспит FCE,  
сертифікат рівня C1 з  
володіння (Reference  
Number  
7D51305K1DP09,  
21.12.2019).  
5. Online scientific  
seminar “The social  
economy in the reality  
of small communities in  
the EU”, Bielsko-Biala  
School of Finance and  
Law (Poland),  
15.06.2020.  
6. Online scientific  
seminar “Corporate  
Social Responsibility of  
the Hospitality  
Industry”, Bielsko-Biala  
School of Finance and  
Law (Poland),  
25.06.2020.  
7. «Інноваційний  
підхід до організації  
дистанційного  
навчання» UGEN, 14  
академічних годин, 3  
– 7 серпня 2020.  
8. Study Seminars  
“Sustainability in the  
Industrial Sector”,  
(Cottbus, Germany –  
Dnipro, Ukraine) (30  
hours, 1 ECTS),  
24.12.2020 –  
18.01.2021.  
9. «Академічна  
добročесність –  
запорука успішного  
розвитку науки і  
держави», Clarivate,  
Національна агенція  
із забезпечення якості  
вищої освіти, 2  
години, 8 липня 2020  
р.

Публікації:

1. Куваєва Т. В.,  
Решетілова Т. Б.  
Взаємодія  
підприємств  
гірничого  
машинобудування в  
каналах забезпечення  
і збуту. Економічний  
вісник Національного  
гірничого  
університету. 2016.  
№2 (54). С. 112-120.  
(фахове видання,  
наукометрична база  
Index Copernicus)  
<https://cutt.ly/WEEoMj>  
jf  
2. Kuvaieva T.V.,  
Reshetilova T.B.  
Forming the

management model in industrial partnerships of the machine-building complex of Ukraine. Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Логістика. 2016. №848. С. 56-62. (фахове видання)

3. Куваєва Т.В. Дослідження особливостей транзакційної форми маркетингової діяльності промислового підприємства в умовах нестійкого попиту. Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет». 2017. №2 (6). С. 137-141. (фахове видання) <https://cutt.ly/iEEo3K> В

4. Куваєва Т.В. Управління партнерськими відносинами промислового підприємства. Економічний простір: збірник наукових праць. 2017. №122. С. 104-116. (фахове видання, наукометрична база Index Copernicus) <https://cutt.ly/2EEo7x> Q

5. Куваєва Т.В., Решетілова Т. Б. Вибір інноваційної маркетингової стратегії промислового підприємства на засадах партнерства. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки: наук. журн. 2017. Вип. (6) т.1. С. 167-171. (фахове видання, наукометрична база Index Copernicus) <https://cutt.ly/dEEpwE> Y

6. Куваєва Т.В. Організаційні форми маркетингової діяльності промислових підприємств в умовах нестабільності зовнішнього середовища. Науковий економічний електронний журнал «Проблеми економіки та політичної економії», НМетАУ.

2017. вип.(1). С. 142-156. Режим доступу: <https://cutt.ly/hEEpioR>  
(дата звернення: 12.09.2021). Назва з екрану (фахове електронне видання)  
7. Куваєва Т.В., Решетілова Т. Б. Маркетинг партнерських відносин промислового підприємства. Економічний вісник Національного гірничого університету. 2018. №2 (62). С. 167-173. (фахове видання, наукометрична база Index Copernicus) <https://cutt.ly/tEEphlx>  
8. Kuvaieva T.V. Assessment of competitive advantages of the enterprise functioning in network structures partnership type. Mechanisms interaction competitiveness and innovations in modern international economic relations: collective monograph edited by M. Bezpartochnyi, in 4 Vol. – ISMA University, Riga: “Landmark” SIA, 2017. Vol.3. P. 30-38. (публікація у закордонному виданні)  
9. Kuvaieva T.V., Reshetilova T.B. Modeling of business forms of the industrial enterprise in the conditions of high instability of the external environment. Scientific Bulletin of National Mining University. – 2018. – Issue 1. – P. 124-132. (наукометрична база Scopus, Index Copernicus) <https://cutt.ly/FEEpLpO>  
10. Куваєва Т.В. Критеріальна модель оцінювання результативності партнерських відносин промислового підприємства. Економічний вісник Національного гірничого університету. 2020. №1. С. 177-186. <https://doi.org/10.33271/ev/69.177>. (фахове видання, наукометрична база Index Copernicus)  
11. Kuvaieva T.V., Reshetilova T.B.

