

**ВІДОМОСТІ**  
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	<b>Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини</b>
Освітня програма	<b>3160 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>88</b>
Повна назва ЗВО	<b>Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини</b>
Ідентифікаційний код ЗВО	<b>02125639</b>
ПІБ керівника ЗВО	<b>Безлюдний Олександр Іванович</b>
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	<b><a href="https://udpu.edu.ua">https://udpu.edu.ua</a></b>

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/88>

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

ID освітньої програми в ЄДЕБО	<b>3160</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, менеджменту та управління бізнесом</b>
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	<b>кафедра економіки та соціально-поведінкових наук; кафедра іноземних мов; кафедра психології</b>
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	<b>20301 м. Умань, Черкаська область, вул. Садова, 2</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>123231</b>
ПІБ гаранта ОП	<b>Пачева Наталія Олександрівна</b>
Посада гаранта ОП	<b>доцент</b>
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	<b><a href="mailto:nataliapacheva@udpu.edu.ua">nataliapacheva@udpu.edu.ua</a></b>
Контактний телефон гаранта ОП	<b>+38(063)-265-89-59</b>
Додатковий телефон гаранта ОП	<i>відсутній</i>

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

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

У 2006 році на базі економічного факультету Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини розпочалася підготовка студентів зі спеціальності Маркетинг за ОКР Бакалавр. Аналізуючи ринок праці та враховуючи регіональні потреби і вподобання потенційних вступників з 2007 р., проліцензовано ОКР Спеціаліст, а з 2016 – ОС Магістр (наказ МОН України від 21.07.2016 № 1407-л). Зміст підготовки фахівців відповідає потребам ринку.

Відповідно до наказу ректора Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини № 546 о/б від 01.07.2015 р. на базі економічного факультету, який діяв понад 20 років, створено Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти. Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом має багаторічний досвід підготовки фахівців з маркетингу і здійснює підготовку здобувачів вищої освіти (ЗДВО) галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнем. На даний час кафедру очолює к.е.н., доцент Світлана Подзігун. Кадрове забезпечення ОПП відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності.

На основі затвердженого МОН України Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ № 960 від 10.07.2019 р.) було оновлено ОПП Маркетинг. Відповідно до Положення про освітні програми <https://cutt.ly/7wvxYwfj> Університету зміст ОПП переглядається з використанням процедури громадського обговорення та залучення стейкхолдерів. На сайті Інституту оприлюднюється для обговорення проект ОПП. З урахуванням потреб ринку праці, запитів роботодавців, здобувачів, а також пропозицій стейкхолдерів та академічної спільноти, відбувається її перегляд. У 2022 році доопрацьована та затверджена Вченою Радою університету (протокол № 13 від 26.04.2022 р.) та введена в дію Наказом ректора № 606 о/д від 9.05.2022 р. Зміни у складі проектної групи ОПП Маркетинг затверджені Вченою Радою університету (протокол № 4 від 25.10.2022 р.) та введені в дію Наказом ректора № 1421 о/д від 1.11.2022 р. У 2023 році ОПП доопрацьована та затверджена Вченою Радою УДПУ імені Павла Тичини (протокол № 14 від 25.04.2023 р.) та введена в дію Наказом ректора університету № 620 о/д від 10.05.2023 р.

ОПП розроблена відповідно до стратегії та місії Університету, її зміст спрямований на підготовку конкурентоспроможних фахівців і формування в них професійних компетентностей зі сфери маркетингу. Враховуючи специфіку роботи бізнес-середовища регіонального та національного рівнів, фахівці, які володіють інноваційним мисленням у сфері маркетингу та відповідними управлінськими компетентностями, здатні до вирішення важких задач за допомогою досліджень, планування, розробки, управління, реалізації маркетингових стратегій та проектів/програм в умовах невизначеності. Фахівці з інноваційним способом мислення, здатні швидко адаптуватися до нових форм і видів зайнятості.

#### 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	2023 - 2024	9	9	0	0	0
2 курс	2022 - 2023	10	6	3	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)	35658 Маркетинг
перший (бакалаврський) рівень	6492 Маркетинг 27093 Товарознавство в митній справі
другий (магістерський) рівень	3160 Маркетинг 5290 Маркетинг-аналітика та бізнес-консалтинг
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	31879	22684
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	31078	22185
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	787	499
Приміщення, здані в оренду	14	0

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 2023 магістр.pdf</i>	fBKNi3k7gKG4lfKfqdUIY5W93Ok/MdoYh2M5GwlN6XE=
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план Маркетинг (денна) 2023.pdf</i>	n5bsAAJQgq9Uu88c3U+s14+bT7zip/aapaigvWctgsQ=
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план Маркетинг (заочна) 2023.pdf</i>	v7mLztTPflhtDwgiojd2VXvjFxB1jt1jTSAhMqhfEcg=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія-відгук Ренський С..pdf</i>	loTTzknYde7PSD62+H6v9zOHaCpfC/zd5VaJhIkV8PE=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія-відгук Рудь О..pdf</i>	jbslj55FLCoZK+ibAzJreZJuQaLx9jSj2GcchjkbJg=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія-відгук Матушевська Л..pdf</i>	lE4pXCRxQrUVfy18XgFhYT55bIFTRX9HqCJVLGHTXN Y=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія-відгук Віштак А..pdf</i>	ImmLeY5erahmDFbjIxUX9PiTHBwz8dBI1nGjQQOZe7M =
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія-відгук Леметовська В..pdf</i>	bGLBUAVVb+Mfe7lUD7CtNEApAu5wlO6jxTl9CVSVm7c =

### 1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців, які володіють інноваційним способом мислення та відповідними компетентностями необхідними для ефективного управління маркетингом; здатні вирішувати складні задачі і проблеми в процесі професійної діяльності або навчання у сфері маркетингу. Акцент на здобутті поглиблених навичок та знань з маркетингу, оволодіння сучасним інструментарієм маркетингових досліджень, використання маркетингу в управлінні підприємством. Програма спрямована на підготовку висококваліфікованих маркетологів, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, сприяють соціальній мобільності, стійкості на ринку праці; здатні в умовах розвитку світової спільноти легко адаптуватися до нових видів і форм зайнятості; вирішують управлінські та науково-дослідні завдання, зміст яких відповідає тенденціям розвитку спеціальності та ринку праці. Особливістю програми є тісна співпраця з підприємствами та організаціями різних форм власності, що дозволяє опанувати сучасні знання з маркетингу на реальних прикладах, зокрема шляхом: проходження виробничої практики; проведенням семінарів, конференцій, круглих столів та інших наукових заходів і зустрічей.

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

ОПП Маркетинг реалізується у відповідності до Статуту універ. <https://cutt.ly/mMce0Za> затв. Наказом МОН України № 214 від 21.02.2022 р., Стратегії розвитку УДПУ на 2021-2025 pp. <https://cutt.ly/JMcrukZ> затв. Вч. Радою універ.

(прот. № 9 від 15.01.2021 р.) та введ. в дію Наказом № 35 о/д від 19.01.2021 р., Етичному кодексу наук.-пед. та пед-х працівників УДПУ <https://cutt.ly/oMcr1Cr> затв. Вч. Радою (прот. № 3 від 24.09.2019 р.) та введ. в дію Наказом № 774 о/д від 30.09.2019 р., Кодексу академічної доброчесності УДПУ <https://cutt.ly/dMcrQZC> затв. Вч. Радою (прот. № 7 від 28.12.2021 р.) та введ. в дію Наказом № 1807 о/д від 31.12.2021 р. і відповідає місії Університету.

Місія Університету виступає «граничною метою та інтегрує всі цілі життєдіяльності універ. та відповідні функції, засновується на класичній тріаді: навчання–дослідження–громадське служіння».

Аналіз Документів засвідчує відповідність цілей ОПП щонайменше таким складовим: підготовка висококваліфікованих і конкурентоспроможних ... на ринку праці фахівців; формування ОП на компетентнісній основі; єдина система норм правил і критеріїв професійної етики ..., що захищають людську цінність і гідність, підтримують якість професійної діяльності; учасники освітнього процесу керуються принципами академічної доброчесності.

ОПП відповідає принципам роботи Універ., а саме: відповідність суспільним потребам, інноваційність та орієнтованість на перспективний досвід, системність і безперервність освіти, студентоцентризм, мобільність...

### **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**

Шляхом залучення до складу проектної групи з розробки ОПП здобувачів вищої освіти (Корнєєвої О.) та при опрацюванні пропозицій і рекомендацій викладених здобувачам вищої освіти (ЗдВО), випускниками в процесі проходження відповідних анкетувань <https://cutt.ly/rwnyeRka> (протокол каф. № 6 від 29 грудня 2022 р.) враховуються їхні інтереси та пропозиції.

Щорічно в період з 1 грудня до 1 січня проект ОПП оприлюднюється на офіційному сайті Інституту <https://cutt.ly/ewpnwZfRs>, зацікавлені сторони можуть залишити свої пропозиції до ОПП <https://cutt.ly/5wnwZ8vB>. Інтереси ЗдВО та випускників освітньої програми враховуються при здійсненні зворотного зв'язку під час проведення практичних занять, консультацій та підготовки кваліфікаційних робіт. Дослідження думки ЗдВО і випускників дозволяє реалізовувати академічні свободи студента та забезпечує можливість впливати на якість організації освітнього процесу.

Кафедра залучає випускників до участі в науково-практичних семінарах (випускник: А. Богуш – науково-практичний семінар «Бізнес та інвестиції») <https://cutt.ly/MwbGggDR>.

За пропозиціями студентів було проведено модернізовано ОПП: розширено перелік вибіркових дисциплін і введено дисципліну Бенчмаркінг (пропозиція Корнєєвої І.); збільшено кількість кредитів ОК.09 Логістичний менеджмент (пропозиція Корнєєвої О.); збільшено кредити для ОК.05 Стратегічний маркетинг (пропозиція випускниці Богуш А.) (протоколи кафедри № 4 від 28 жовтня 2022 р., № 9 від 24 лютого 2023 р.).

### **- роботодавці**

До складу робочої групи, яка працює над переглядом ОПП, були залучені: Сергій Ренський, голова правління – генеральний директор ПрАТ «Технолог»; Людмила Матушевська, начальник фінансового управління Уманської районної державної адміністрації Черкаської області.; Олена Рудь, директор ТОВ «Сервісно-технічний центр «УкрАвтоЗапчастина Умань»; Андрій Віштак, начальник фінансово-аналітичного відділу «Епіцентр К»; Дмитро Короташ, засновник проекту Level Invest; Валентина Лементовська, к. е. н., доцент; доцент кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва.

Роботодавці беруть участь у періодичному перегляді ОПП та присутні на засіданнях кафедри (протоколи кафедри № 4 від 28 жовтня 2022 р., № 9 від 24 лютого 2023 р.). За пропозиціями роботодавців проведено модернізацію ОПП: замінено ОК.11 Комплексний (міжпредметний) тренінг на Управління проектами (пропозиція Короташ Д.), що розширить можливість набуття ЗдВО загальних і фахових компетентностей та програмних результатів спеціальності; до переліку варіативних компонентів ОПП введено дисципліну Рекламний менеджмент (пропозиція Віштак А.); вилучена ОК.12 Курсова робота за фахом (пропозиція Рудь О.).

Побажання роботодавців, а також керівників практики щодо змісту та послідовності проходження виробничої практики були враховані кафедрою. Дане питання розглянуто на засіданні кафедри (протокол № 9 від 24 лютого 2023 р., протокол № 3 від 13 вересня 2023 р.).

### **- академічна спільнота**

При розробці ОПП Маркетинг враховано пропозиції членів проектної групи, професорсько-викладацького складу Університету. Учасники академічної спільноти залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОПП Маркетинг: забезпечують формування методичних вимог до розробки і рецензування ОПП, здійснюють розробку навчально-методичного забезпечення ОК; є керівниками виробничої практики, наукових гуртків. Крім того, академічна спільнота бере участь у науково-практичних, навчально-методичних семінарах кафедри: «Управління маркетингом в бізнесі» <https://cutt.ly/SwvRyWNJ>, «Бізнес та інвестиції» <https://cutt.ly/MwbGggDR>, засіданнях кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <https://cutt.ly/PMvUeyH>.

Це підтверджується у рецензії Валентини Лементовської, кандидата економічних наук, доцента кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва.

Представники групи забезпечення ОПП є запрошеними на засідання робочої групи з розробки та удосконалення ОПП, де вносять свої пропозиції та беруть участь у обговоренні напрямів удосконалення програми.

Обговорення вищезазначеного проводиться на засіданнях кафедри (протоколи № 4 від 28 жовтня 2022 р., № № 9 від 24 лютого 2023 р.).

### **- інші стейкхолдери**

У процесі розроблення і удосконалення змісту ОПП враховуються інтереси та пропозиції й інших стейкхолдерів, однією з цих груп заінтересованих сторін є майбутні абітурієнти та їхні батьки, зустріч та спілкування з якими проходить під час профорієнтаційних заходів. Щорічно Університет організовує захід “День відкритих дверей”, учасниками якого є майбутні абітурієнти та їхні батьки і НПП Університету. В онлайн форматі відбулися Дні відкритих дверей 27.01.2023 р. <http://surl.li/llfcs>; 16.02.2023 р. <http://surl.li/llfbw>; 4.05.2023 р. проведена онлайн-зустріч з майбутніми випускниками Інституту за ОС «Бакалавр» <https://cutt.ly/ewbGkz4K>.

Удосконалення системи програмних результатів та компетентностей ОП здійснювалось і на підставі результатів співпраці з представниками приватних підприємств та державних органів управління, що дозволяє врахувати регіональний аспект щодо потреб маркетологів у різних сферах економіки. Це відбувається під час проведення семінарів та конференцій, присвячених проблемам маркетингового управління; інших наукових заходах та зустрічах.

Викладачі кафедри є членами ГО «Об'єднання маркетологів України» (Пачева Н.О., Подзігун С.М., Малярчук Н.М.), у межах співпраці з цією ГО враховуються сучасні тенденції розвитку маркетингу, відповідно відбувається оновлене формування цілей та програмних результатів навчання ОП «Маркетинг».

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

Цілі та ПРН програми відображають тенденції розвитку спеціальності та ринку праці. Попит на фахівців сфери маркетингу засвідчив аналіз тенденцій розвитку національної економіки на Інтернет-ресурсах з працевлаштування ([rabota.ua](http://rabota.ua), [work.ua](http://work.ua), [hh.ua](http://hh.ua), [grc.ua](http://grc.ua)).

Як показав аналіз бази відкритих вакансій на сайті [grc.ua](http://grc.ua), спеціалісти сфери маркетинг, реклама, PR входять до п'ятірки найбільш затребуваних. На такі вакансії припадає 5% всіх актуальних пропозицій. Аналітики і тут утримують першість: на ці вакансії припадає 17% всіх актуальних пропозицій. Другу сходинку зайняла сфера «PR, маркетингові комунікації» – 15%. На третьому місці знаходиться планування та розміщення реклами – 9%. Дизайнерів та фахівців з управління маркетингом, шукають – 4,2% та 4,6% відповідно. Результати проведеного аналізу попиту вакансії спеціальності 075 Маркетинг розглядаються на засіданнях кафедри (протоколи кафедри № 4 від 28 жовтня 2022 р.)

Інноваційність та практична орієнтованість ОПП спрямована на формування компетентностей та навичок розв'язання поставлених завдань. В результаті ОПП неодноразово змінювалась, враховуючи сучасні тенденції розвитку спеціальності та ринку праці: актуалізація змісту освітніх компонентів, а також оновлення тематики кваліфікаційних робіт та робочих програм дисциплін.

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

Регіональний та галузевий контексти враховано при формулюванні цілей та ПРН ОПП. Галузевий та регіональний контекст ОПП враховує напрямки Стратегії розвитку Черкаської області 2021-2027 рр. <https://strategy2027-ck.gov.ua/wp-content/uploads/2021/01/Strategiya-rozvytku-CHerKaskoyi-oblasti-2021-2027.pdf> щодо потреби в спеціалістах сфери маркетингу. В регіоні функціонують суб'єкти, які потребують спеціалістів в сфері маркетингу, що спроможні ефективно працювати в мінливих ринкових умовах.

Галузевий контекст забезпечується викладанням ОК «Маркетинговий менеджмент», «Логістичний менеджмент». Регіональний – «Стратегічний маркетинг».

Під час всесвітньої пандемії COVID-2019 та воєнного стану в Україні дещо змінилися способи ведення бізнесу. Багато підприємств та організацій почали працювати за допомогою Інтернет, що призвело до потреби нових фахівців, таких як Digital-маркетолог, HR-маркетолог, бренд-маркетолог. Галузевий та регіональний контекст враховується через індивідуальну освітню траєкторію ЗДВО при виборі вибіркового компонент («Інтернет реклама і маркетингові стратегії», «Електронна комерція», «Бренд-менеджмент») та тем кваліфікаційних робіт.

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

Формулювання цілей, програмних результатів навчання та узгодження їх з освітніми компонентами ОПП Маркетинг базувалося на результатах аналізу аналогічних ОП вітчизняних ЗВО, зокрема: Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Національного університету «Києво-Могилянська академія», КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Національного авіаційного університету, Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Українські ЗВО у ході розробки ОП, формулюючи цілі та програмні результати, керуються чинним стандартом спеціальності 075 Маркетинг і враховують вимоги роботодавців до професіоналів з маркетингу. Також вивчався досвід провідних іноземних ЗВО: The University of Manchester, Великобританія (<http://surl.li/laemq>), The University of Arizona, США (<http://surl.li/laenv>), Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Польща (<http://surl.li/laene>), Uniwersytet Pomorski w Słupsku, Польща (<http://surl.li/laeoh>). З останнім укладено угоду про співпрацю (<http://surl.li/laehp>). Встановлено наявність спільних рис ОП, а саме: обов'язковість підготовки магістерського проекту (аналог випускної кваліфікаційної роботи) і стажування (аналог виробничої практики), що враховано при розробці даної ОП.

Крім того, згідно аналізованих ОП, набуття фахових компетентностей та досягнення програмних результатів навчання забезпечується ОК: «Маркетинговий менеджмент», «Маркетинговий аналіз», «Маркетингове планування», «Стратегічний маркетинг», «Бізнес-етика», які є обов'язковими у даній ОП.

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

Наявний Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ МОНУ № 960 від 10.07.2019 р.): <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>

ОПП Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг відповідає Стандарту і встановлює відповідність результатів навчання та компетентностей, визначених стандартом, а також відповідність результатів навчання та ОК.

Встановлені у вище зазначеному Стандарті програмні результати навчання (ПРН 1-ПРН 15) та результати навчання визначені закладом освіти (ПРН 16, ПРН 17) досягаються включеними до ОПП Маркетинг обов'язкових ОК і підсилюються вибірковыми компонентами.

ОПП повною мірою дозволяє досягти ПРН, що визначені у розділі V Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування, через реалізацію вимог до ОПП: обсяг кредитів, необхідний для здобуття ОС Магістр; перелік компетентностей випускника; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти; форми атестації ЗдВО.

Досягнення результатів навчання також відбувається в рамках практичної підготовки здобувачів (виробнича практика).

Реалізацію програми забезпечують висококваліфіковані кадри з вченими званнями і науковими ступенями, мають значний досвід науково-дослідної та навчально-методичної роботи і відповідають кваліфікації спеціальності згідно ліцензійних умов (див. табл. 2 додатку). Відповідність ПРН, ОК, методів навчання та оцінювання наведено в табл. 3.

### **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 для другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальність 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» затверджено Міністерством освіти і науки України (Наказ № 960 від 10.07.2019 р.).

## **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)?**

Зміст ОПП повністю відповідає теоретичному змісту предметної області спеціальності – сутності маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійному апарату, принципам, функціям, концепції маркетингу та історичним передумовам їх формування; специфіці діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; змісту маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.

ОПП містить обов'язкові та вибіркові компоненти. Обов'язкові ОК формують загальні і фахові компетентності та досягнення відповідних їм ПРН.

Вибіркові компоненти ОПП, призначені для формування індивідуальної освітньої траєкторії, включають перелік дисциплін вільного вибору студента, які, зокрема, направлені на розширення фахових компетентностей, додаткових знань в інших галузях, особистісний саморозвиток.

Економічним категоріям і принципам, що розкривають зміст маркетингових процесів, присвячено обов'язкові освітні компоненти (60%), а саме: «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Маркетинг інновацій», «Маркетингове планування», «Логістичний менеджмент», «Маркетинговий аналіз», а також дисципліни вільного вибору (26,7%).

ОПП Маркетинг зорієнтована на методи, методика та технології, які ЗдВО має застосовувати у своїй професійній діяльності. В процесі вивчення освітніх компонентів ОПП, що складаються з навчальних дисциплін, виробничої практики, ЗдВО оволодівають загальнонауковими та спеціальними методами, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

Зміст ОПП відповідає обладнанню та інструментам предметної області спеціальності. Навчальні дисципліни ОПП спрямовані на формування вмій та навиків щодо використання сучасного інформаційно-комунікаційного обладнання, інформаційних систем та програмних продуктів, що застосовуються в маркетингу.

Отже, зміст ОПП, визначений її цілями, ПРН та ОК відповідає предметній області спеціальності 075 Маркетинг.

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

Індивідуальна освітня траєкторія в університеті реалізується через студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Формування індивідуальної освітньої траєкторії забезпечується правом: вільного вибору навчальних дисциплін, самостійного вибору місця проходження практики, обрання тематики кваліфікаційних робіт, на академічну мобільність, неформальну/інформальну освіту. Частка дисциплін вільного вибору студента складає 24 кредити ЄКТС - це майже 27 % від заг-го обсягу ОПП. Студенти мають можливість бути членами наук. гуртка «Новітній маркетинг» <http://surl.li/lwped>, за бажанням на курсах можуть поглибити знання з іноз. мов, є учасниками культурно-спортивного життя та мають право на академ. мобільність.

Процедура формування інд. осв. траєкторії регламентована: «Положення про організацію освітнього процесу в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/LwvlfYA7>.

«Положення про порядок вільного вибору навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/MwvlGKov>.

«Положення про порядок реалізації прав на академічну мобільність учасниками освітнього процесу УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/NwvxmMTr>.

Переліки та силабуси вибіркового вибору дисциплін, Інструкція для ЗДВО щодо особливостей вільного вибору навчальних дисциплін щорічно оновлюються та розміщуються на сайті Інституту <https://econom.udpu.edu.ua/pro-fakultet/navchannya/dystsypliny-vilnoho-vyboru>.

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

Здобувачі вищої освіти можуть реалізувати своє право на вибір навчальних дисциплін керуючись «Положенням про порядок вільного вибору навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/MwvlGKov>.

На сайті Інституту оприлюднюється перелік дисциплін вільного вибору студента (<https://econom.udpu.edu.ua/pro-fakultet/navchannya/dystsypliny-vilnoho-vyboru>) та Інструкція для здобувачів освіти Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти щодо особливостей вільного вибору навчальних дисциплін. Проводяться зустрічі <https://cutt.ly/uwnyWa5J> та <https://cutt.ly/6wndk3ID>, де інформують студентів про терміни та особливості здійснення вибору. Куратори академічних груп надають інформаційно-консультаційний супровід здобувачів протягом всього процесу вибору ВК. В цей же час здобувачі освіти можуть ознайомитись зі змістом дисциплін вільного вибору шляхом опрацювання силабусів цих дисциплін <https://cutt.ly/6wvx7K5G>.

Здобувачі освіти, ознайомившись зі змістом дисциплін (силабусами), до встановленої розпорядженням першого проректора дати, мають подати заяви на вивчення дисциплін вільного вибору на кафедру відповідальній особі.

ЗДВО другого (магістерського) рівня вищої освіти, у яких вивчення дисциплін вільного вибору передбачено уже у першому навчальному році, здійснюють свій вибір упродовж перших двох тижнів навчання.

ЗДВО на другий навчальний рік здійснюють вибір навчальних дисциплін на початку весняного семестру, який передую навчальному року, під час якого заплановане їх вивчення.

Вибрані здобувачем освіти дисципліни включаються до індивідуального навчального плану і є обов'язковими для вивчення.

Формування переліку вибіркового вибору дисциплін відбувається відповідно до вимог ринку праці, реалій сьогодення, пропозицій стейкхолдерів та ін. Перелік розробляється робочою групою на кафедрі, до складу якої входить: гарант ОПП, члени групи забезпечення, студентство тощо.

На основі згрупованої інформації аналізуються результати вибору студентами ВК; готується службова записка щодо формування списків груп ЗДВО на вивчення дисциплін вільного вибору; результати вибору затверджуються.

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

Практична підготовка здобувачів вищої освіти ОПП Маркетинг регламентована такими положеннями: «Положення про організацію освітнього процесу в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/LwvlfYA7>, «Положення про організацію практик в УДПУ» <https://cutt.ly/uMctk6N> (прот. № 10 від 26.01.2021 р.).

Виробнича практика тривалістю 6 тижнів (9 кредитів ЄКТС) запланована у II семестрі. Завдання виробничої практики спрямовані на закріплення та поглиблення теоретичних знань отриманих в процесі навчання; формують професійні уміння і навички вирішення складних задач у сфері маркетингу.

ОК Стратегічний маркетинг, Маркетинговий менеджмент, Логістичний менеджмент, Маркетинг інновацій закладають теоретичну основу проходження подальшої практичної підготовки.

Практична підготовка формує професійні уміння для виконання майбутніх проф. обов'язків та розвиває наступні компетентності в здобувачів вищої освіти: ЗК 1, ЗК 2, ЗК 3, ЗК 4, ЗК 5, ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ЗК 9, ФК1, ФК2, ФК3, ФК4, ФК5, ФК6, ФК7, ФК8, ФК9, ФК10. По завершенню практики проводяться опитування здобувачів <https://cutt.ly/Mwnyk5nj> (прот. № 15 від 23 червня 2023 р.).

Базами практики є підп-ва, орг-ції, суб'єкти госп-ня, органи виконавчої влади та місцевого самоврядування.

Укладено договори щодо проведення практик. На розширених засіданнях кафедри за участі представників роботодавців та інших стейкхолдерів обговорювалися зміст і завдання практичної підготовки ЗДВО (прот. № 10 від 30 березня 2023 р., прот. № 3 від 13 вересня 2023 р.).

## **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**

Набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок «soft skills», які відповідають цілям і результатам навчання,



забезпечується ОК, котрі в найбільшій мірі формують «soft skills», а саме: «Стратегічний мар-г», «Маркетинговий мен-т», «Логістичний мен-т». В цілому набуття ЗдВО соціальних навичок «soft skills» забезпечується вивченням таких ОК: «Психологія упр-ня» (оволодіння навиками працювати в команді, особистісного зростання як організатора/керівника, механізму прийняття управлінських рішень, оптимального розподілу професійних та соціальних ролей у групі, організованості та ефективності спільної діяльності в колективі, набуття лідерських якостей, стресостійкості), «Бізнес-етика в галузі» (соціальні навички ділової комунікації, дотримання професійно-етичних стандартів), «Методологія та орг-ція наук. досліджень» (здійснення науково-пізнавальної діяльності, активна взаємодія між ЗдВО, соціальна комунікація), «Ділова іноземна мова» (оволодіння мовними навичками ділової комунікації). Під час практичної підготовки ЗдВО набувають навичок організаторської та управлінської діяльності, міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач у сфері маркетингу. Бобриньова С.Д., практичний психолог Унів-ту, <http://surl.li/girwz> у роботі зі студентами застосовує тренінгові програми з розвитку навичок «soft skills». Крім того, у ЗдВО розвиток даних навичок сприяють проведені наступні заходи: конференції, науково-практичні семінари, тренінги, майстер-класи, благодійні акції і т.д.

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

Професійний стандарт 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)?**

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в УДПУ імені Павла Тичини <https://cutt.ly/LwvFYA7> навантаження здобувача з дисципліни складається з навчальних занять (лекцій, практичних занять, консультацій), самостійної роботи та проходження контрольних заходів, на які розподілено кредити, встановлені для навчальних дисциплін. Кількість встановлених для дисципліни кредитів перераховують в години, які розділяються на аудиторні та самостійну роботу. Сумарний обсяг ауд. навчальних занять для денної форми навчання за ОС Магістр не повинен перевищувати 18 год. на тиждень.

Обсяг освітніх компонентів ОПП становить 90 кредитів ЄКТС. Навантаження одного навчального року складає, як правило, 60 кредитів ЄКТС. Обсяг одного кредиту ЄКТС становить 30 академічних годин.

Загальне навантаження за ОПП регламентується навчальним планом і складає 2700 годин.

Відповідно до Положення про самостійну роботу здобувачів вищої освіти в УДПУ <https://cutt.ly/RMctbke>

навчальний час, відведений для самостійної роботи здобувача вищої освіти, повинен знаходитися в межах від 1/3 до 2/3 загального обсягу навчального часу, відведеного для вивчення конкретної навчальної дисципліни.

Співвідношення обсягу аудиторних занять і самостійної роботи здобувача вищої освіти визначається з урахуванням специфіки та змісту конкретної навчальної дисципліни, її місця, значення в реалізації освітньої програми, а також питомої ваги в освітньому процесі.

### **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**

На сьогоднішній день підготовка здобувачів вищої освіти ОПП Маркетинг за дуальною формою освіти не здійснюється.

## **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://udpu.edu.ua/vstup/pravylya-pryiomu>

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

Правила прийому до УДПУ імені Павла Тичини розроблено відповідно до Порядку прийому та оприлюднено на офіційному вебсайті <https://udpu.edu.ua/vstup/pravylya-pryiomu>.

Прийом здійснюється на основі ліцензії <http://surl.li/fyxf>. Відповідно до Правил приймаються особи, які здобули ступінь бакалавра, магістра, (ОКР спеціаліста), здобутого за відповідною та іншою спеціальностями. Вступники за денною та заочною формами навчання на ОПП Маркетинг подають заяви та документи, встановлені Правилами прийому. Правила прийому враховують специфіку ОПП, оскільки при вступі вступники у 2022 році використовувалися результати МТНК та фахового випробування. У 2023 році – на основі ОС Бакалавр – результати ЄВІ та ЄФВВ; на основі ОС Магістр з іншої спеціальності – результати співбесіди з іноземної мови та фахового вступного випробування (Додаток 4) <http://surl.li/lxae>.

Мінімальний позитивний бал результатів ЄВІ, ЄФВВ або фахових випробувань становить 100 балів.

Програми вступних випробувань формуються щорічно відповідно до Порядку робочою групою, розглядаються на засіданнях відповідних кафедр та затверджуються в установленому порядку <https://udpu.edu.ua/vstup/prohramy-vstupnykh-vyprobuvan>.

Конкурсний відбір здійснюється відповідно до Правил. Рейтинговий список формується за конкурсним балом на

загальних підставах. Правила відповідають вимогам законодавства та не містять дискримінаційних норм.

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

Визнання результатів навчання вступників, отриманих в інших ЗВО, регулюється Правилами прийому УДПУ, Положення про порядок перезарахування результатів навчання та визнання академічної різниці в УДПУ імені Павла Тичини <https://cutt.ly/dwvxRhN9>, Положенням про порядок відрахування, поновлення, переведення здобувачів вищої освіти УДПУ <https://cutt.ly/PMctFDi>, Положенням про організацію освітнього процесу УДПУ <https://cutt.ly/LwvlfYA7>, Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу УДПУ <https://cutt.ly/NwvxmMTr>.

При поновленні у складі студентів перезарахування ОК здійснюється за заявою особи на підставі академ. довідки. Перезарахування ОК може бути прийняте за умови однакової назви, обсягу та форм підсумкового контролю. Комісія формується у випадках: назви ОК мають значні розбіжності, але при порівнянні навчальних програм дисциплін співпадають змістова частина та вимоги до знань, умінь та навичок студента; загальний обсяг годин відрізняється, але не менший 75% обсягу дисципліни, передбаченої навч. планом. При переведенні, поновленні, зарахуванні на базі попереднього ОКР осіб, які не навчалися за кредитно-модульною системою, оцінки, одержані ними, переводяться за шкалою ЄКТС та 100-бальною шкалою відповідно до чинної в університеті шкали оцінювання за макс-ми значеннями. Всі документи, що регулюють питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, розміщено на сайті Університету та знаходяться у відкритому доступі.

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

Практики застосування вказаних правил на ОПП Маркетинг не було.

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

Механізм визнання результатів неформальної освіти передбачений Порядком визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти в УДПУ <https://cutt.ly/2wvxPZUf> і регулюється Положенням про ЄКТС навчання в УДПУ <https://cutt.ly/mwvxAtCU>, зокрема в пункті 5.10. зазначено, що трансфер кредитів може здійснюватися у порядку перезарахування кредитів, які були встановлені студентам під час навчання на інших ОП, та можливого визнання результатів неофіційного та неформального навчання.

Процедура визнання результатів розпочинається з подання студентом заяви та підтверджуючих документів; формування предметної комісії (директор, гарант ОПП, НПП, які викладають ОК), яка визначає можливість визнання, оцінювання для визнання РН.

Поінформованість ЗдВО щодо порядку та процедури визнання РН, здобутих у неформальній освіті, відбувається через сайт <https://cutt.ly/pwvQskzp> та під час зустрічей з гарантом ОПП <https://cutt.ly/zwvmNBvCI>. Визнання результатів здобутих у неформ./інформ-й освіті, дозволяється для дисциплін, які будуть викладатися в наступному семестрі і поширюється як на обов'язкові ОК (складові ОК), так і на вибіркові дисципліни ОПП. Загальний обсяг ОК, що зараховуються, не може перевищувати 25% відповідної ОПП.

Університет, відповідно статуту, сприяє проведенню і організації навчальних, просвітницьких і науково-популярних заходів та реалізує такі заходи неформальної освіти: курси, тренінги, семінари, майстер-класи, лекції, практикуми.

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

Відповідно до Порядку визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини <https://cutt.ly/2wvxPZUf> ЗдВО може бути визнано та перезараховано певні освітні компоненти (складові ОК) ОП. За рішенням предметної комісії визнані результати навчання, отримані студентами шляхом неформальної освіти під час проходження онлайн-курсів на платформі Prometheus. Так, у 2022-2023 н.р. студентам 1 курсу ОС Магістр ОПП Маркетинг Корнеєвій Ользі, Корнеєвій Ірині, Кубарській Дарині було зараховано як ІНДЗ (в обсязі 0,5 кредита) ОК «Комплексний (міжпредметний) тренінг ОПП Маркетинг з кількістю балів – 20 <https://cutt.ly/nwbHjXrv>.

#### **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**

Освітній процес в Університеті здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу <https://cutt.ly/LwvlfYA7> та передбачає використання таких форм навчання: навчальні заняття (лекція, семінарське, практичне заняття, консультація); самостійна робота (самостійне опанування ОК, індивід. завдання); практична підготовка; контрольні заходи (екзамен, залік, диф. залік, контрольні роботи, захист кваліфікаційних робіт), також можуть використовуватися і інші форми організації освітнього процесу.

Форми і методи викладання сприяють досягненню заявлених цілей ОПП та ПРН. На ОПП використовуються такі

основні види навч-х занять: лекції, практичні, семінарські, індив.заняття, консультації. Для досягнення ПРН пріоритетним є використання викладачами активних методів навчання, спрямованих на формування та закріплення професійних знань, умінь та навичок, розвиток професійних якостей майбутнього фахівця. Викладачі використовують такі форми навчання: мозковий штурм, проблемне навчання, дебати, перехресна дискусія, проектний метод, кейс-метод, ділові ігри та ін.

В умовах воєнного стану освітній процес може забезпечуватися з використанням технологій дистанційного навчання. Положення про дистанційне навчання в УДПУ <https://cutt.ly/8McyI3c> передбачає дистанційне навчання у асинхронному (Moodle, Google Classroom, месенджери) та у синхронному режимі (Google Meet, Zoom тощо). У табл.3 додатку наведено матрицю відповідності ПРН, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання.

### **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?**

В Університеті реалізація студентоцентрованого підходу проходить шляхом відкритості спілкування, свободи вчення, індивідуалізації розвитку особистості, активного (інтерактивного) навчання. Здобувач є активним партнером, зацікавленим у якісній освіті.

Для більш зрозумілого вибору здобувачами освітніх компонентів ОПП на сайті Інституту (<https://econom.udpu.edu.ua/obov-yazkovi-osvitni-komponent>) розміщені силабуси освітніх компонентів, які висвітлюють інформацію про мету та зміст освітнього компонента, форми та методи навчання та результати навчання.

Для реалізації студентоцентрованого підходу в Університеті проводиться цілеспрямована робота щодо активізації включення здобувачів до процесів навчальної, наукової та громадської діяльності «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини <https://cutt.ly/gwbJu8G2>.

Здобувачі проходять щорічні опитування (анкетування), результати яких дозволяють визначити рівень задоволеності методами, формами навчання і викладання, створене в УДПУ освітнє середовище повністю задовольняє їх потреби та інтереси. Отримані результати опитування обов'язково розміщують на сайті <https://cutt.ly/ewpuzlZF> та ретельно аналізуються на засіданні кафедри (прот. каф. № 12 від 19 травня 2023 р.), за потреби, формуються пропозиції щодо вдосконалення освітньої програми.