|        |                           |                       |                                 |   |    |   |   |
|--------|---------------------------|-----------------------|---------------------------------|---|----|---|---|
|        |                           |                       |                                 |   |    | <p>Organization of strategic partnership in the supply channel. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». №1(13). Dnipro: State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology», 2021. 145-154. (фахове видання, наукометрична база Index Copernicus) <a href="https://cutt.ly/IEEayco">https://cutt.ly/IEEayco</a></p> <p>12. Kuvaieva T.V., Pilova K. Forms of organization of production activity of enterprises in terms of probabilistic nature of demand. Scientific Bulletin of National Mining University. 2021. Issue 4. P. 177-184. (наукометрична база Scopus, Index Copernicus) <a href="https://cutt.ly/dEEp6V">https://cutt.ly/dEEp6V</a></p> |   |
| 177040 | Гармідер Лариса Дмитрівна | професор, Сумісництво | Фінансово-економічний факультет | <p>Диплом спеціаліста, Український державний хіміко-технологічний університет, рік закінчення: 2002, спеціальність: Економіка та управління в галузях хіміко-лісового комплексу, Диплом магістра, Вищий навчальний заклад "Університет імені Альфреда Нобеля", рік закінчення: 2020, спеціальність: 035 Філологія, Диплом доктора наук ДД 004213, виданий 28.04.2015, Атестат доцента ДЦ 009994, виданий 17.02.2005</p> | 21 | Економічне обґрунтування маркетингових рішень   | <p>Атестат професора кафедри маркетингу та логістики АП № 001869 від 24.09.20 р</p> <p>Підвищення кваліфікації:<br/>1. Міжнародне стажування в Університеті HUMANITAS (м. Сосновец, Польща). Участь у міжнародному проєкті «Дистанційне навчання: заняття із управління»; 140 годин. Строк стажування: з 4.12.17 по 16.12.17 р.; з 18.10.18 по 25.10.18 р; з 14.10.19 по 25.10.19 р. Сертифікати: № 151/BWZZ/2017; № 207/BWZZ/2018; № 285/BWZZ/2019.<br/>2. Український науково-технологічний центр (Міжнародна організація). Участь у тренінгу «Важливість стратегічного торговельного контролю та радіологічні, хімічні, біологічні та ядерні (РХБЯ) виклики» на базі економічного факультету КНУ ім. Т. Шевченка, 30 годин. Сертифікат; 13 та 20 квітня 2021р.<br/>Публікації :<br/>1. Harmider L., Fedulova S.,</p> |

Bartashevska Yu., Komirna V. Assessing the regional labor market by using a data mining method: ways of effective functioning. Journal of critical review. vol 7, issue 11, 2020. PP. 3777-3787. Scopus

2. Garmider L.D., Taranenko I.V., Korotkaya L.I., Begma P.O. Methodological approach to labor potential assessment based on the use of fuzzy sets theory. Науковий вісник НГУ. 2019. № 6. С. 144-150. Scopus

3. Garmider Larysa, Balueva Olga, Oklander Tatyana, Petryk Ilona, Pozhuieva Tetyana, Taranenko Iryna Indicative Method of Human Capital Management in the Planning of the Strategic Development of the Company. International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE). 2019. Volume-8. Issue-11. P.2077-2081. Scopus

4. Taranenko I., Honchar L., Ovcharenko O., Dotsenko G., Harmider L. Modeling of Labor Potential as a Factor of Influence on the Region Competitiveness. Montenegrin Journal of Economics. 2019. Vol. 15, No. 2. P. 111-125. Web of Science

5. Harmider L., Staszewska J., Hohchar L.A. Development of the enterprise personnel with the application of internal marketing elements. Економічний вісник УДХТУ. 2021. № 1(13). С. 119-126.