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

ОПП орієнтована на реалізацію індивідуальної роботи з кожним здобувачем. Головною передумовою забезпечення якості освітнього процесу є реалізація принципів академічної свободи здобувачів та викладачів.

В основі розробки ОПП є студентоцентрований підхід. ЗдВО самостійно формують свою освітню траєкторію, обирають вибіркові ОК, це регулюється Положенням про порядок вільного вибору навч. дисц. ЗдВО <https://cutt.ly/MwvlGKov>, силабуси <https://cutt.ly/6wvx7K5G>. Політика університету дозволяє ЗдВО навчатися в іншому ЗВО за програмою академ.мобільності «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу УДПУ» <https://cutt.ly/NwvxmMTr>. Для ЗдВО проведено інформативну зустріч про діючі програми академічної мобільності та умови участі в них <https://cutt.ly/kwvETG9P>.

Корнеєва І. 3-9 вересня 2023 р. учасниця Міжнар. літньої школи «Start-ups, transfer and digital studies» (Польща, Німеччина). (прот. № 2А від 28 серпня 2023 р.) <https://cutt.ly/EwvWuLzK>. Корнеєва О. учасниця Міжнар. проєкту обміну «Від Уманя до Познаня: кордон не перешкода, спільне єднає...» (Польща) 1-7 жовтня 2023 р. (прот. № 3А від 20 вересня 2023 р.) <https://cutt.ly/awndUBLZ>.

Академічна свобода НПП розкривається у праві змістовно та методологічно вільно конструювати свої заняття зі ЗдВО у форматі навчального процесу з врахуванням потреб здобувачів, обрання методів та засобів навчання, які забезпечують високу якість освітнього процесу, вільно висловлювати свою наукову думку.

### **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 \***

Для забезпечення відкритості інформації, на сайті Університету розміщується інформація, яка стосується цілей, змісту та очікуваних результатів навчання за ОПП Маркетинг (<https://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-programu/3160>), також інформацію про ОПП розміщено на сайті Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти (<https://econom.udpu.edu.ua/pro-fakultet/navchannya/osvitni-programu>).

Кожен викладач на першому занятті ознайомлює учасників освітнього процесу зі змістом дисципліни, її цілями та очікуваними результатами навчання. Додатково інформація про зміст ОК міститься у силабусах, які визначають політику освітнього компонента в цілому, основні теми «Положення про силабус навчальної дисципліни Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/AMcyaur> та є у відкритому доступі на сайті Інституту (<https://econom.udpu.edu.ua/obov-yazkovi-osvitni-komponenty>). Більш детальну інформацію про цілі, зміст, порядок вивчення навчальної дисципліни та методи контролю результатів її вивчення містять робочі програми «Положення про робочу програму навчальної дисципліни» <https://cutt.ly/RMcyhKE>, з якою можна ознайомитися здобувачам вищої освіти в інформаційно-освітньому середовищі Moodle <https://cutt.ly/AMciqjW>.

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

Поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОПП є одним із найважливіших засобів підвищення якості підготовки фахівців, здатних творчо застосовувати у практичній діяльності досягнення науково-технічного

прогресу. Науково-дослідна робота здобувачів в університеті є продовженням та поглибленням освітнього процесу та виконується у позанавчальний час. Науково-дослідна робота студентів передбачає: виконання ІНДЗ та кваліфікаційних робіт, участь в наукових організаційно-масових заходах різного рівня: наукових семінарах, конференціях.

Задля найбільшого оволодіння методами наукових досліджень, до ОПП Маркетинг включена ОК Методологія та організація наукових досліджень. Під час вивчення даної дисципліни студенти оволодівають знаннями методологічно-організаційних основ наукової праці та набувають практичних навичок для успішного проведення науково-дослідної роботи.

На кафедрі маркетингу, менеджменту та управління бізнесом функціонує Науково-дослідна лабораторія маркетингу та управління бізнесом <https://cutt.ly/НМсіЕу2>. Функціонують такі студентські наукові гуртки та проблемні групи <https://cutt.ly/ЖМсіUо>: «Маркетинг в системі управління сучасним підприємством», «Актуальні проблеми маркетингової політики ціноутворення» та «Новітній маркетинг», основними завданнями яких є: сформулювати стійкий інтерес до пошукової і дослідницької діяльності у сфері маркетингу, сприяти розвитку у здобувачів схильностей до науково-дослідної роботи, прагнення знаходити нестандартні рішення професійних завдань із застосування навичок soft skills. Ще одною формою науково-дослідної роботи в університеті, що доповнює освітній процес є участь здобувачів у наукових заходах різного рівня (університетські, регіональні, всеукраїнські, міжнародні). До них можуть бути віднесені: наукові семінари, конференції, симпозиуми, конкурси наукових та навчально-дослідних робіт здобувачів. В Навчально-науковому інституті економіки та бізнес-освіти щороку проводиться конференція (план на 2023 рік <https://cutt.ly/5MvItwD>). У 2022-2023 н.р. відбулися: Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція здобувачів вищої освіти та молодих учених «Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки» <http://surl.li/fxсер>, Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні питання розвитку економіки: світові та національні аспекти» <http://surl.li/lffi>, Конференції дають можливість здобувачам публікувати результати своїх досліджень.

Також на базі Університету функціонує Студентське наукове товариство «Положення про студентське наукове товариство» <https://cutt.ly/qMсuseq>, яке діє з метою координації, організаційного та науково-методичного забезпечення роботи з обдарованою молоддю, створення сприятливих умов для розвитку і реалізації творчих здібностей студентів університету, залучення їх до активної науково-дослідної, пошукової діяльності у процесі навчання в університеті.

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

Відповідно до «Положення про робочу програму навчальної дисципліни» <https://cutt.ly/RMсyHKE> зміст освітніх компонентів ОПП Маркетинг переглядаються та оновлюються науково-педагогічними працівниками щороку. Щоб освітні компоненти зберігали свою сучасність та актуальність, вбираючи в себе найважливіші відкриття науки, актуальні питання прикладних та теоретичних досліджень, викладачі постійно підвищують свою кваліфікацію, беруть участь у роботі науково-практичних конференціях, семінарах та вебінарах, проходять міжнародні стажування з метою поглиблення теоретичних та практичних знань на основі сучасних досягнень науки в сфері маркетингу та впровадження результатів досліджень у зміст навчальних дисциплін. Тому викладачами приймаються та реалізуються своєчасні рішення щодо оновлення змісту навчальних дисциплін враховуючи основні наукові досягнення у галузі маркетингу, аналіз результатів моніторингу здобувачів вищої освіти та стейкхолдерів для забезпечення високої якості освіти, її доступність, відкритість та привабливість для здобувачів. Обговорення та затвердження оновленого змісту освітніх компонентів відбувається на засіданнях кафедри (протокол №2 від 22 серпня 2023 р.) та погоджується з гарантом ОП та затверджуються на науково-методичній комісії інституту. Так, наприклад ОК «Маркетинговий аналіз» викладає доцент Білошкурська Н. В., яка захистила випускную роботу за програмою підвищення кваліфікації «Удосконалення методичного забезпечення маркетингових досліджень ціноутворення на ринку інновацій»; пройшла підвищення кваліфікації: «Маркетинг. Менеджмент»; включила до змісту лекцій наукові публікації «Моделювання та факторний аналіз детермінант ціноутворення на регульованому державою конкурентному ринку: приклад українського ринку борошна». Гарант Пачева Н.О. пройшла підвищення кваліфікації за категорією «Науково-педагогічні працівники університетів, академій, інститутів», захистила роботу на тему «Сучасні інформаційні технології в освіті та науці». До змісту лекцій ОК «Маркетинговий менеджмент» доцент Пачева Н. О., включила наукові публікації «Організація маркетингового менеджменту в системі управління підприємством», а до ОК «Стратегічний маркетинг» - «Стратегічний маркетинг у воєнний та післявоєнний час».

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

Університет розвивається у напрямку актуальних тенденцій, здійснюючи освітню експансію на світовому ринку.

Інтернаціоналізація освіти та науки в університеті є одним із пріоритетів розвитку, що викладена в Концепції інтернаціоналізації УДПУ на 2020-2025 рр. <https://cutt.ly/CMvIhG6>.

УДПУ є членом міжнародної організації Magna Charta Universitatum Observatory. На сайті університету розміщено перелік угод з міжнародними навч-ми закладами <http://surl.li/anvhu>

Участь Інституту у грантовому проєкті «Academies4Ukraine – Strengthen Higher Education resilience in Ukraine and European Union» (стартап компанія «I-STRATEGIES»(Італія) <http://surl.li/lftrz>

Бібліотека універ. проводить інформаційно-бібліотечне забезпечення якості освіти, надаючи доступ до ел.ресурсів на платформі Research&Life, наукометричних баз Scopus та Web of Science.

НППІ, які забезпечують реалізацію ОПП беруть активну участь у різних міжнар. наукових заходах. Гарант Пачева Н. О. та Подзігун С. М. (2022 р.) пройшли наукове стажування «Академічна доброчесність» <https://cutt.ly/mMvIbKB>

(Польща); Корнієнко Т. О., Пачева Н. О. пройшли курси підвищ. квал. «Весняна школа Вернадського–2023 «Сталий, інклюзивний та розумний розвиток в контексті децентралізації: досвід ЄС» <http://surl.li/lfldr>; Офісом підтримки вченого проведено круглий стіл «Цифрова трансформація наукової діяльності у закладах вищої освіти в

## **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?**

В основу системи оцінювання успішності здобувачів вищої освіти покладено поточний контроль, модульний контроль та підсумковий контроль, які є системою накопичення балів здобувачів вищої освіти у процесі навчання. Контроль самостійної роботи здобувача вищої освіти є ще одним засобом об'єктивного оцінювання якості знань, умінь та навиків, набутих під час вивчення навчальної дисципліни. Організація контрольних заходів в Університеті здійснюється відповідно до «Положення про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/sMcyQH1>, «Положення про організацію освітнього процесу в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/LwvlFYA7>, «Положення про Європейську кредитно-трансферну систему навчання в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/mwvxhA1CU>, «Положення про самостійну роботу здобувачів вищої освіти в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/RMctbke>, «Положення про дистанційне навчання в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/8McyI3c> та «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/gwbJu8G2>.

Поточний контроль здійснюється під час проведення різних видів навчальних занять і має на меті перевірку рівня знань здобувачів вищої освіти з відповідної дисципліни. Проведення поточного контролю успішності здобувачів ОПП Маркетинг визначається відповідною робочою програмою навчальної дисципліни.

Модульний контроль, як правило, проводять у формі тестів, відповідей на теоретичні питання або розв'язання практичних завдань тощо. Цей контроль має на меті виявити, наскільки успішно студенти оволодівають системою знань на визначених етапах вивчення відповідної дисципліни, який загальний рівень їх засвоєння щодо сучасних вимог.

Підсумковий контроль включає семестровий (річний) контроль та випускні атестації студентів. Семестровий контроль з певної дисципліни проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового екзамену або заліку в терміни, встановлені графіком освітнього процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеного робочою програмою дисципліни. Форма проведення семестрового контролю (усна, письмова, комбінована, тестування тощо), зміст і структура екзаменаційних білетів (контрольних завдань), критерії оцінювання зазначаються у робочій програмі навчальної дисципліни й доводяться до відома студентів на першому занятті. Випускні атестації студентів проводиться екзаменаційною комісією після виконання програми підготовки.

Поточний та модульний контроль може здійснюватися дистанційно з використанням платформи Moodle <https://cutt.ly/AMciqjW>, що забезпечує можливість перевірки досягнень студента дистанційно.

Атестація випускників ОС Магістр ОПП Маркетинг проводиться у формі Комплексного екзамену за фахом та захисту кваліфікаційної роботи.

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

Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання здобувачів визначено у Положенні про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в УДПУ імені Павла Тичини <https://cutt.ly/sMcyQH1> та Положенні про організацію освітнього процесу в УДПУ імені Павла Тичини <https://cutt.ly/LwvlFYA7>.

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання навчальних дисциплін прописані у самій ОПП, є чіткими та зрозумілими, деталізуються в навчальних планах та в робочих програмах навчальних дисциплін. Інформація про них повідомляється викладачем здобувачам вищої освіти на першому занятті та є доступною на сайті Університету. Система контрольних заходів передбачає кількісні та якісні критерії оцінювання. За кількісними критеріями оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно; зараховано, незараховано), 100-бальною шкалою та шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F). Якісні критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти представлені у робочих програмах навчальних дисциплін як необхідний обсяг компетентностей та програмних результатів навчання.

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

Інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання надається викладачем на першому занятті. Здобувач вищої освіти самостійно може ознайомитися з інформацією про форми контрольних заходів до початку вивчення дисципліни, яка міститься на офіційному сайті Інституту (переліки заліків та екзаменів, навчальний план, розклад занять, силабуси) <https://econom.udru.edu.ua/>.

Також ЗДВО може ознайомитись з документами (робочими навч. програмами, шкалою та критеріями оцінювання), що містять відповідну інформацію, використовуючи інформаційно-освітнє середовище Moodle <https://cutt.ly/AMciqjW>.

З розкладом заліково-екзаменаційної сесії, графіком проведення ректорських контрольних робіт здобувач вищої освіти може ознайомитись на дошці оголошень та на офіційному сайті Інституту.

З графіком та процедурою проведення ректорських контрольних робіт, студентів ознайомлюють НПП, заступник директора з навчально-методичної роботи, куратори («Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в УДПУ» <https://cutt.ly/BwmeiYjE>). Результати РКР обговор. на засіданні кафедри (прот. № 4 від 28 жовтня 2022 р. та № 15 від 23 червня 2023 р).

Результати поточного і семестрового контролю обговор. на кафедрі (прот. № 7 від 4 січня 2023 р., № 15 від 23 червня 2023 р.).

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

Форма атестації, передбачена ОПП, відповідає вимогам Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня спеціальності 075 Маркетинг. Згідно Стандарту атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Стандарт ВО передбачає можливість ЗВО на власний розсуд встановлювати додаткові форми випускної атестації, крім передбачених стандартом. Тоді як кваліфікаційна робота дозволяє перевірити можливість вирішення здобувачем комплексних завдань за спеціальністю, а випускний екзаме́н - набуття всіх передбачених ОПП компетентностей та програмних результатів навчання, що було відзначено, зі сторони роботодавців, при обговоренні ОП ще у 2022 році. В підсумку було введено до випускної атестації Комплексний екзаме́н за фахом (№ 7 від 22 лютого 2022 р.).

Атестація ЗДВО ОС «Магістр» регулюється наказами МОН України та внутрішніми нормативними документами, а саме: «Положення про організацію освітнього процесу в УДПУ» <https://cutt.ly/LwvlfYA7>, «Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії» <https://cutt.ly/IMcyVJV>, «Положення про випускні кваліфікаційні роботи в УДПУ» <https://cutt.ly/5MvIVWX> та ін.

Головним завданням атестації випускників є набуття компетентностей та досягнення ПРН, отриманих студентом протягом навчання.

Кваліфікаційна робота перевіряється на ознаки плагіату за допомогою програми Anti-Plagiarism. Оцінювання екзаменаційною комісією проводиться за 100-бальною шкалою, відповідно до національної шкали та шкали ECTS.

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

Організація, планування та проведення контрольних заходів в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини регулюється «Положення про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/sMcyQNI>, «Положенням про організацію освітнього процесу в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/LwvlfYA7>, «Положенням про Європейську кредитно-трансферну систему навчання в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/mwvxA1CU>, «Положенням про самостійну роботу здобувачів вищої освіти в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/RMctbke>, «Положення про організацію практик в УДПУ імені Павла Тичини (денної та заочної форми навчання)» <https://cutt.ly/uMctk6N>, «Положенням про дистанційне навчання в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/8McyI3c>, «Порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/2wvxPZUf>, «Концепцією вивчення іноземних мов здобувачами вищої освіти УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/6Mcy94X>. Вказані документи є у вільному доступі на сайті Університету.

Інформація щодо процедури проведення контрольних заходів доступна на сайті Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти у рубриці «Освітній процес» <https://econom.udpu.edu.ua/pro-fakultet/navchannya>.

Куратори академічних груп, гаранті забезпечують доступність інформації учасникам освітнього процесу.

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

Порядок перевірки, об'єктивність оцінювання та процедури запобігання і врегулювання конфлікту інтересів учасників освітнього процесу відображено у «Положенні про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/mMcu6c6>, «Положенні про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/sMcyQNI>, «Положенні про організацію освітнього процесу в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/LwvlfYA7>, «Етичному кодексі наук-педаг-х та педагогічних працівників УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/oMcrCr> та «Кодексі академічної доброчесності УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/dMcrQZC>.

Окрім вище викладеного об'єктивність екзаменаторів забезпечується високим рівнем кваліфікації та досвідом НПП. В Університеті об'єктивність екзаменаторів реалізується правилами проведення контрольних заходів, які доступні для всіх учасників освітнього процесу у системі Moodle <https://moodle.dls.udpu.edu.ua/>.

Формування складу екз-х комісій для проведення підсумкової атестації здійснюється відповідно до «Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/IMcyVJV>. Засідання ЕК є відкритими. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

Конфлікту інтересів, а також випадків оскарження результатів контрольних заходів за цією ОПП не відбувалося.

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів регулюється «Положенням про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в УДПУ» <https://cutt.ly/sMcyQNI>, «Положенням про організацію освітнього процесу в УДПУ» <https://cutt.ly/LwvlfYA7>. У Положенні вказано, що здобувачам, які отримали під час семестрового контролю незадовільні оцінки, дозволяють ліквідувати академічну заборгованість. ЗДВО, які одержали під час екзаменаційної сесії незадовільні оцінки (FX), мають право ліквідувати академічну заборгованість у встановлені терміни до початку наступного семестру. Повторне складання екзаменів допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз – НПП, другий – комісії, яку створює директор інституту. ЗДВО, які не ліквідують академічну заборгованість у встановлені терміни, відраховують з Університету.

З розкладом ліквідації академічної заборгованості студент може ознайомитись на дошці оголошень та сайті Інституту в рубриці «Розклад заліково-екзаменаційної сесії» <https://cutt.ly/owvW1OUF>.  
Відповідно до «Положення про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії в УДПУ» <https://cutt.ly/IMcyVJV>, ЗдВО, які не склали кваліфікаційні іспити та/або не захистили випускню квал. роботу у зв'язку з неявкою без поважних причин або отриманням незадовільної оцінки, мають право на повторну (з наступного навчального року) атестацію впродовж трьох років після відрахування із ЗВО.  
Випадків оскарження результатів контрольних заходів за ОП не було.

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

Порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів в Університеті встановлює «Положення про контроль та оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/sMcyQHI> та «Положення про організацію освітнього процесу в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/LwvlFYA7>. У Положенні вказано, що якщо здобувач вищої освіти вважає, що науково-педагогічний працівник оцінив відповідь необ'єктивно, то у день оголошення оцінки він може подати вмотивовану апеляційну заяву на ім'я директора інституту, за розпорядженням якого створюють апеляційну комісію в складі: директор інституту, заступник директора, завідувач кафедри, НПП відповідного профілю, представник студентського самоврядування інституту. За рішенням комісії на засідання може бути запрошений викладач-екзаменатор та /або здобувач вищої освіти.

Апеляційну заяву подає особисто здобувач вищої освіти в письмовому вигляді в день оголошення результатів. Апеляцію розглядають на засіданні апеляційної комісії не пізніше наступного робочого дня після її подання. За бажанням заявника він може бути присутнім при розгляді апеляційною комісією своєї заяви.  
Практики оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів за освітньою програмою не було.

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

Центральними нормативними документами Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, що регулюють питання дотримання академічної доброчесності, є «Кодекс академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/dMcrQZC> та «Етичний кодекс науково-педагогічних та педагогічних працівників Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/oMcrICr>, до яких є вільний доступ на офіційному сайті Університету.  
Особливо про питання дотримання академічної доброчесності наголошується при написанні кваліфікаційних робіт. Окрім цього, гарант ОП, завідувач кафедри та викладачі проводять бесіди на тему академічної доброчесності із ЗдВО <https://cutt.ly/zwvmNBCL>. Студенти на сайті університету можуть ознайомитися із «Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/rwvxJC8Q>, Положення про групу сприяння академічній доброчесності УДПУ імені Павла Тичини <https://cutt.ly/ewvxC4cs>.  
Антикорупційна діяльність: <https://udpu.edu.ua/pro-universytet/dokumenty/antykoruptionsiina-diialnist>. Функціонує скринька довіри <https://cutt.ly/SMciseo>.

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

Дотримання принципів і правил академічної доброчесності учасниками освітнього процесу є складовою внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.  
Відповідно до «Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/rwvxJC8Q> упродовж 10 днів після реєстрації кваліфікаційної роботи в системі «Anti-Plagiarism» відповідальний за перевірку видає висновок про результати перевірки роботи на плагіат у роздрукованому вигляді. Висновок про результати перевірки роботи на плагіат обов'язково додається до роботи.  
Організація інформувань науково-педагогічних, наукових працівників та здобувачів вищої освіти щодо необхідності дотримання стандартів і процедур академічної доброчесності.

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

Популяризація принципів академічної доброчесності серед студентів в межах ОПП відбувається під час вивчення ОК «Методологія та організація наукових досліджень», «Бізнес-етика в галузі», на вступних лекціях та на кураторських годинах. ЗВО інформує про необхідність дотримання учасниками освітнього процесу принципів і правил академічної доброчесності, ознайомлюють з «Кодексом академічної доброчесності УДПУ» <https://cutt.ly/dMcrQZC>, «Етичним кодексом науково-пед-х та педагогічних працівників УДПУ» <https://cutt.ly/oMcrICr>.  
Гарант ОПП Пачева Н.О. і зав.кафедри Подзігун С.М. у 2022 році перейняли досвід зарубіжних закладів освіти щодо реалізації академічної доброчесності в освітньому середовищі і пройшли наукове стажування «Академічна доброчесність» (Польща) <https://cutt.ly/mMvIbKB>. НПП Інституту прийняли участь у Форумі академічної доброчесності, організованого Unichек Україна спільно з Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти <https://cutt.ly/IMvOxPD>. Гаранти ОПП Інституту прийняли участь у презентації інструментарію для дослідження академічної доброчесності та якості освіти у ЗВО в межах діяльності проекту «Ініціатива академічної доброчесності та якості освіти» Academic IQ <http://surl.li/fpvur>.  
ЗдВО мали можливість стати учасниками практичного тренінгу організованого Науковою бібліотекою Університету

<http://surl.li/lluiq>; науково-практичного семінару «Академічна доброчесність – основа забезпечення якісного освітнього процесу» <https://cutt.ly/Nwnr6PYk>.

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

Відповідно до «Кодексу академічної доброчесності УДПУ» <https://cutt.ly/dMcrQZC> в Університеті за порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної та дисциплінарної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування із закладу освіти; позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих закладом освіти пільг з оплати навчання.

Дотримання принципів і правил академічної доброчесності учасниками осв. процесу є складовою внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти Університету, яка регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в УДПУ <https://cutt.ly/LwvlfYA7>.

Згідно «Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату в УДПУ» <https://cutt.ly/gwvxJC8Q> встановлено, що максимальний збіг з однією роботою не має перевищувати межу 40%. У випадку типових робіт межа максимального збігу з однією роботою не має перевищувати 50%. В положенні «Про випускні кваліфікаційні роботи в УДПУ» <https://cutt.ly/5MvIVWX> визначають не припустимість академічного плагіату у кваліфікаційних роботах, зокрема роботи, що виконані не самостійно, або мають перевищення межі неоригінального тексту до захисту не допускають.

За час дії ОПП Маркетинг не виявлено фактів порушень академічної доброчесності.

## **6. Людські ресурси**

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

Окрім вимог Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», ліцензійних умов провадження освітньої діяльності та вимог і рекомендацій Нац. агентства, конкурсний добір викладачів відбувається у відповідності до Статуту Університету <https://cutt.ly/mMseoZa> та Положення про порядок проведення конкурсного відбору для заміщення вакантних посад наук.-пед. працівників УДПУ та укладання з ними трудових договорів (контрактів) <https://cutt.ly/CwvctNW3>.

Конкурсний відбір проводиться на засадах відкритості, гласності, законності, колегіальності прийняття рішень, незалежності, об'єктивності та обґрунтованості рішень, неупередженого ставлення до кандидатів на зайняття вакантних посад НПП. Оголошення про проведення конкурсу публікується на офіційному веб-сайті Університету. До викладання на ОПП залучаються викладачі, які відповідають ліцензійним умовам, мають високий рівень професійної та наукової активності і які мають науковий ступінь та вчене звання (див. табл. 2 додатку). В Університеті запроваджено щорічну систему рейтингового оцінювання для підвищення ефективності та результативності професійної діяльності НПП «Положення про систему рейтингової оцінки діяльності наук.-пед. працівників УДПУ» <https://cutt.ly/AwvxKS96>. Для проходження по конкурсу враховуються особисті результати рейтингування. Окрім того, в Університеті здійснюється опитування студентів «Анкетування ЗдВО щодо якості викладання дисциплін» <https://cutt.ly/LwnyxhKl> (прот. каф. № 7 від 4 січня 2023 р.).

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

До організації і реалізації освітнього процесу залучають роботодавців, які беруть участь в проектуванні, обговоренні, рецензуванні, періодичному перегляді ОПП, обговорення тематики кваліфікаційних робіт.

За участю стейкхолдерів, фахівців в галузі маркетингу були проведені: семінар (тренінг) «Діджитал-маркетинг для малого бізнесу» <https://cutt.ly/2MvO1hZ>; семінар «Управління маркетингом в бізнесі» <https://cutt.ly/SwvRyWNJ>; IX Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф «Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки» <http://surl.li/fxser>; онлайн конференція «Маркетинг з вірою в Україну» <https://cutt.ly/UMvPePB>; Міжнар. наук.-практ. конференція «Актуальні питання розвитку економіки: світові та національні аспекти» <http://surl.li/llffi>; вебінар «Ринок технологічних продуктів: від ініціаторів до лідерів ніші» <https://cutt.ly/xwvElJhs>; «Як змінилися зарплати українців за рік» <https://cutt.ly/TwvEcn58>; «Адаптація персоналу від міжнародної бізнес-школи Laba» <https://cutt.ly/dwvEbfNd>; зустріч на підтримку студентських підприємницьких ініціатив <https://cutt.ly/dwvEmKrK>; гостьова лекція «Бенчмаркінг в системі управління підприємством» <https://cutt.ly/YwvEEJou>; відкрита гостьова лекція «Діджитал – маркетинг» <https://cutt.ly/4wvEjTH6>.

З провідними підприємствами різних форм власності укладені угоди про співпрацю: ТОВ «ПК «Зоря Поділля», ПрАТ «Технолог», Уманська філія ТОВ «УКРАВТОЗАПЧАСТИНА». Укладено договір про партнерство з Діджитал агентством «Parasol Island GmbH», Німеччина.

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

Враховуючи специфіку ОПП до аудиторних занять залучаються професіонали-практики, експерти галузі, представники роботодавців.

Проведено науково-практ. семінар «Управління маркетингом в бізнесі» <https://cutt.ly/SwvRyWNJ>, А. Андерсон



директор по маркетингу в Елемент (Швеція). Зустріч з директором ТОВ «Сервісно-технічний центр «Укравтозапчастина» О. Рудь <https://cutt.ly/awntOaEW>. Н. Гуржій, д-р. екон. наук, професор Запорізького національного університету провела гостьову лекцію на тему «Бенчмаркінг в системі управління підприємством» <https://cutt.ly/ewntc6LG>. Вебінар «Адаптація персоналу від міжнародної бізнес-школи Laba» <https://cutt.ly/LwntUbX9> та презентація дослідження «Як змінилися зарплати українців за рік» провела HRD Work.ua О. Тарасевич <https://cutt.ly/nwntYPHS>. Науково-практ. семінар «Бізнес та інвестиції» <https://cutt.ly/MwbGggDR> Ю. Гичко, автор цифрового контенту; Р. Лемешук, soft-skills тренер DBA та MBA; О. Ващишина, директор з маркетингу Банк Кредит; А. Богуш, маркетолог ПП «Світ Вікон». Відкрита гостьова лекція «Діджитал – маркетинг», сертифікований бізнес-тренер з менеджменту, д-р. екон. наук, професор, Міжрегіональної академії управління персоналом І. Каліна <https://cutt.ly/xwntR7SK>. В рамках роботи гуртків «Новітній маркетинг» запрошувалися випускники ОПП Маркетинг Коваль М., Пуля В. Богуш А. та провідний фахівець відділу постачання та збуту Гарматюк А. В. Учасники діляться власним досвідом формування кар'єрного шляху.

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

«Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу УДПУ» <https://cutt.ly/NwvxmMTg> регламентує організацію програм академічної мобільності для учасників освітнього процесу, які реалізують право на академічну мобільність в Університеті. НПП Інституту періодично проходять підвищ. кваліфікації/стажування в організаціях України, так і поза її межами. Кожен викладач обирає місце, напрям, тематику, строки (не рідше ніж один раз на 5 років) підвищ. кваліфікації/стажування. Упродовж 5 останніх років підвищ.кваліфікації/стажування пройшли викладачі із групи забезпечення ОПП Маркетинг. Набуті під час підвищ. кваліфікації/стажування компетентності застосовуються під час викладання ОК. Подзвігун та Н. Пачева 11 – 15 вересня 2023 року пройшли підвищ.кваліфікації в Держ. закладі вищої освіти «Університет менеджменту освіти».

В Університеті з 2016 р. функціонує Науково-методичний центр професійного розвитку викладачів <https://cutt.ly/CMciyou>, керівник – д.пед.н, професор Коберник О.М. Центр сприяє розвитку наукової творчості, професіоналізму та професійної компетентності НПП.

З метою виявлення рівня професійної компетентності та подальшого вдосконалення викладацької діяльності викладачів відповідно графіку проводяться відкриті заняття «Положення про відкриті навчальні заняття в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/7McuE2X>.

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

Університет матеріально й морально стимулює викладацьку майстерність, це регламентується Статутом Університету <https://cutt.ly/mMseoZa>. Колективним договором <https://cutt.ly/MwntAhG1> передбачено преміювання, стимулювання творчої праці й педагогічного новаторства, надбавки.

В Університеті діє система рейтингового оцінювання професійної діяльності НПП, що враховується при моральному та матеріальному стимулюванні, подовженні трудових відносин, призначенні на іншу посаду «Положення про систему рейтингової оцінки діяльності науково-педагогічних працівників УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/AwvxKS96>.

В Університеті передбачено стимулювання розвитку проф.діяльності відповідно до «Положення про встановлення надбавок, доплат, преміювання працівникам УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/mMcuPd6>. Ключовими критеріями оцінки праці НПП при відзначенні є: високі показники у навчальній, науковій, виховній роботі; публікації статей у виданнях, що входять до наукометричних баз Scopus, Web of Science та ін. Грошові премії отримують переможці конкурсу в номінаціях «Краща монографія», «Кращий підручник», «Кращий навчальний посібник». Здійснюються виплати одноразових нагород працівникам-ювілярам, які працюють в Університеті не менше 5 років, у розмірі до одного посадового окладу.

Стимулює НПП до вдосконалення викладацької майстерності проведення відкритих занять, які обговорюються на засіданні кафедри.

## **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?**

Матеріально-технічна база УДПУ імені Павла Тичини повністю відповідає вимогам провадження освітньої діяльності.

До інфраструктури Університету входять: 5 навч-х корпусів, бібліотека, читальні зали, 2 гуртожитки, спортивна зала, спортивний майданчик, тренажерний зал, їдальні, укриття. На базі Інституту відкриті 5 спеціалізованих лабораторій, 2 комп'ютерні класи, лекційні аудиторії обладнані мультимед. проекторами, дошкою Smart Board M600, всі корпуси Університету мають доступ до мережі Інтернет через Wi-Fi.

Викладачі та ЗДВО мають можливість безоплатно користуватися фондами бібліотеки (<https://library.udpu.edu.ua>), репозитарієм (<https://dspace.udpu.edu.ua>), інформ.-освітнім середовищем Moodle (<https://moodle.dls.udpu.edu.ua>) В освітньо-інф. середовищі Moodle <https://cutt.ly/AMciqjW> викладачами розміщено все необхідне для освітнього процесу, а саме: робочі програми, лекційні матеріали та презентації до них, навч.-метод. вказівки до виконання практичних завдань, завдання для контролю знань, критерії оцінювання, глосарій та ін.

Бібліотечний ресурс на 01.01.2023 р. становить 425 522 примірники. Електронний каталог нараховує 130 294 бібліографічних записів та 225 156 примірників документів. Всі користувачі мають вільний доступ до літератури, для зручності запроваджено електронний каталог бібліотеки.

На сайті Університету в розділах Фінансові документи <https://cutt.ly/lMvPkYU>, Матеріально-технічна база <https://cutt.ly/nMvPbuw> можна ознайомитися із відповідною документацією.

### **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?**

Студенти мають вільний доступ до фондів бібліотеки; вільне користування інформаційними ресурсами; доступ до навчальних кабінетів і лабораторій; спортивних залів. Беруть активну участь у науково-дослідних роботах, конференціях, виставках, конкурсах, гідно представляють результати своїх досліджень.

В інформаційному середовищі Університету підтримку управління освітнім процесом та навчальної діяльності забезпечують сайти:

– інформаційно-освітнє середовище Moodle <https://cutt.ly/AMciqjW>, яке містить електронні навчальні курси (ЕНК) для ЗДВО. Всі навчальні дисципліни мають електронну підтримку у вигляді електронного курсу з теоретичним матеріалом, ресурсами для виконання практичних робіт, самостійної роботи, поточного, модульного і підсумкового контролю;

– репозитарій <https://dspace.udpu.edu.ua>;

– електронний архів навчальних, навчально-методичних та наукових матеріалів Бібліотеки <https://library.udpu.edu.ua/>, зокрема оцифрованих підручників, навчальних посібників, навчально-методичних матеріалів тощо.

Задля задоволення потреб та інтересів ЗДВО створено: центр культури і дозвілля «Гаудеамус», інформаційно-обчислювальний центр, студентську соціально-психологічну службу, спортивні секції, гуртки за інтересами, студентський театр драми і комедії, газету «Педагогічні вісті» тощо.

За результатами опитування здобувачів вищої освіти, створене в УДПУ освітнє середовище повністю задовольняє їх потреби та інтереси <https://cutt.ly/ewnyzlf> (прот. каф. № 12 від 19 травня 2023 р.).

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

Безпечність освітнього середовища для життя та здоров'я здобувачів регулюється Статутом Університету <https://cutt.ly/mMseoZa> та нормативними документами: «Положення про організацію роботи з охорони праці» <https://cutt.ly/CMcuF7S>, «Положення про порядок проведення навчання і перевірки знань з питань охорони праці» <https://cutt.ly/YMcuZc7>, «Інструкції щодо дій ЗДВО та працівників УДПУ в умовах надзвичайних ситуацій» <https://cutt.ly/sMvPKgV>, «Постанова про затвердження протиепідем. заходів у закладах освіти на період карантину у зв'язку з поширенням (COVID-19)» <https://cutt.ly/6MvPCNq>, «Положення про запобігання та протидію булінгу в УДПУ» <http://surl.li/llkde>, Рекомендований порядок дій на випадок виникнення загроз соціального та воєнного характеру <http://surl.li/llkfa>.

Для забезпечення безпеки в Університеті запроваджено пропускну систему, обладнано укриття. Встановлено пожежну сигналізацію, відеоспостереження; закуплено вогнегасники; наявні аптечки у дирекції, спеціалізованих кабінетах та лабораторіях тощо. Для осіб з порушенням зору встановлено таблички та вказівники зі шрифтом Брайля.

Для здобувачів освіти проводяться первинні, цільові та позапланові інструктажі з ОП та БЖД із визначеною періодичністю. НПП і студенти пройшли інструктаж «Повітряна тривога» <https://cutt.ly/FMvPohG> та інструктаж щодо дій в умовах надзвичайних ситуацій <https://cutt.ly/zwwEz8bd>.

Функціонує «Скринька довіри» <https://cutt.ly/SMciseo>, студентська соціально-психологічна служба <https://cutt.ly/wwntoaZN>.

### **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?**

Механізми освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки ЗДВО побудований у відповідності до «Положення про організацію освітнього процесу в УДПУ» <https://cutt.ly/LwvIFYA7>.

Інформаційна підтримка здійснюється через офіційний сайт Університету (<https://udpu.edu.ua/>), Інституту (<https://econom.udpu.edu.ua/>), інформаційно-освітнє середовище Moodle (<https://dls.udpu.edu.ua/>), репозитарій (<https://dspace.udpu.edu.ua/>), офіційні сторінки в соціальних мережах, кураторів груп, корпоративну пошту, дошки оголошень. Студенти мають вільний доступ до інформації про ОП, навчально-інформаційних матеріалів: робочих навчальних програм, силабусів, лекційного матеріалу, практичних завдань, підсумкового контролю і т.д.

Адміністрацією Інституту, кураторами груп, НПП надається організаційна та консультативна підтримка з метою надання якісної освіти. На кафедрі викладачами розроблено графік консультацій для студентів. Організаційна підтримка ЗДВО здійснюється через інститут кураторства, органи студентського самоврядування, старостат.