6. Harmider L.D., Honchar L.A., Zaretsky V.O. Research of consumer benefits in the chocolate market. Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ. 2020. nr 1(11). С. 159-164.

7. Гармідер Л.Д., Гончар Л.А. Обґрунтування стратегії розвитку підприємства. Проблеми економіки транспорту. 2018. № 16. С. 51-59.

8. Гармідер Л.Д., Гончар Л.А. Сегментація ринку молокопереробної галузі. Економічний

вісник УДХТУ. 2017. №1 (5). С. 96-101.

9. Гармідер Л.Д. Використання логістичної методології в управлінні розвитком трудовими ресурсами. Економічний вісник УДХТУ. 2016. №2 (4). С. 99-103.

10. Тараненко І.В., Гармідер Л.Д., Колечкін І.В. Маркетингове дослідження та сегментування цільового ринку туристичних послуг в Україні. Ефективна економіка. 2016. №7. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5070>

11. Гармідер Л.Д., Самай І.А. Дослідження щодо формування асортименту підприємства. Академічний огляд. 2016. № 1 (44). С. 111-118.

12. Гармідер Л.Д., Гончар Л.А. Дослідження впливу екологічності товару на уподобання споживачів продукції підприємства. Ефективна економіка. 2016. №5. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5002>

13. Гармідер Л.Д. Підходи щодо оцінки ефективності маркетингової діяльності на підприємствах сфери послуг. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2016. № 3. – С. 121-129.

14. Гармідер Л.Д., Гончар Л.А., Бегма П.О. Управління трудовим потенціалом на основі логістичного підходу. УДХТУ, 2020. 102 с.

15. Harmider L., Bidnenko N. The Development of Personnel Potential of The Enterprise As A Social And Economic Process. Nowoczesne koncepcje zarządzania to monografia zrealizowana jako pokłosie VI

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  | <p>Міжнародowej Konferencji Naukowej GOSPODARKA ZMIANY - ZARZĄDZANIE 2019 / pod. red. Olimpi Grabiece. Sosnowiec: Wyższa Szkoła Humanitas, 2019. 228 p. P. 41-47.</p> <p>16. Garmider L.D., Gonchar L.A. The basic strategy of potential development of the commercial enterprises. Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds. 1 st edition, Prague Institute for Qualification Enhancement: Prague, 2018, 296 pages. - P. 52-60.</p> <p>17. Harmider L. Logistics of flow processes. Managing economic growth: marketing, management and innovations: monograph - 1st edition, Prague Institute for Qualification Enhancement: Prague, 2016.</p> <p>18. Гармідер Л.Д., Федулова С.О., Гончар Л.А. Кластеризація регіонів країни за рівнем соціально-економічного розвитку методами Data Mining. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 14-15 травня 2020 р. / За заг. редакцією проф. Ткаченко А. М. [Електронний ресурс] Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2020. 1 електрон. опт. диск (БУБ-КОМ); 12 см. Назва з тит. екрана. 408 с. С. 303-305.</p> |
|--|--|--|--|--|--|--|

**Таблиця 3.** Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання

| <b>Програмні результати навчання ОП</b> | <b>ПРН відповідає результату навчання, визначеному</b> | <b>Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН</b> | <b>Методи навчання</b> | <b>Форми та методи оцінювання</b> |
|---|--|--|------------------------|-----------------------------------|
|---|--|--|------------------------|-----------------------------------|