Студентська спільнота веде активне громадське життя. Представники студентського самоврядування є членами вчених рад університету, інституту, членами рад трудового колективу.

Консультативна та психологічна підтримка здійснюється соціально-психологічною службою Університету <https://cutt.ly/wwntoaZN>. Соціальна підтримка здобувачів, забезпечується їх участю у професійній спільноті студентів <https://profcom.udpu.edu.ua/>, залучення у соціальній діяльності, зокрема проведенні поза навчальних заходів, екскурсій, спортивних свят. З метою запобігання дискримінації в ЗВО працює Центр психологічного діагностування та тренінгових технологій «Інсайт» <https://cutt.ly/ownt3GFZ>. Функціонує «Скринька довіри»

<https://econom.udpu.edu.ua/skrynka-doviry>.

Крім того, для задоволення потреб та інтересів здобувачів ОПП функціонує: інформаційно-обчислювальний центр <https://udpu.edu.ua/ioc/team>, спортивні секції [https://ffv.udpu.edu.ua/?page\\_id=5288](https://ffv.udpu.edu.ua/?page_id=5288), Центр культури і дозвілля «Гаудеамус» <https://udpu.edu.ua/gaudeamus/team>, гуртки за інтересами <http://surl.li/lwssd>

Університетом приділяється велика увага на соціально-спрямовану роботу у вигляді соціально-психологічної і матеріальної допомоги особам, які визнані учасниками бойових дій та їх дітям; особам з інвалідністю внаслідок війни та їх дітям; дітям загиблих, померлих (тих, що пропали безвісти) учасників Революції Гідності; дітям-сиротам; студентам з особливими освітніми потребами.

Для ЗДВО проведена онлайн-зустріч «Війна: що робити зі страхом і панікою» С. Ольховецький, доцент кафедри психології <https://cutt.ly/PwntVGNA>.

Ефективність обраних каналів комунікації визначається рівнем задоволеності ЗДВО, що прослідковується за допомогою проведення анкетувань. За результатами опитувань студентів рівень їх задоволеності освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримкою є задовільним <https://cutt.ly/Uwnyucsi> (прот.каф. № 11 від 20 квітня 2023 р.).

### **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)**

Для забезпечення реалізації права на освіту здобувачами з особливими освітніми потребами (ООП) в Університеті створені достатні умови для здобуття ними освіти з урахуванням їх можливостей та потреб: забезпечено безперешкодний доступ до навчальних приміщень, аудиторій, гуртожитків та іншої інфраструктури відповідно до державних правил і стандартів; корпуси Університету оснащені пандусами, всі підрозділи оснащені спеціальними табличками із шрифтом Брайля, клавіатура з накладками для незрячих людей. Для людей з ООП Університет закупив спеціальні меблі. Для реалізації права на освіту особами з ООП відбувається через індивідуальний графік навчання (денна форма) та заочну форму навчання за допомогою Інформаційно-освітнього середовища Moodle. У межах Університету функціонує Центр соціально-освітньої інтеграції та інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму «Без бар'єрів» <https://cutt.ly/MMvDRzW>. Мета діяльності Центру – інтеграція в освітнє та соціальне середовище, створення умов для саморозвитку та самореалізації, розвиток соціальної активності, автономності, відповідальності та мобільності ООП.

Відповідно «Положення про команду психолого-педагогічного супроводу студента з особливими освітніми потребами» <https://cutt.ly/oMvDPvD> команда супроводу надає підтримку та корекційні послуги студентам з ООП. На ОПП Маркетинг ОС Магістр здобувачі вищої освіти з особливими освітніми 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?**

Політика та процедури врегулювання конфліктних ситуацій здійснюються відповідно до нормативних документів: Статуту Університету <https://cutt.ly/mMseoZa>, Етичного кодексу науково-педагогічних і педагогічних працівників УДПУ <https://cutt.ly/oMcrIcR>, Кодексу академічної доброчесності <https://cutt.ly/dMcrQZC>, «Положення про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій в УДПУ імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/mMcuFcb>. Функціонує сторінка на сайті університету Антикорупційна діяльність <https://cutt.ly/lwnt4gHN>, де зазначено законодавство України з питань запобігання корупції та вказано нормативну базу з антикорупційної діяльності УДПУ імені Павла Тичини. З метою запобігання та протидії корупції на сайті Університету розміщено форму для повідомлення факту порушення <https://cutt.ly/ewnt7Olo>.

Проводяться психологічне консультування, психодіагностика, соціологічні дослідження, організовується робота клубів психологічної підтримки соціально уразливих груп студентів, методичне консультування для кураторів груп, молодих викладачів та викладачів з досвідом роботи понад 5 років.

З метою запобігання дискримінації в ЗВО працює Центр психологічного діагностування та тренінгових технологій «Інсайт» <https://cutt.ly/ownt3GFZ>.

15 лютого 2023 року для викладачів та студентів Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти УДПУ імені Павла Тичини відбувся науково-практичний семінар «Врегулювання конфліктних ситуацій у ЗВО» <http://surl.li/llfhr>.

27 вересня 2023 року проведено науково-практичний семінар «Корупційні правопорушення та їх наслідки в освітньому процесі» для ЗДВО Інституту за участю провідного фахівця з питань запобігання та виявлення корупції Романа Кравченка.

Для здобувачів вищої освіти забезпечується доступність політики та процедур врегулювання конфліктних ситуацій через такі форми організації освітнього процесу: години куратора, виховні заходи інститутського та університетського рівнів.

У кожному деканаті/дирекції є анонімна скринька довіри. Студенти Інституту можуть залишити звернення для вирішення конфліктної ситуації: <https://econom.udpu.edu.ua/skrynka-doviry>.

Конфліктних ситуацій протягом періоду впровадження освітньої діяльності за ОПП Маркетинг 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 ОПП регулюють наступні документи: «Положення про освітні програми в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/7wvxYwfj>; «Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/LwvlfYA7>; «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/gwbJu8G2>.

Документи УДПУ імені Павла Тичини: <https://udpu.edu.ua/pro-universytet/dokumenty>.

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

З метою забезпечення високої якості професійної підготовки здобувачів вищої освіти в Університеті та відповідно до «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в УДПУ» <https://cutt.ly/gwbJu8G2> розроблено механізм затвердження, періодичного перегляду та моніторингу освітніх програм. ОПП щорічно частково оновлюють.

Моніторинг ОПП відбувається на основі результатів опитувань/анкетувань учасників освітнього процесу та рекомендацій стейкхолдерів. Етапи перегляду ОПП визначені в Положенні про освітні програми в УДПУ <https://cutt.ly/7wvxYwfj>:

1. Проектна група з 15.10 до 01.12.2022 р. оновила ОПП з врахуванням рекомендацій стейкхолдерів та звітів самооцінки;
2. З 01.12.2022 р. до 01.01.2023 р. проєкт ОПП був оприлюднений на офіційному сайті Інституту;
3. З 01.01 до 01.02.2023 р. доопрацьовано ОПП з урахуванням отриманих пропозицій, зауважень та рекомендацій.

Далі оновлена ОПП проходила процедури затвердження.

У новій редакції ОПП за рекомендаціями стейкхолдерів вилучена ОК.11 Комплексний (міжпредметний) тренінг, ОК.12 Курсова робота за фахом; введена нова ОК.11 Управління проєктами; до переліку вибіркових компонентів внесено дисципліни Рекламний менеджмент, Бенчмаркінг; збільшена кількість кредитів для ОК.05 Стратегічний марк-г, ОК.09 Логістичний мен-т. Перерозподілено кредити на вивчення ОК з урахуванням прийнятих попередньо вказаних пропозицій та результатів опитування здобувачів ОПП (протокол № 9 від 24 лютого 2023 р.).

Враховуючи досвід вітчизняних та іноземних ОП, тенденцій розвитку ринку праці, галузевого та регіонального контексту, змін потреб студентів, працедавців та інших груп зацікавлених сторін, відбулись такі зміни у змісті компонентів: до ОК.05 Стратегічний марк-г введено теми «Маркетингова стратегія для утримання «на плаву» під час пандемії та війни в країні», «Контроль виконання маркетингової стратегії підприємства»; до ОК.06 Маркетинговий мен-т – «Управління маркетинговими дослідженнями та оцінкою ринкових можливостей підприємства», «Управління комплексом маркетингових комунікацій»; оновлено зміст ОК.09 Логістичний мен-т. На підставі результатів поточного моніторингу та необхідності підготовки фахівців-маркетологів з поглибленими знаннями зі стратегічного та інноваційного маркетингу, робоча група розширила фахові та загальні компетентності (ЗК 9. Здатність до вдосконалення особистісних і професійних навичок та оволодіння сучасними знаннями. ФК 10. Здатність застосовувати в практичній діяльності принципи стратегічного та інноваційного маркетингу). ОПП Маркетинг додатково передбачає (ПРН 16. Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації. ПРН 17. Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання), які повною мірою досягаються при вивченні ОК.

У підсумку, оновлена ОПП, відповідає стандарту вищої освіти, задовольняє попит на висококваліфікованих спеціалістів у сфері маркетингу.

## **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**

З метою координації спільних дій органів студентського самоврядування, адміністрації, відповідальних осіб та підрозділів університету, спрямованих на підвищення якості освітньої діяльності і якості вищої освіти в Університеті, затверджене «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в УДПУ» <https://cutt.ly/gwbJu8G2>. ЗдВО залучаються до процесу перегляду ОПП та інших процедур забезпечення її якості, а саме: є членами вчених рад факультетів/інституту, Вченої ради унів-ту, органів студ. самоврядування. До перегляду ОПП залучаються ЗдВО, представники органів студ. самоврядування.

Завдяки опитуванню ЗдВО висловлюють свою думку щодо якості освіти. Анкетування проводиться і висвітлюється на сторінках Університету <https://cutt.ly/TMvToNv>, Інституту <https://cutt.ly/EMvTcqV> і кафедри <https://cutt.ly/YMvTQM8>.

Шляхом залучення до складу проєктної групи з розробки ОПП здобувачів вищої освіти (Корнеєвої О.) та при опрацювання пропозицій і рекомендацій викладених ЗдВО, випускниками в процесі проходження відповідних анкетувань <https://cutt.ly/rwnyeRka> (прот. каф. № 6 від 29 грудня 2022 р.) враховуються їхні інтереси та пропозиції. За пропозиціями студентів до переліку вибіркових дисциплін введено Бенчмаркінг (пропозиція Корнеєвої І.); збільшено кількість кредитів ОК.09 Логістичний мен-т (пропозиція Корнеєвої О.); збільшено кредити для ОК.05 Стратегічний мар-г (пропозиція випускниці Богуш А.) (протоколи кафедри № 4 від 28 жовтня 2022 р., № 9 від 24 лютого 2023 р.).

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

Вагома роль у процесах, які стосуються забезпечення діяльності внутрішньої системи забезпечення якості освітнього процесу, належить студентському самоврядуванню. Відповідно до «Положення про студентське самоврядування в УДПУ» <https://cutt.ly/1Mcu9MQ>, органи студ. самоврядування беруть участь в обговоренні та вирішенні питань щодо вдосконалення забезпечення якості вищої освіти, мають можливість вносити пропозиції щодо змісту ОП. Відповідно до «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в УДПУ» <https://cutt.ly/gwbJu8G2> одним із об'єктів впливу студентів на якість освіти є їхнє представництво в управлінських структурах на універ-ту рівні (участь у роботі органів студ. самов-ня (студ. рада), універ-ких адмін. структурах (вчена рада Університету, конференція трудового колективу, приймальна комісія, комісія з питань призначення стипендій), на рівні факультету/інституту, кафедри (участь у роботі адмін. структур та комісій). Студ. самоврядування бере участь у процедурах внут-го забезпечення якості ОПП і є повноцінним партнером в усіх процесах забезпечення якості: <http://surl.li/llfex>. НПП спільно з представниками студ.самоврядування проводять анкетування ЗдВО щодо якості викладання <https://cutt.ly/LwnyxfKl> (прот. каф. № 7 від 4 січня 2023 р.), формування інд.освітньої траєкторії <https://cutt.ly/mwnh71Pc>, якості задоволеності ЗдВО освітньою, орган-ною, інф-ною, консул-ною підтримкою <https://cutt.ly/Uwnyucsi> (прот.каф. № 11 від 20 квітня 2023 р.).

### **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**

Університет залучає роботодавців до розробки, обговорення та періодичного перегляду змісту ОП, погодження навч. планів, робочих програм дисциплін, участі в науково-практичних заходах, організації проходження практики. Це регламентовано «Положенням про освітні програми в УДПУ» <https://cutt.ly/7wvxYwfj>.

Роботодавці беруть участь у періодичному перегляді ОПП та присутні на засіданнях кафедри (прот. кафедри № 4 від 28 жовтня 2022 р., № 9 від 24 лютого 2023 р.). За пропозиціями роботодавців: замінено ОК.11 Комплексний (міжпредметний) тренінг на Управління проектами (пропозиція Короташ Д.), що розширить можливість набуття ЗдВО загальних і фахових компетентностей та програмних результатів спеціальності; до переліку варіативних компонентів ОПП введено дисципліну Рекламний мен-т (пропозиція Віштак А.); вилучена ОК.12 Курсова робота за фахом (пропозиція Рудь О.).

Побажання роботодавців, а також відгуки керівників практики щодо змісту та послідовності проходження виробничої практики були враховані кафедрою. (прот. № 10 від 30 березня 2023 р., № 3 від 13 вересня 2023 р.). До складу робочої групи залучені: С. Ренський, генеральний директор ПрАТ «Технолог»; Л. Матушевська, начальник фін.управління Уманської РДА; О. Рудь, директор ТОВ «СТЦ «УкрАвтоЗапчастина Умань»; А. Віштак, начальник фінансово-аналітичного відділу «Епіцентр К»; Д. Короташ, засновник проекту Level Invest; В. Лементовська, к. е. н., доцент; доцент кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва.

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

Дослідження та збір інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОПП здійснюється як централізовано Університетом, так і структурними підрозділами (інститутом/факультетами, кафедрами).

В Університеті відбуваються зустрічі випускників, проводяться гостьові лекції під час яких вони діляться інформацією щодо власного кар'єрного шляху, та розповідають, які знання і навички виявилися для них найбільш цінними при працевлаштуванні.

Існує практика збору інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників Університету через «Асоціацію випускників УДПУ». Асоціація об'єднує випускників усіх років навчання і представлена у соціальній мережі Facebook (наразі учасниками спільноти є понад 5,9 тис. випускників): <https://gru-facebook.com/groups/asotsiatsiya.vipusknikiv.udpu/> Також в соціальній мережі Facebook нещодавно створена група «Асоціація випускників ННІ економіки та бізнес-освіти» щоб відслідковувати та збирати інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування саме випускників Інституту: <https://www.facebook.com/nnietbo/>. З метою моніторингу професійних досягнень випускників та збору інформації, щодо їхнього кар'єрного шляху проводиться опитування Анкети випускника інституту (<https://www.facebook.com/nnietbo/>) та Анкети випускника кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <https://cutt.ly/twnyeRka> (протокол каф. № 6 від 29 грудня 2022 р.).

### **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?**

Система забезпечення якості вищої освіти дає можливість вчасно реагувати на виявлені недоліки в освітній діяльності та ОПП, це регулюється «Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» <https://cutt.ly/gwbJu8G2>.і полягає у здійсненні контролю за якістю знань ЗдВО; оцінюванні та періодичному перегляді ОПП; забезпеченні публічності інформації про ОПП тощо.

Зокрема, за результатами останньої перевірки суттєвих недоліків не виявлено.

У ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості за час її реалізації були такі зауваження: застарілість списку рекомендованої літератури в робочих програмах окремих ОК (списки рекомендованої літератури оновлено, для НПП проведений майстер-клас із методики добору сучасної літератури).

Були проведені 6.10.2022 р. ректорські контрольні роботи (РКР) задля виявлення рівня сформованості у ЗдВО компетентностей та досягнення результатів навчання з ОК Маркетинг інновацій та 12.05.2023 р. з ОК Маркетинговий менеджмент. Результати РКР показали 100 % кількісної успішності, відхилення в показниках якості

успішності відсутнє, що відповідає встановленим нормам (прот. № 4 від 28 жовтня 2022 р. та № 15 від 23 червня 2023 р).

У процесі реалізації ОПП Маркетинг проводився ретельний аналіз її змісту та структури компонентів. У результаті врахування зауважень, під час розгляду і затвердження робочих програм навчальних дисциплін, а також враховуючи побажання потенційних стейкхолдерів, відбувались окремі зміни у формуванні переліку вибіркового компонента. Зокрема, введено дисципліни до переліку вільного вибору студента, а саме: Бенчмаркінг, Рекламний менеджмент. Під час розробки ОПП Маркетинг враховані пропозиції роботодавців і удосконалено перелік обов'язкових ОК.

ОПП Маркетинг постійно вдосконалюється і динамічно розвивається.

### **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 Маркетинг акредитувалася у 2018 році вперше. За висновками експертної комісії, для поліпшення якості підготовки фахівців рекомендовано: активізувати роботу НПП з публікування результатів наукових досліджень у виданнях, які входять до баз даних Scopus, Web of Science; активізувати викладачів до проходження стажувань, підвищення кваліфікації за кордоном; включити до переліку дисциплін вільного вибору, дисципліни, що відповідають запитам економіки регіону. Дані рекомендації експертної комісії були враховані і виправлені. Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом у 2020-2021 н.р. пройшла акредитацію таких ОПП: в період з жовтня 2020 р. по квітень 2021 р. були проведені акредитації ОПП Менеджмент. Бізнес-адміністрування спеціальності 073 Менеджмент другого (магістерського) рівня вищої освіти, ОПП Менеджмент спеціальності 073 Менеджмент початкового (короткий цикл) рівня вищої освіти, ОПП Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг початкового (короткий цикл) рівня вищої освіти, ОПП Менеджмент спеціальності 073 Менеджмент першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Основні зауваження, які були зроблені: більше залучати стейкхолдерів в обговорення цілей та програмних результатів ОПП; рекомендовано розмістити на сайті ЗВО та Інституту перелік дисциплін вільного вибору студентів на 2020-2021 навчальний рік, анотації та силабуси навчальних дисциплін вільного вибору; підсилити НПП професійну складову за рахунок відповідних наукових праць, що відповідають саме тематиці освітніх компонентів, які вони викладають на даній ОПП; залучати студентів освітньої програми, через кураторів, старост груп та студентського самоврядування, до участі в різноманітних тренінгах, семінарах і т.д., в програмах академічної мобільності, спираючи на те, що результати, у вигляді здобутих знань, будуть визнані та зараховані у встановленому порядку; розширити перелік питань при опитуванні здобувачів щодо рівня їх задоволеності якістю навчального процесу; розширити коло рецензентів, залучених до перегляду ОПП, залучивши фахівців-управлінців освітньої галузі. У 2022-2023 н.р. при акредитації ОПП Менеджмент спеціальності 073 Менеджмент першого (бакалаврського) рівня вищої освіти основні рекомендації: зміст методичних рекомендацій до виконання курсової роботи, звітів з практики та кваліфікаційної роботи доповнити рекомендацією щодо використання сучасних літературних джерел та недопущення застосування російськомовних джерел російського видавництва; у методичних рекомендаціях до виконання кваліфікаційної роботи, серед прикладів оформлення літературних джерел, вилучити неактуальні російськомовні джерела російського видавництва; на сайті Інституту оприлюднити аналітичний звіт (таблицю пропозицій) за результатами закінчення громадського обговорення проекту ОП.

Під час удосконалення ОПП Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти були враховані пропозиції і виправлені зауваження, отримані під час акредитації ОПП інших спеціальностей.

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

Учасники академічної спільноти залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОПП Маркетинг: забезпечують формування методичних вимог до розробки і рецензування ОПП, здійснюють розробку навчально-методичного забезпечення ОК; є керівниками виробничої практики, наукових гуртків. Крім того, академічна спільнота бере участь у науково-практичних, навчально-методичних семінарах кафедри: науково-практичний семінар «Управління маркетингом в бізнесі» <https://cutt.ly/SwvRyWnJ>, «Бізнес та інвестиції» <https://cutt.ly/MwbGggDR>, засіданнях кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <https://cutt.ly/PMvUeyH> і вченої ради інституту, науково-методичної комісії.

НПП проходять наукові стажування, програмами підвищення кваліфікації в університетах України та країн ЄС, є співавторами наукових статей монографій, підготовлених у співавторстві з науковцями вітчизняних та зарубіжних ЗВО.

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

В Університеті відповідно до «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в УДПУ» <https://cutt.ly/gwbJu8G2> відповідальність за здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти несуть: керівник, проректори, відділи, декани факультетів/директор інституту, завідувачі кафедр, гаранті, НПП, ЗдВО. Відділ якості освіти, ліцензування та акредитації (здійснення контролю за дотриманням ліцензійних умов, надання методичної допомоги при акредитації ОПП і ОНП); навчально-методичний відділ (організація, планування, контроль, аналіз, вдосконалення ОП; організація контролю за проведенням усіх видів навчальних занять; проведення систематичного контролю за діяльністю кафедр); відділ наукових та науково-технічного розвитку (реалізація університетської політики в галузі науки, організація наукової, інноваційної діяльності та технічного розвитку); відділ міжнародних зв'язків (міжнародна співпраця; сприяння розвитку міжнародного співробітництва університету для його інтеграції у світову та європейську систему освіти, організація, забезпечення

міжнародної академічної мобільності викладачів, студентів, сприяння підвищенню рівня кваліфікації викладачів, контактів з навчальними закладами зарубіжних країн в рамках міжнародних освітньо-наукових програм, і на підставі угод про співпрацю).

Також, розподіл відповідальності між різними структурними підрозділами Універ. проводиться відповідно до Положень про структурний підрозділ та посадових інструкцій.

## 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, які розміщені на офіційному сайті Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини за розділами:

1. Закони України: <https://udpu.edu.ua/pro-universytet/dokumenty/zakony-ukrainy>
2. Нормативні документи УДПУ імені Павла Тичини: <https://udpu.edu.ua/pro-universytet/dokumenty/normatyvni-dokumenty>
3. Документи з організації освітнього процесу: <https://udpu.edu.ua/pro-universytet/dokumenty/dokumenty-z-organizatsii-osvitnoho-protsesu>
4. Антикорупційна діяльність: <https://udpu.edu.ua/pro-universytet/dokumenty/antikoruptsiina-diialnist>
5. Фінансові документи: <https://udpu.edu.ua/pro-universytet/dokumenty/finansovi-dokumenty>

### **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**

На сайті Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти розміщено:

Адреса веб-сторінки ОПП Маркетинг: <https://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/3160>

Адреса веб-сторінки Проєкта ОПП Маркетинг: <https://econom.udpu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/projekt-OPP-Marketynh-2023-mahistr.pdf>

Зауваження та пропозиції до проєкту ОПП можна надсилати через електронний ресурс:

<https://forms.gle/EZ2fFUD9K3GWw1Qy8>

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

Загальна інформація про ОПП Маркетинг оприлюднена офіційному веб-сайті Університету:

<https://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/3160>

## 11. Перспективи подальшого розвитку ОП

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

Сильними сторонами ОПП Маркетинг, що забезпечують досягнення її цілей та програмних результатів є:

1. Цілі, ОК, компетенції та ПРН відповідають потребам та вимогам ринку праці, тенденціям розвитку маркетингу, досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних ОПП.
2. ОПП зорієнтована на студентоцентрованому і компетентнісному підходах, враховує вимоги регіонального ринку праці та інтереси стейкхолдерів.
3. Постійне удосконалення змісту ОПП і навч. плану із залученням стейкхолдерів.
4. Формування індивідуальної освітньої траєкторії через опанування ЗдВО сучасних вибіркових дисциплін. Студент має можливість сформулювати Індивідуальний план навчання згідно пріоритетів професійної підготовки.
5. Залучення провідних фахівців у сфері маркетингу в освітній процес, дозволяє адаптувати досвід професійної діяльності підприємців-практиків до фахового викладання відповідних дисциплін і дає можливість ознайомитися ЗдВО з технологіями, методами та інструментами маркетингу на практиці.
6. Кадрове забезпечення освітнього процесу за ОПП відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності: частка НПП, які мають науковий ступінь і залучені до викладання на ОПП Маркетинг, складає 100%. Викладачі мають відповідну освіту та кваліфікацію, здійснюють активну наукову діяльність, систематично підвищують кваліфікацію, проходять стажування.
7. Стан матеріально-технічного та інформаційного забезпечення ОПП Маркетинг відповідає вимогам підготовки ЗдВО за другим (магістерським) рівнем вищої освіти:
  - функціонування системи дистанційного навчання на платформі Moodle;
  - належне оснащення навчальних аудиторій і кабінетів;
  - наявність фахового програмного забезпечення;
  - вільний доступ до інтернет-ресурсів, міжнародних БД, електронних бібліотек на безоплатній основі;
  - актуалізований бібліотечний фонд;
8. Наявність можливостей для академічної мобільності.
9. Можливості вільної апробації результатів наукових досліджень ЗдВО у виданнях Університету.

10. Акцент покладено на якісне навчання ЗдВО за ОПП, змістовності дозвілля студентів, соціальній інфраструктурі та умовах проживання в гуртожитку.

Слабкі сторони:

1. Відсутність поширеної практики викладання за ОПП навчальних дисциплін англійською мовою, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності випускників на ринку праці.
2. Відсутність досвіду дуальної форми навчання.
3. Неповне використання можливостей міжнародної академічної мобільності через воєнні дії на території України.

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

Упродовж найближчих 3 років розвиток ОПП Маркетинг буде побудований на основі усунення слабких сторін та посилення сильних.

Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом планує розвиток ОПП шляхом оновлення змісту ОК відповідно до регіональних потреб та потреб ринку праці у контексті формування ЗК та ФК, що забезпечують відповідні ПРН; безперервного удосконалення запитів стейкхолдерів; розширення партнерських зв'язків з підприємствами, вітчизняними і закордонними ЗВО та науковими установами; щорічного оновлення переліку дисциплін вільного вибору студента; розширення змісту опитування ЗдВО, випускників; залучення до опитувань ширшого кола стейкхолдерів з метою ефективного корегування змісту ОПП; активізації використання інноваційних освітніх технологій, необхідних для досягнення високої якості освітніх послуг; нарощування сучасного кадрового потенціалу НПП, залучення викладачів та ЗдВО до програм академічної мобільності; удосконалення матеріально-технічного забезпечення.

### **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: Безлюдний Олександр Іванович**

Дата: 09.10.2023 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	
Кваліфікаційна робота	підсумкова атестація	<i>Методичні вказівки до написання Кваліфікаційної роботи.pdf</i>	ураHyQvOzouJMIFJ udQD1NtzG7EPryDU OhucCSv7QIc=	
Комплексний екзаме н за фахом	підсумкова атестація	<i>Програма Комплексного екзаме ну за фахом.pdf</i>	UtDT5Iz5ekryipNlqiI YC39mwsFjfofOogtL +DzoX+s=	
Виробнича практика	практика	<i>Робоча програма виробничої практики.pdf</i>	DtjnWqt1y5qBqPxl2d HHSsPTJEo8+SfdK OZyOO5Vi58=	
Управління проектами	навчальна дисципліна	<i>ОК.11 Управління проектами.pdf</i>	5/kFi+ox6Y5kJj6Nq HY6QPjTp3G5B9SAP I+lINDi6yQ=	Дошка (1 шт); Мультимедійний проектор: Viewsonic PJD5234 DLP; 1024x768; Лампа розжарення; 15000:1; 1.97, 2.10 : 1; VGA; Ethernet (RJ-45) Дошка GRANDVI=W Ноутбук Lenovo B570e h81m-e33; Intel Huron River SV; 2.5" SATA 320/500 ГБ/1 ТБ; 4gb, DDR3; HD 15,6" 1366 x 768
Маркетинговий аналіз	навчальна дисципліна	<i>ОК.10 Маркетинговий аналіз.pdf</i>	IVaGYJUbgBSKPtPW khCXMJHzdxFcJ4n 8zHqL7GI+kk=	Мультимедійний проектор: InFocus inv30 (309) DLP; 1024x768; Лампа розжарення ANSI лм:3000 (2500); 17000:1; 0,63: 1; HDMI, D-Sub, Ethernet (RJ- 45) Дошка-SMART Board M600 Dvit Комп'ютер asus h110m-k; intel pentium g4560; Toshiba hddw110; DDR4 8GB 2400 MHz; 21.5" LG
Логістичний менеджмент	навчальна дисципліна	<i>ОК.09 Логістичний менеджмент.pdf</i>	AEmJtzCKQOsxQM CR1PGm3Ch2sZGHT lUsqpJB8tW8joM=	Дошка (1 шт); Мультимедійний проектор: Viewsonic PJD5234 DLP; 1024x768; Лампа розжарення; 15000:1; 1.97, 2.10 : 1; VGA; Ethernet (RJ-45) Дошка GRANDVI=W Ноутбук Lenovo B570e h81m-e33; Intel Huron River SV; 2.5" SATA 320/500 ГБ/1 ТБ; 4gb, DDR3; HD 15,6" 1366 x 768
Маркетингове планування	навчальна дисципліна	<i>ОК.08 Маркетингове планування.pdf</i>	9BKZjeEKWA9ZlhX ZFCCnpLK3HUnrXN TPjGFeNgFKyVE=	Дошка (1 шт); Мультимедійний проектор: BenQ MP525P DLP; 1024x768; 2 600:1; 1.1 x; VGA,S-Video Комп'ютер msi h81m-e33; intel celeron g1840; HDD toshiba; 4gb, ddr3 ;atx-fp400-8 400w; LG 20m38a 19.5"
Маркетинговий менеджмент	навчальна дисципліна	<i>ОК.06 Маркетинговий менеджмент.pdf</i>	9JPWdw5Op5+VAof 4fgkrsKjTYqLGHgQU nG4HozAKlmI=	Дошка (1 шт); Мультимедійний проектор: Epson EH-DM2 LCD; 854x480; 300:1; 3 x 0.55; VGA,RCA Комп'ютер msi h81m-e33; intel celeron g1840; HDD toshiba; 4gb, ddr3 ;atx-fp400-8 400w; LG 20m38a 19.5"

Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	OK.05 Стратегічний маркетинг.pdf	KwYKgmXSABJ+KT MROpNXy1CdSN3lp 4iku61cdvebDqk=	Мультимедійний проектор: InFocus inv30 (309) DLP; 1024x768; Лампа розжарення ANSI лм:3000 (2500); 17000:1; 0,63: 1;HDMI, D-Sub, Ethernet (RJ-45) Дошка-SMART Board M600 Dvit Комп'ютер asus h110m-k; intel pentium g4560; Toshiba hddwd110; DDR4 8GB 2400 MHz; 21.5" LG
Психологія управління	навчальна дисципліна	OK.04 Психологія управління.pdf	nWxxSnby69aYpvS1x 6EfoKVVnvfD/nJcd4 cRM2udxDE=	Дошка (1 шт); Мультимедійний проектор: InFocus inv30 (309) DLP; 1024x768; Лампа розжарення ANSI лм:3000 (2500); 17000:1; 0,63: 1;HDMI, D-Sub, Ethernet (RJ-45) Дошка-SMART Board M600 Dvit Комп'ютер asus h110m-k; intel pentium g4560; Toshiba hddwd110; DDR4 8GB 2400 MHz; 21.5" LG
Методологія та організація наукових досліджень	навчальна дисципліна	OK.03 Методологія та організація наукових досліджень.pdf	6Ezbs+MxSEOs9lnD zT6ntSBJUccBH02A y7WBjB6nrK4=	Дошка (1 шт); Мультимедійний проектор: BenQ MP525P DLP; 1024x768; 2 600:1; 1.1 x; VGA,S-Video Ноутбук Lenovo B570e h81m-e33; Intel Huron River SV; 2.5" SATA 320/500 ГБ/1 ТБ; 4gb, DDR3;HD 15,6" 1366 x 768
Бізнес-етика в галузі	навчальна дисципліна	OK.02 Бізнес-етика в галузі.pdf	8wjKYRNC2xq8MYu dngPIrKq3fr7yRg/o O8ze75m6xuk=	Дошка (1 шт); Мультимедійний проектор: Epson EH-DM2 LCD; 854x480; 300:1; 3 x 0.55; VGA,RCA.) Ноутбук Lenovo B570eh81m-e33; Intel Huron River SV; 2.5" SATA 320/500 ГБ/1 ТБ; 4gb, DDR3;HD 15,6" 1366 x 768
Ділова іноземна мова	навчальна дисципліна	OK.01 Ділова іноземна мова.pdf	BY8cBHH+V9aEIqX 5H1dY+YbfGWDpKo Z9F1GugIdAWV4=	Дошка (1 шт); Мультимедійний проектор: Epson EH-DM2 LCD; 854x480; 300:1; 3 x 0.55; VGA,RCA Комп'ютер msi h81m-e33; intel celeron g1840; HDD toshiba; 4gb, ddr3 ;atx-fp400-8 400w; LG 20m38a 19.5"
Маркетинг інновацій	навчальна дисципліна	OK.07 Маркетинг інновацій.pdf	QZx/sgSfMMDlsIW mmoc1pzbrNY1nlvVS 2NwC4NvZ8Ag=	Дошка (1 шт); Мультимедійний проектор: Epson EH-DM2 LCD; 854x480; 300:1; 3 x 0.55; VGA,RCA Ноутбук Lenovo B570e h81m-e33; Intel Huron River SV; 2.5" SATA 320/500 ГБ/1 ТБ; 4gb, DDR3;HD 15,6" 1366 x 768

\* 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 ОП	Обґрунтування
123231	Пачева Наталя Олександрівна	доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки та	Диплом спеціаліста, Уманський державний	16	Маркетинговий менеджмент	Підвищення кваліфікації, стажування НАПН України

			бізнес-освіти	<p>педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050107 Економіка підприємства, Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2014, спеціальність: , Диплом кандидата наук ДК 029196, виданий 30.06.2015, Атестат доцента АД 001723, виданий 18.12.2018</p>		<p>ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» Центральний інститут післядипломної педагогічної освіти Категорія: Науково-педагогічні працівники академій, університетів, інститутів Спеціальність: Інноваційна педагогіка та педагогіка партнерства 13.02.2023 р. – 15.09.2023 р. Підвищення кваліфікації, свідоцтво СП № 35830447/1403-23 150 год (5 кредитів ECTS) Тема: Сучасні інформаційні технології в освіті та науці</p> <p>НАПН України ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» Центральний інститут післядипломної педагогічної освіти Категорія: Науково-педагогічні працівники академій, університетів, інститутів Спеціальність: Забезпечення якості освітньої діяльності у закладах вищої освіти: управлінський та психологічний аспекти 21.01.2019 р. – 22.06.2019 р. Підвищення кваліфікації, свідоцтво СП № 35830447/1208-19 150 год (5 кредитів ECTS) Тема: Інноваційні аспекти управління персоналом</p> <p>Wyższe Seminarium Duchownym Stowarzyszenia Apostolstwa Katolickiego (Warszawa, Polska) 27.06.2022 – 08.08.2022, Наукове стажування, Сертифікат № KW-050822/004 від 05.08.2022 180 год (6 кредитів ECTS)</p> <p>Інформація про наукову діяльність 1. Пачева Н. Особливості організації маркетингового</p>
--	--	--	---------------	--	--	--

менеджменту на фармацевтичних підприємствах. Економічні горизонти, 2023. Вип 1 (23). С. 133–141. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.274309](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.274309) (категорія Б)

2. Пачева Н. О., Подзігун С. М. Організація маркетингового менеджменту в системі управління підприємством. Економіка та суспільство. 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-21> URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1279>

3. Корнієнко Т., Подзігун С., Пачева Н. Маркетингова стратегія інноваційного розвитку підприємств. Економіка та суспільство. 2023. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-85> (категорія Б)

4. Пачева Н. О., Подзігун С. М., Корнієнко Т. О. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю інноваційно-орієнтованих підприємств. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер. Економічні науки. 2023. № 8. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-8-9113> (категорія Б)

5. Подзігун, С. М., Пачева, Н. О. SMM і маркетинг під час війни. Економічні горизонти. 2022. Вип (4(22)). С. 25–33. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(22\).2022.267016](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(22).2022.267016) (категорія Б)

6. Podzihun S. M., Pacheva N. O. Management 3.0 as the modern management practice. International periodic scientific journal «Modern engineering and innovative technologies». 2022. Issue 20. Part 2. P. 107–112. DOI: <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2022-20-02-052>

7. Пачева Н. О., Подзігун С. М. Вплив мотиваційного менеджменту на ефективність діяльності організації. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер. Економічні науки. 2021. № 11(55). URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/economic2021/11/7671>

8. Подзігун С. М., Пачева Н. О. HR-менеджмент в умовах пандемії COVID-2019: нові виклики та можливості. Науковий економічний журнал Інтелект XXI. 2021. № 5. С. 81–84. URL: [http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2021/2021\\_5/19.pdf](http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2021/2021_5/19.pdf)

9. Marchenko, O., Guk, O., Borutska, Y., Pacheva, N., Zaichenko, V. (2023). Ensuring sustainable development of the enterprise during the transition to Industry 5.0. International Journal of Sustainable Development and Planning, Vol. 18, No. 4, pp. 1149-1154. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180418> (Scopus)

10. Chyrva O., Yashchuk T., Pacheva N., Berzhanir A., Berzhanir I. Modeling of the Processes of Formation and Effective Use of Financial Resources at Higher Education Institutions. TEM Journal. 2020. Vol. 9. Issue 1. P. 286–291. DOI: <https://doi.org/10.18421/TEM91-39> (Web of Science).