|     | стандартом вищої освіти (або охоплює його) |   |  |  |
|-----|--|---|--|--|
| ПР6 | ☒  | Виконання кваліфікаційної роботи                                  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
|     |  | Передатестаційна практика   | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|     |  | Маркетинговий менеджмент  | Методи групових дискусій, ситуаційних вправ, круглого столу, ділової гри, брейнстормінгу, прес-конференції.            | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|     |  | Курсовий проект з Маркетингового стратегічного управління         | Методи обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації, ситуативне моделювання                                      | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|     |  | Економічне обґрунтування маркетингових рішень                     | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, робота в малих групах, обговорення та вирішення проблеми.                | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|     |  | Маркетингове стратегічне управління                               | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації                       | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|     |  | Курсовий проект з економічного обґрунтування маркетингових рішень | Методи обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації, ситуативне моделювання                                      | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
| ПР1 | ☒  | Виконання кваліфікаційної роботи                                  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
|     |  | Передатестаційна практика   | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|     |  | Маркетинг стартап-проектів  | Методи мозкового штурму, евристичних питань, ситуативне моделювання, імітаційні ігри                                   | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
| ПР7 | ☒  | Передатестаційна практика   | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|     |  | Виконання кваліфікаційної роботи                                  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
|     |  | Маркетинговий менеджмент  | Методи групових дискусій, ситуаційних вправ, круглого столу, ділової гри,  | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова  |

|     |                                     |   |  |  |
|-----|-------------------------------------|---|--|--|
|     |                                     |   | брейнстормінгу, прес-конференції.  | презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт).   |
|     |                                     | Курсовий проект з Маркетингового стратегічного управління         | Методи обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації, ситуативне моделювання                                      | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|     |                                     | Маркетингове стратегічне управління                               | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації                       | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
| ПР3 | <input checked="" type="checkbox"/> | Виконання кваліфікаційної роботи                                  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
|     |                                     | Передатестаційна практика   | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|     |                                     | Курсовий проект з економічного обґрунтування маркетингових рішень | Методи обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації, ситуативне моделювання                                      | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|     |                                     | Економічне обґрунтування маркетингових рішень                     | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, робота в малих групах, обговорення та вирішення проблеми.                | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|     |                                     | Методологія та організація економічних наукових досліджень        | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації                 | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
| СР1 | <input type="checkbox"/>            | Маркетинг стартап-проектів  | Методи мозкового штурму, евристичних питань, ситуативне моделювання, імітаційні ігри                                   | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|     |                                     | Виконання кваліфікаційної роботи                                  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
| ПР2 | <input checked="" type="checkbox"/> | Виконання кваліфікаційної роботи                                  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
|     |                                     | Маркетинг взаємодії і партнерських відносин                       | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, ділової гри, дискусія  | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|     |                                     | Соціальна відповідальність бізнесу                                | Методи занурення, мозкового штурму, конкретної ситуації  | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
| ПР8 | <input checked="" type="checkbox"/> | Маркетинг взаємодії і партнерських                                | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, ділової  | Усна (усне опитування), усна (усна презентація),   |

|      |   |   |  |  |
|------|---|---|--|--|
|      |   | відносин  | гри, дискусія  | письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт).  |
|      |   | Іноземна мова для професійної діяльності (англійська/німецька/французька) | Методи робота в малих групах, діалогового спілкування, інверсії  | Усна (усне опитування), письмова (звіт), письмова (контрольна робота), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація)  |
| ПР4  | ☒ | Виконання кваліфікаційної роботи  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
|      |   | Передатестаційна практика   | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Маркетинг взаємодії і партнерських відносин                               | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, ділової гри, дискусія  | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|      |   | Курсовий проект з Маркетингового стратегічного управління                 | Методи обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації, ситуативне моделювання                                      | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Маркетингове стратегічне управління                                       | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації                       | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
| ПР11 | ☒ | Курсовий проект з Маркетингового стратегічного управління                 | Методи обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації, ситуативне моделювання                                      | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Маркетингове стратегічне управління                                       | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації                       | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|      |   | Передатестаційна практика   | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Виконання кваліфікаційної роботи  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
| ПР5  | ☒ | Виконання кваліфікаційної роботи  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
|      |   | Передатестаційна практика   | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Методологія та організація економічних наукових досліджень                | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, обговорення та вирішення проблеми, аналіз                          | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова                                       |