11. Пачева Н.О., Лутай Л.А. Стратегічний маркетинг у воєнний та післявоєнний час. Економіка та суспільство. 2023. № 52. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2540> DOI: 10.32782/2524-0072/2023-52-24 (категорія Б)

12. Подзігун С. М., Пачева Н. О. Сучасні тренди в управлінні розвитком людського капіталу в цифровій економіці. Theoretical Foundations in Economics and Management : collective monograph / Toporkova O.,

Lytovchenk O., etc. International Science Group. Boston : Primedia eLaunch, 2022. P. 693–732. DOI: <https://doi.org/10.46299/ISG.2022.MONO.EC.ON.2.9.7> URL: <https://isg-konf.com/theoretical-foundations-in-economics-and-management/>

13. Пачева Н., Подзігун С. Роль реклами в управлінні брендами на фармацевтичному ринку. Економічні горизонти, 2022. Вип 4 (22). С. 136–143. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(22\).2022.275011](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(22).2022.275011) (категорія Б)

14. Pacheva N. O., Podzihun S. M. The role of labor motivation in personnel management in modern conditions. International periodic scientific journal «Modern engineering and innovative technologies». 2022. Issue 21. Part 2. P. 16–21. DOI: <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2022-21-02-005>

15. Подзігун С. М., Пачева Н. О. Соціальний капітал як ресурс регіонального розвитку. Trends in scientific thought in economics and management : collective monograph / Galushkina T., Butrym O., Baranovska V., Afanasieva O., Zaruba D., etc. Boston : Primedia eLaunch, 2021. P. 79–168. DOI: <https://doi.org/10.46299/ISG.2021.MONO.EC.ON.III.3.4> URL: <https://goo.su/eOEEKX>

16. Berzhanir I., Berzhanir A., Yashchuk T., Kirdan O. and Pacheva N. Development of corporate social responsibility and company social reporting. Proceedings of the 36th International Business Information Management Association (IBIMA), 4-5 November 2020, Granada, Spain, P. 414–417.

17. Berzhanir I., Berzhanir A., Yashchuk T., Kirdan O. and Pacheva N. Bank

							<p>lending trends in Ukraine. Proceedings of the 36th International Business Information Management Association (IBIMA), 4-5 November 2020, Granada, Spain, P. 418–421.</p> <p>18. Пачева Н. О. Стратегічне управління персоналом. Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки : матеріали VI Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Умань, 31 жовтня – 1 листопада 2019 р.). С. 144–146.</p> <p>19. Рецензент фахового видання категорії «Б» з економічних наук «Економічні горизонти» (Наказ МОНУ № 1218 від 07.11.2018).</p>
428004	Лутай Лариса Анатоліївна	професор, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти	<p>Диплом спеціаліста, Донецький інститут радянської торгівлі, рік закінчення: 1978, спеціальність: економіка торгівлі, Диплом доктора наук ДД 006585, виданий 21.05.2008, Атестат професора 12ПР 006153, виданий 09.11.2010</p>	35	Управління проектами	<p>Підвищення кваліфікації, стажування</p> <p>Тренінг з Європейських студій та комунікацій у вищій школі (18 год.) У рамках проектів програми ЄС ЕРАЗМУС 25.06.2020. Сертифікат # JMA 102 2020.</p> <p>Підвищення кваліфікації в ВНЗ Чеської республіки. Certificate № 1749 of Advanced Training від 06.05.2018 р. 108 год.</p> <p>1. Ivanova N., Kucherenko D., Kuznetsova T., Hurzhyi N., Lutay L. Startup as a strategic component of the development of the creative economy of Ukraine. Financial and Credit Activity – Problems of Theory and Practice. 2021. Volume 5. Issue 40. P. 389–398. DOI: <a href="https://doi.org/10.18371/fcaptr.v5i40.245190">https://doi.org/10.18371/fcaptr.v5i40.245190</a> (Web of Science)</p> <p>2. Лутай Л. А., Пачева Н. О. Сучасні маркетингові тенденції управління проектами. Економічні горизонти. 2023. № 2(24). С. 157–164. (Категорія Б)</p> <p>3. Лутай Л. А., Подзігун С. М. Фінансова підтримка проектів: маркетинговий підхід.</p>

Економічні  
горизонти. 2023. №  
1(23). С. 150–157.  
(Категорія Б)

4. Копытко М., Lutay L.,  
Chornenka O., Markiv  
M., Grybyk I., Dzyubina  
A. A sustainable socio-  
economic system model  
leveraging agile  
management  
technologies for  
fostering innovations.  
International Journal of  
Sustainable  
Development and  
Planning. 2023. Vol. 18.  
No. 6. P. 1951–1956.  
<https://doi.org/10.18280/ijstdp.180631>  
(Scopus)

5. Shcherbak V.,  
Ganushchak-Yefimenko  
L., Nifatova O.,  
Fastovets N., Plysenko  
H., Lutay L., Tkachuk  
V., Ptashchenko O. Use  
of key indicators to  
monitor sustainable  
development of rural  
areas. Global Journal of  
Environmental Science  
and Management. 2021.  
Volume 6. Issue 2. P.  
175–190. DOI:  
<https://doi.org/10.22034/gjesm.2020.02.04>  
(Scopus, Web of  
Science)

6. Sydomyr S.,  
Niziaieva V., Lutay L.,  
Prodanova L.,  
Havryliuk O.,  
Sherstyukova K.  
Methods and  
techniques of  
motivation of subjects  
of regional economy for  
innovative  
improvement.  
International Journal of  
Scientific and  
Technology Research.  
2020. Vol. 9. No. 3. P.  
1196–1200. URL:  
<https://www.ijstr.org/paper-references.php?ref=IJSTR-0320-33216>  
(Scopus)

7. Пачева Н. О., Лутай  
Л. А. Стратегічний  
маркетинг у воєнний  
та післявоєнний час.  
Економіка та  
суспільство. 2023. №  
52. URL:  
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2540>  
DOI: 10.32782/2524-0072/2023-52-24  
(категорія Б)

8. Lutay L., Zahorodnia  
N. Organizational  
mechanism of  
management of the  
labor market. Modern  
Science – Moderní  
věda. 2019. No. 1. P.  
31–38. URL:  
<http://surl.li/dmyyt>



						<p>9. Kolesnyk I., Cherkasov A., Lutay L. Educational emigration: Challenges and threats for preserving educational leadership in Ukraine. <i>Advances in Social Science, Education and Humanities Research</i>. 2019. Volume 318. P. 279–284. DOI: <a href="https://dx.doi.org/10.2991/icseal-19.2019.44">https://dx.doi.org/10.2991/icseal-19.2019.44</a></p> <p>10. Lutay L., Prodanova L., Cherkasov A. Implementation of information technologies in the activities of trade enterprises as a primary development of the market of electronic trade. Management mechanisms and development strategies of economic entities in conditions of institutional transformations of the global environment : collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi. Riga : "Landmark" SIA, 2019. – Vol. 2. – P. 110–119. URL: <a href="http://surl.li/dmyur">http://surl.li/dmyur</a></p> <p>11. Член спеціалізованих вчених рад із захисту дисертацій Д 26.891.01, Д 26.891.02 (2019–2020 рр.), К 44.877.03 (2021–2022 рр.).</p> <p>12. Підготувала 9 кандидатів економічних наук.</p> <p>13. Член редакційних колегій фахових наукових видань: «Управління розвитком» та «Економіка розвитку» (ХНЕУ ім. Семе́на Кузницья), «Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки» (Центральноукраїнський національний технічний університет).</p>	
219800	Білошкурська Наталя Володимирівна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти	Диплом спеціаліста, Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет", рік закінчення: 2007, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом спеціаліста,	11	Маркетинговий аналіз	Підвищення кваліфікації, стажування Науково-дослідний інститут економічного розвитку (м. Київ) 02.04.–30.06.2020 р. Підвищення кваліфікації, свідоцтво № 043-38806258 180 год (6 кредитів ECTS) Напрямок: «Маркетинг. Менеджмент.

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2016, спеціальність: 7.03050701 маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 015350, виданий 04.07.2013, Атестат доцента 12ДЦ 045653, виданий 15.12.2015

Опанування новітніх технологій викладання фахових дисциплін. Законодавство України про вищу освіту. Організація дипломного проектування, переддипломної та виробничої практики здобувачів вищої освіти»

Східно-Європейський центр фундаментальних досліджень (Eastern European Centre of the Fundamental Researchers), м. Прага, Чехія  
03–27.07.2018 р.  
Наукове стажування, свідоцтво № 37-2018  
108 год (3,6 кредити ECTS)  
Тема випускної роботи:  
«Удосконалення методичного забезпечення маркетингових досліджень ціноутворення на ринку інновацій»

Інформація про наукову діяльність  
1. Dragan O., Berher A., Plets I., Biloshkurska N., Lysenko N., Bovkun O. Modelling and factor analysis of pricing determinants in the state-regulated competitive market: The case of Ukrainian flour market. International Journal of Computer Science and Network Security. Volume 21. Issue 7. P. 211–220. DOI: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.7.25> (Web of Science)  
2. Braslavska O. V., Penkova O. H., Plets I. I., Sus T. Y., Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V. Management of the higher education institutions innovative potential: formalization and evaluation. Revista Inclusiones. 2020. Vol. 7. № 4. P. 624–645. URL: <https://goo.su/krFJDF> (Web of Science)  
3. Prokopenko O. V., Slatvinskyi M. A., Bikoshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V., Omelyanenko V. A. Methodology of national investment and innovation security

analytics. Problems and Perspectives in Management. 2019. № 17 (1). P. 380–394. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17\(1\).2019.33](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(1).2019.33) (Категорія «А», Scopus)

4. Prokopenko O. V., Bikoshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V., Omelyanenko V. A. The role of banks in national innovation system: general strategical analytics. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. 2019. № 3(30). P. 26–35. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v3i30.179455>

5. Білошкурська Н. В., Гуменюк А. В. Аналіз ролі і місця маркетингу в просуванні освітніх послуг: інноваційний аспект. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Том 8. № 3. С. 64–69. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-3-9>

6. Гуменюк А. В., Білошкурська Н. В. Шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємств. Modeling the development of the economic. 2023. № 3. С. 14–19. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-9-2>

7. Благун І. І., Нянько Л. Ю., Білошкурська Н. В. Просування банківських послуг з використанням соціальної мережі Instagram. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2023. Том 1. № 19. С. 126–132. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.1.19.126-132>

8. Галаченко О. О., Незвещук-Когут Т. С., Графська О. І., Попадинець Н. М., Білошкурська Н. В. Аналіз діяльності підприємств готельної індустрії в сучасних умовах. Український журнал прикладної економіки. 2021. Том 6. № 1. С. 142–148. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-1-17>

9. Braslavska O. V., Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V. Modern innovation in marketing of educational services.

Prognostication and planning of economic development: microeconomic and macroeconomic levels : multi-authored monograph. Vol. 1. Lithuania : Publishing House "Baltija Publishing", 2019. P. 400–414.

10. Omelyanenko V., Braslavskaja O., Biloshkurska N., Biloshkurskyi M., Kliassen N., & Omelyanenko O. C-engineering based Industry 4.0 innovation networks sustainable development. International Journal of Computer Science and Network Security. 2021. Volume 21. Issue 9. P. 267–274. DOI: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.9.35> (Web of Science)

11. Omelyanenko V., Prokopenko O., Kudrina O., Petrova I., Biloshkurska N., Biloshkurskyi M., Omelyanenko O. Digital component of innovation landscapes: con of sustainable development at the local level. 44th International Convention on Information, Communication and Electronic Technology, MIPRO 2021 – Proceedings. 27 Sept. – 1 Oct. 2021. Rijeka : GRAFIK, 2021. P. 1324–1328. DOI: <https://doi.org/10.23919/MIPRO52101.2021.9597058> (Scopus)

12. Prokopenko O. V., Bezliudnyi O. I., Omelyanenko V. A., Slatvinskyi M. A., Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. M. Patterns identification in the dynamics of countries' technological development in the context of military conflict. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2021. Vol. 2. № 13 (110). P. 6–15. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.230236> (Категорія «А», Scopus).

13. Bezliudnyi O., Chepka O., Omelyanenko V., Biloshkurska N., Biloshkurskyi M. ICT architecture for

networks activities of higher education institutions. International Journal of Scientific and Technology Research. 2020. Vol. 9. № 2. P. 3563–3570. URL: <https://goo.su/Uohz> (Scopus) (Kateropія «А», Web of Science)

14. Aprilia E., Prayitno G., Usman F., Biloshkurska N., Siankwilimba E., Simamba H. Social capital and community participation in the development of the aquaculture center in Soko Village-Indonesia. Journal of Regional and Rural Studies. 2023. Vol. 1. No. 1. P. 6–14. DOI: <https://doi.org/10.21776/rrs.v1i1.3>

15. Biloshkurska N., Biloshkurskyi M., Popadynets N., Plets I., Karpyak M. Impact of unemployment on socio-economic development of Poland and Ukraine: Governance aspects. Zeszyty naukowe Politechniki Częstochowskiej – Research Reviews of Czestochowa University of Technology. 2023. № 50. C. 31–45. DOI: <https://doi.org/10.17512/znp cz.2023.2.03>

16. Biloshkurska N., Korniienko T., Biloshkurskyi M. Sustainable development potential of an old industrial region: The case of Ukraine. Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie / Research Reviews of Czestochowa University of Technology. Management. No. 46, 2022, pp. 22–31. DOI: <https://doi.org/10.17512/znp cz.2022.2.02>

17. Щур Р. І., Плєць І. І., Мацьків В. В., Білошкурська Н. В. Застосування досвіду європейських країн щодо здійснення фінансового контролю за діяльністю територіальних громад в Україні. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2022. Том 2. № 18. С. 64–73. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.64-73>

18. Білошкурський М.

В., Корнієнко Т. О., Білошкурська Н. В., Плець І. І. Детермінанти сталого розвитку старопромислового регіону. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2022. № 24(52). С. 77–82. DOI: [https://doi.org/10.25264/2311-5149-2022-24\(52\)-77-82](https://doi.org/10.25264/2311-5149-2022-24(52)-77-82)

19. Заїчко І., Білошкурська Н. Нормативно-правове та методичне підґрунтя визначення рівня забезпечення і регулювання фінансової безпеки підприємств та держави. Економіка та суспільство. 2021. № 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-42>

20. Ємець О. І., Білошкурська Н. В. Політекономічні особливості державно-приватного партнерства. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2021. Том 2. № 17. С. 67–76. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.14.8-16>

21. Підприємницькі ризики : МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад. Н. В. Білошкурська. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2020. – 144 с. (Схвалено вченою радою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, Протокол № 6 від 24 листопада 2020 року)

22. Виконавець проекту наукових робіт та науково-технічних (експериментальних) розробок молодих вчених «Інституційно-технологічне проектування інноваційних мереж для системного забезпечення національної безпеки України» номер держреєстрації 0117U003855 (Наказ МОН України від 10.10.2017 р. № 1366) упродовж 2017-2019 рр.

23. Виконавець проекту наукових робіт та науково-технічних (експериментальних) розробок молодих вчених «Розробка науково-методичних засад та практичного інструментарію оцінювання комерційних (ринкових) перспектив товарних інновацій» номер держреєстрації 0119U100179 (Наказ МОН України від 22.12.2018 № 1439) з 2019 до 2021 року.

24. Виконавець проекту наукових робіт та науково-технічних (експериментальних) розробок молодих вчених «Розробка науково-методичних засад та практичного інструментарію оцінювання комерційних (ринкових) перспектив товарних інновацій» номер держреєстрації 0119U100179 (Наказ МОН України від 22.12.2018 № 1439) з 2019 до 2021 року.

25. Виконавець проекту фундаментального дослідження № 0123U101614 «Стратегічне проектування інноваційного бізнес-середовища для зміцнення безпеки людини в умовах воєнного та післявоєнного стану» (наказ МОН України від 3 березня 2023 р. № 232).

26. Член редакційної колегії наукового журналу «Економічні горизонти», включеного до Переліку наукових фахових видань України – категорія «Б» (Наказ МОНУ № 1218 від 07.11.2018) з вересня 2017 року.

27. Керівник постійно діючого студентського наукового гуртка «Актуальні проблеми маркетингової політики ціноутворення» ННІ економіки та бізнес-освіти (з 2015 року).