|      |   |   |  |  |
|------|---|---|--|--|
|      |   |   | ситуації   | (контрольна робота),<br>письмова (звіт).   |
|      |   | Іноземна мова для професійної діяльності (англійська/німецька/французька) | Методи робота в малих групах, діалогового спілкування, інверсії  | Усна (усне опитування),<br>письмова (звіт), письмова (контрольна робота), усна (усна презентація),<br>письмова (письмова презентація)  |
| PP12 | ☒ | Курсовий проект з Маркетингового стратегічного управління                 | Методи обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації, ситуативне моделювання                                      | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Передатестаційна практика   | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Виконання кваліфікаційної роботи  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
|      |   | Маркетингове стратегічне управління                                       | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації                       | Усна (усне опитування), усна (усна презентація),<br>письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота),<br>письмова (звіт). |
| PP13 | ☒ | Економічне обґрунтування маркетингових рішень                             | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, робота в малих групах, обговорення та вирішення проблеми.                | Усна (усне опитування), усна (усна презентація),<br>письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота),<br>письмова (звіт). |
|      |   | Маркетинговий менеджмент  | Методи групових дискусій, ситуаційних вправ, круглого столу, ділової гри, брейнстормінгу, прес-конференції.            | Усна (усне опитування), усна (усна презентація),<br>письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота),<br>письмова (звіт). |
|      |   | Передатестаційна практика   | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Виконання кваліфікаційної роботи  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
| PP14 | ☒ | Маркетинг взаємодії і партнерських відносин                               | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, ділової гри, дискусія  | Усна (усне опитування), усна (усна презентація),<br>письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота),<br>письмова (звіт). |
|      |   | Соціальна відповідальність бізнесу  | Методи занурення, мозкового штурму, конкретної ситуації  | Усна (усне опитування), усна (усна презентація),<br>письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота),<br>письмова (звіт). |
|      |   | Передатестаційна практика   | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Виконання кваліфікаційної роботи  | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення,                               | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |

|      |   |  |  |  |
|------|---|--|--|--|
| ПР15 | ☒ | Виконання кваліфікаційної роботи                           | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
|      |   | Передатестаційна практика                                  | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Методологія та організація економічних наукових досліджень | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації                 | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
| ПР10 | ☒ | Виконання кваліфікаційної роботи                           | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |
|      |   | Передатестаційна практика                                  | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, занурення, конкретної ситуації, інверсії                           | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Маркетинговий менеджмент                                   | Методи групових дискусій, ситуаційних вправ, круглого столу, ділової гри, брейнстормінгу, прес-конференції.            | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|      |   | Економічне обґрунтування маркетингових рішень              | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, робота в малих групах, обговорення та вирішення проблеми.                | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|      |   | Методологія та організація економічних наукових досліджень | Методи евристичних питань, діалогового спілкування, обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації                 | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|      |   | Соціальна відповідальність бізнесу                         | Методи занурення, мозкового штурму, конкретної ситуації  | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
| ПР9  | ☒ | Маркетингове стратегічне управління                        | Методи конкретної ситуації, мозкового штурму, обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації                       | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|      |   | Маркетинговий менеджмент                                   | Методи групових дискусій, ситуаційних вправ, круглого столу, ділової гри, брейнстормінгу, прес-конференції.            | Усна (усне опитування), усна (усна презентація), письмова (письмова презентація), письмова (контрольна робота), письмова (звіт). |
|      |   | Курсовий проект з Маркетингового стратегічного управління  | Методи обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації, ситуативне моделювання                                      | Усні опитування, письмовий (звіт)  |
|      |   | Виконання кваліфікаційної роботи                           | Методи ситуативного моделювання, евристичних питань, діалогового   | Письмова (кваліфікаційна робота), усна (захист кваліфікаційної роботи)   |

|  |  |  |                                      |
|--|--|--|--------------------------------------|
|  |  | спілкування, занурення,<br>конкретної ситуації, інверсії                                   |                                      |
|  | Курсовий проект з<br>економічного<br>обґрунтування<br>маркетингових рішень | Методи обговорення та<br>вирішення проблеми, аналіз<br>ситуації, ситуативне<br>моделювання | Усні опитування, письмовий<br>(звіт) |