28. Підготовка до участі у IV Всеукраїнському студентському конкурсі бізнес-

						<p>проектів «Бізнес-трамплін» студенток ННІ економіки та бізнес-освіти Делікатної К. В. та Осадчук Ю. В. з бізнес-проектом на тему: «Заснування дитячого приватного садочка «школа раннього розвитку дитини» за методикою Монтессорі» (6 грудня 2018 р.), грамота за активну участь в номінації комерційний проєкт. 29. Перемога студентки ННІ економіки та бізнес-освіти К. Бондаренко в онлайн-конкурсі бізнес-проектів «Банк молодіжних ініціатив» у номінації «Умань – підприємницька» з бізнес-проектом «Тематичне антикафе «Паладин» (червень 2020 р.).</p>	
306856	Гуменюк Алла Валеріївна	доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти	<p>Диплом бакалавра, ПВНЗ "Європейській університет" Черкаська філія, рік закінчення: 2007, спеціальність: , Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний інститут ім. П.Г. Тичини, рік закінчення: 1998, спеціальність: Початкове навчання, Диплом спеціаліста, Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет", рік закінчення: 2017, спеціальність: 072 Фінанси, банківська справа та страхування, Диплом магістра, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2020, спеціальність:</p>	10	Логістичний менеджмент	<p>Підвищення кваліфікації, стажування Міжнародний історичний біографічний інститут (Дубай – Нью-Йорк – Рим – Єрусалим – Пекін) International Historical Biographical Institute (Dubai – New York – Rome – Jerusalem – Beijing) 03.12.2021 – 20.01.2022 Наукове стажування, сертифікат № 6032 / January 20, 2022 180 год (6 кредитів ECTS)</p> <p>Фундація «Зустріч» спільно з кафедрою Польсько-українських студій Ягелонського університету, Луганським обласним інститутом післядипломної педагогічної освіти 22.04.2023-28.05.2023 Наукове стажування, сертифікат CZFL-002422/ 180 год (6 кредитів ECTS)</p> <p>Інформація про наукову діяльність 1. Гуменюк А. В., Білошкурська Н. В. Шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємств. Modeling the development of the economic. 2023. № 3.</p>



075  
Маркетинг,  
Диплом  
кандидата наук  
ДК 017745,  
виданий  
21.11.2013

С. 14–19. DOI:  
<https://doi.org/10.31891/mdes/2023-9-2>

2. Гуменюк А. В.,  
Гарматюк О. В.  
Формування та  
організація  
логістично-збутових  
систем для  
підприємств АПК.  
Приазовський  
економічний вісник.  
2020. Випуск 3(20). С.  
99-103. DOI:  
<https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-3-17>

3. Гуменюк А. В.,  
Гарматюк О. В.  
Розвиток митної  
логістики в умовах  
глобалізації.  
Підприємництво та  
логістика в умовах  
сучасних викликів :  
матеріали ІІ Міжнар.  
наук.-практ. конф.  
(Тернопіль, 26-28  
трав. 2022 р.).  
Тернопіль : ЗУНУ,  
2022. С. 122-124. URL:  
<http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/45844>

4. Білошкурська Н. В.,  
Гуменюк А. В. Аналіз  
ролі і місця  
маркетингу в  
просуванні освітніх  
послуг: інноваційний  
аспект. Український  
журнал прикладної  
економіки та техніки.  
2023. Том 8. № 3. С.  
64–69. URL:  
[http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2023/09/ujae\\_2023\\_r03\\_a9.pdf](http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2023/09/ujae_2023_r03_a9.pdf)

5. Garmatiuk O. V.,  
Humenuk A. V. The  
effectiveness of the use  
of public relations tools  
in the pharmaceutical  
market. International  
periodic scientific  
journal «Modern  
engineering and  
innovative  
technologies». 2023. 4  
(25-04), 112–116. DOI:  
<https://doi.org/10.30890/2567-5273.2023-25-04-122>

6. Humeniuk A.,  
Garmatiuk O. Problems  
of Ukrainian agrarians  
in the conditions of war.  
Journal Associatio 1901  
SEPIKE. 2022. Part 2.  
С. 38–43. URL :  
<https://goo.su/WNmLTA>

7. Humeniuk A.,  
Garmatiuk O. Main  
aspects of use  
marketing on the  
«B2B» market. Modern  
engineering and  
innovative technologies.  
2022. Issue 23. Part 2.

P. 47-51. DOI:  
<https://doi.org/10.30890/2567-5273.2022-23-02-030>

8. Гуменюк А. В.,  
Гарматюк О. В.  
Напрями  
удосконалення  
системи  
продовольчого  
маркетингу у сфері  
аграрного бізнесу.  
Економічні  
горизонти. 2022. №  
4(22). С. 108-120. DOI:  
[https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(22\).2022.267024](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(22).2022.267024)

9. Гуменюк А.,  
Гарматюк О.  
Маркетингові  
дослідження  
кон'юнктури  
овочевого ринку в  
Україні та світі.  
Економічний аналіз.  
2022. Том 32. № 1. С.  
159-165. DOI:  
<https://doi.org/10.35774/econ2022.01.181>

10. Гарматюк О. В.,  
Гуменюк А. В.  
Формування  
маркетингової  
стратегії інтеграції  
овочевих підприємств.  
Інтелект XXI. 2021.  
Випуск 2. С. 22–26

11. Гарматюк О. В.,  
Гуменюк А. В.  
Територіальний  
маркетинг як напрям  
підвищення  
конкурентоспромож-  
ності підприємств.  
Економіка та  
суспільство. 2021. №  
31.  
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-49>

12. Gumeniuk A.,  
Shkolenko O.,  
Kharchuk T., Melnik V.  
Methodological  
principles of market  
segmentation of  
vegetable products  
using cluster analysis in  
the business  
environment. European  
Cooperation. Vol 4. No.  
44. 2019. P. 15-23. DOI:  
<http://dx.doi.org/10.32070/ec.v4i44.60>

13. Gumeniuk A. Ways  
and prospects of  
customs policy  
development in  
Ukraine. Modern  
problems of economy :  
materials of the IX  
International scientific  
and practical  
conference (Kyiv,  
October 16, 2019). К. :  
NAU, 2019. P. 178–181.

14. Гуменюк А. В.  
Впровадження  
інноваційного

						маркетингу в аграрному секторі. Маркетинг та логістика в агробізнесі: збірник тез II Міжнародної науково-практичної конференції. Київ. НУБІП України, 2021. С. 54–56. 16. Рецензент фахового видання категорії «Б» з економічних наук «Економічні горизонти» (Наказ МОНУ № 1218 від 07.11.2018).	
219800	Білошкурська Наталія Володимирівна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти	Диплом спеціаліста, Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет", рік закінчення: 2007, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2016, спеціальність: 7.03050701 маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 015350, виданий 04.07.2013, Атестат доцента 12ДЦ 045653, виданий 15.12.2015	11	Маркетингове планування	Підвищення кваліфікації, стажування Науково-дослідний інститут економічного розвитку (м. Київ) 02.04.–30.06.2020 р. Підвищення кваліфікації, свідоцтво № 043-38806258 180 год (6 кредитів ECTS) Напрямок: «Маркетинг. Менеджмент. Опанування новітніх технологій викладання фахових дисциплін. Законодавство України про вищу освіту. Організація дипломного проектування, переддипломної та виробничої практики здобувачів вищої освіти»  Східно-Європейський центр фундаментальних досліджень (Eastern European Centre of the Fundamental Researchers), м. Прага, Чехія 03–27.07.2018 р. Наукове стажування, свідоцтво № 37-2018 108 год (3,6 кредити ECTS) Тема випускної роботи: «Удосконалення методичного забезпечення маркетингових досліджень ціноутворення на ринку інновацій»  Інформація про наукову діяльність 1. Білошкурська Н. В., Гуменюк А. В. Аналіз ролі і місця маркетингу в просуванні освітніх послуг: інноваційний аспект. Український

журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Том 8. № 3. С. 64–69. URL: [http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2023/09/ujae\\_2023\\_r03\\_a9.pdf](http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2023/09/ujae_2023_r03_a9.pdf)

2. Гуменюк А. В., Білошкурська Н. В. Шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємств. Modeling the development of the economic. 2023. № 3. С. 14–19. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-9-2>

3. Благун І. І., Нянко Л. Ю., Білошкурська Н. В. Промислові банківські послуги з використанням соціальної мережі Instagram. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2023. Том 1. № 19. С. 126–132. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.1.19.126-132>

4. Braslavskaya O. V., Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V. Modern innovation in marketing of educational services. Prognostication and planning of economic development: microeconomic and macroeconomic levels : multi-authored monograph. Vol. 1. Lithuania : Publishing House "Baltija Publishing", 2019. P. 400–414.

5. Dragan O., Berher A., Plets I., Biloshkurska N., Lysenko N., Bovkun O. Modelling and factor analysis of pricing determinants in the state-regulated competitive market: The case of Ukrainian flour market. International Journal of Computer Science and Network Security. Volume 21. Issue 7. P. 211–220. DOI: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.7.25> (Web of Science)

6. Omelyanenko V., Braslavskaya O., Biloshkurska N., Biloshkurskyi M., Kliasen N., & Omelyanenko O. C-engineering based Industry 4.0 innovation networks sustainable development. International Journal of Computer Science and Network Security. 2021. Volume 21. Issue 9. P. 267–274. DOI:

<https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.9.35> (Web of Science)

7. Omelyanenko V., Prokopenko O., Kudrina O., Petrova I., Biloshkurska N., Biloshkurskyi M., Omelyanenko O. Digital component of innovation landscapes: con of sustainable development at the local level. 44th International Convention on Information, Communication and Electronic Technology, MIPRO 2021 – Proceedings. 27 Sept. – 1 Oct. 2021. Rijeka : GRAFIK, 2021. P. 1324–1328. DOI: <https://doi.org/10.23919/MIPRO52101.2021.9597058> (Scopus)

8. Prokopenko O. V., Bezliudnyi O. I., Omelyanenko V. A., Slatvinskyi M. A., Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. M. Patterns identification in the dynamics of countries' technological development in the context of military conflict. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2021. Vol. 2. № 13 (110). P. 6–15. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.230236> (Категорія «А», Scopus).

9. Braslavska O. V., Penkova O. H., Plets I. I., Sus T. Y., Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V. Management of the higher education institutions innovative potential: formalization and evaluation. Revista Inclusiones. 2020. Vol. 7. № 4. P. 624–645. URL: <https://goo.su/krFJDF> (Web of Science)

10. Bezliudnyi O., Chepka O., Omelyanenko V., Biloshkurska N., Biloshkurskyi M. ICT architecture for networks activities of higher education institutions. International Journal of Scientific and Technology Research. 2020. Vol. 9. № 2. P. 3563–3570. URL: <https://goo.su/Uohz> (Scopus)

11. Prokopenko O. V.,

Slatvynskiy M. A.,  
Bikoshkurska N. V.,  
Biloshkurskiy M. V.,  
Omelyanenko V. A.  
Methodology of  
national investment  
and innovation security  
analytics. Problems and  
Perspectives in  
Management. 2019. №  
17 (1). P. 380–394.  
DOI:  
[http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17\(1\).2019.33](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.17(1).2019.33)  
(Kategoria «A»,  
Scopus)

12. Prokopenko O. V.,  
Bikoshkurska N. V.,  
Biloshkurskiy M. V.,  
Omelyanenko V. A. The  
role of banks in  
national innovation  
system: general  
strategical analytics.  
Financial and Credit  
Activity Problems of  
Theory and Practice.  
2019. № 3(30). P. 26–  
35. DOI:  
<https://doi.org/10.18371/fcaptr.v3i30.179455>  
(Kategoria «A», Web of  
Science)

13. Aprilia E., Prayitno  
G., Usman F.,  
Biloshkurska N.,  
Siankwilimba E.,  
Simamba H. Social  
capital and community  
participation in the  
development of the  
aquaculture center in  
Soko Village-Indonesia.  
Journal of Regional and  
Rural Studies. 2023.  
Vol. 1. No. 1. P. 6–14.  
DOI:  
<https://doi.org/10.21776/rrs.viii.3>

14. Biloshkurska N.,  
Biloshkurskiy M.,  
Popadynets N., Plets I.,  
Karpyak M. Impact of  
unemployment on  
socio-economic  
development of Poland  
and Ukraine:  
Governance aspects.  
Zeszyty naukowe  
Politechniki  
Czestochowskiej –  
Research Reviews of  
Czestochowa University  
of Technology. 2023.  
№ 50. C. 31–45. DOI:  
<https://doi.org/10.17512/znpcz.2023.2.03>

15. Biloshkurska N.,  
Korniienko T.,  
Biloshkurskiy M.  
Sustainable  
development potential  
of an old industrial  
region: The case of  
Ukraine. Zeszyty  
Naukowe Politechniki  
Czestochowskiej.  
Zarządzanie / Research  
Reviews of Czestochowa  
University of  
Technology.

Management. No. 46, 2022, pp. 22–31. DOI: <https://doi.org/10.17512/znp cz.2022.2.02>

16. Щур Р. І., Плець І. І., Мацьків В. В., Білошкурська Н. В. Застосування досвіду європейських країн щодо здійснення фінансового контролю за діяльністю територіальних громад в Україні. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2022. Том 2. № 18. С. 64–73. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.64-73>

17. Галаченко О. О., Незвещук-Когут Т. С., Графська О. І., Попадинець Н. М., Білошкурська Н. В. Аналіз діяльності підприємств готельної індустрії в сучасних умовах. Український журнал прикладної економіки. 2021. Том 6. № 1. С. 142–148. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-1-17>

18. Білошкурський М. В., Корнієнко Т. О., Білошкурська Н. В., Плець І. І. Детермінанти сталого розвитку старопромислового регіону. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2022. № 24(52). С. 77–82. DOI: [https://doi.org/10.25264/2311-5149-2022-24\(52\)-77-82](https://doi.org/10.25264/2311-5149-2022-24(52)-77-82)

19. Заїчко І., Білошкурська Н. Нормативно-правове та методичне підґрунтя визначення рівня забезпечення і регулювання фінансової безпеки підприємств та держави. Економіка та суспільство. 2021. № 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-42>

20. Ємець О. І., Білошкурська Н. В. Політекономічні особливості державно-приватного партнерства. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2021. Том 2. № 17. С. 67–76. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.14.8-16>

21. Підприємницькі

ризика : МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад. Н. В. Білошкурська. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2020. – 144 с. (Схвалено вченою радою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, Протокол № 6 від 24 листопада 2020 року)

22. Виконавець проєкту наукових робіт та науково-технічних (експериментальних) розробок молодих вчених «Інституційно-технологічне проектування інноваційних мереж для системного забезпечення національної безпеки України» номер держреєстрації 0117U003855 (Наказ МОН України від 10.10.2017 р. № 1366) упродовж 2017-2019 рр.

23. Виконавець проєкту наукових робіт та науково-технічних (експериментальних) розробок молодих вчених «Розробка науково-методичних засад та практичного інструментарію оцінювання комерційних (ринкових) перспектив товарних інновацій» номер держреєстрації 0119U100179 (Наказ МОН України від 22.12.2018 № 1439) з 2019 до 2021 року.

24. Виконавець проєкту наукових робіт та науково-технічних (експериментальних) розробок молодих вчених «Розробка науково-методичних засад та практичного інструментарію оцінювання комерційних (ринкових) перспектив товарних інновацій» номер держреєстрації 0119U100179 (Наказ МОН України від 22.12.2018 № 1439) з 2019 до 2021 року.

25. Виконавець проєкту фундаментального дослідження № 0123U101614



						<p>«Стратегічне проектування інноваційного бізнес-середовища для зміцнення безпеки людини в умовах воєнного та післявоєнного стану» (наказ МОН України від 3 березня 2023 р. № 232).</p> <p>26. Член редакційної колегії наукового журналу «Економічні горизонти», включеного до Переліку наукових фахових видань України – категорія «Б» (Наказ МОНУ № 1218 від 07.11.2018) з вересня 2017 року.</p> <p>27. Керівник постійно діючого студентського наукового гуртка «Актуальні проблеми маркетингової політики ціноутворення» ННІ економіки та бізнес-освіти (з 2015 року).</p> <p>28. Підготовка до участі у IV Всеукраїнському студентському конкурсі бізнес-проектів «Бізнес-трамплін» студенток ННІ економіки та бізнес-освіти Делікатної К. В. та Осадчук Ю. В. з бізнес-проектом на тему: «Заснування дитячого приватного садочка «школа раннього розвитку дитини» за методикою Монтесорі» (6 грудня 2018 р.), грамота за активну участь в номінації комерційний проєкт.</p> <p>29. Перемога студентки ННІ економіки та бізнес-освіти К. Бондаренко в онлайн-конкурсі бізнес-проектів «Банк молодіжних ініціатив» у номінації «Умань – підприємницька» з бізнес-проектом «Тематичне антикафе «Паладин» (червень 2020 р.).</p>	
207769	Бойчевська Ллона Борисівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет іноземних мов	Диплом бакалавра, Київський університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 2001, спеціальність: педагогічна освіта, Диплом спеціаліста,	21	Ділова іноземна мова	Підвищення кваліфікації, стажування Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя Кафедра прикладної лінгвістики 10.02.–10.04.2020 р. Свідоцтво про підвищення

Київський міський педагогічний університет імені Б.Д. Грінченка, рік закінчення: 2005, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Мова та література (англійська), Диплом кандидата наук ДК 013262, виданий 25.04.2013, Атестат доцента 12ДЦ 045654, виданий 15.12.2015

кваліфікації (стажування) № 20/19-20 СТ 180 год (6 кредитів ECTS)  
Тема: «Особливості використання сучасних інформаційних технологій під час викладання другої іноземної мови»

Інформація про наукову діяльність  
1. Kravchenko O., Shelenkova N., Mishchenko M., Boichevska I. Computer-based testing complex “Profvybir”. Occupational diagnostics. Journal of Physics: Conference Series. 2021. Vol. 1828. 012125, pp. 1-9. DOI: <http://dx.doi.org/10.1088/1742-6596/1828/1/012125> (Scopus)  
2. Zahrebniuk Yu., Veremiuk L., Boichevska I., Ivanchuk A. The program “Philosophy for children”: positive experience of the USA. SOCIETY. INTEGRATION. EDUCATION : Proceedings of the International Scientific Conference. Volume II. May 28-29, 2021. P. 817-828. DOI: <https://doi.org/10.17770/sie2021vol2.6140> (Web of Science)  
3. Бойчевська І., Веремюк Л. The use of content language-integrated learning as the main means of foreign language communication skills formation. Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. 2023. № 4. С. 64–70. DOI: <https://doi.org/10.31499/2307-4906.4.2022.270291>  
4. Бойчевська І., Веремюк Л. Influence of reformist pedagogy on the development of european education in the late 19th – early 20th century. Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. 2022. № 3. С. 90–98. DOI: <https://doi.org/10.31499/2307-4906.3.2022.265921>

5. Інноваційний потенціал порівняльно-педагогічних досліджень для розвитку вищої освіти в Україні : колективна монографія / Безлюдна В. В., Бойчевська І. Б., Павлюк В. І., Палагута І. В. ; за заг. ред. О. А. Заболотної ; МОН України ; Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2019. 218 с. 6. Boichevska I., Veremiuk L. Dual education: application of Germany's positive experience in Ukrainian reality. Порівняльно-педагогічні студії, 2020. № 1 (39). С. 4–13.

7. Boichevska I., Ivanchuk A., Veremiuk L. The peculiarities of the second foreign language study at nonlinguistic higher educational establishment of Ukraine. Journal of International Eastern European Studies. 2019. № 1 (1). P. 1–23. URL : <http://dergipark.org.tr/jiees/issue/48148/518066>.

8. Boichevska I., Ivanchuk A., Veremiuk L. Intellectual development of the personality in the context of the programme "Philosophy for children". Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. 2019. Вип. 2. С. 16–23.

9. Бойчевська І. Б. Підходи до вивчення іноземної мови студентами економічних спеціальностей у закладі вищої освіти. Іноземна мова у професійній підготовці спеціалістів: проблеми та стратегії. Збірник тез доповідей [Електронний ресурс] III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Кропивницький : РВВ ЦДПУ ім. В. Винниченка, 2019. С. 197–199.

10. Бойчевська І. Б.

						Особливості вивчення іноземної мови студентами економічних спеціальностей з різним рівнем підготовки. Інновації в сучасній освіті: український та світовий контекст : матеріали II міжнар. наук.-практ. конф. (Умань, 18-19 квітня 2019). Умань, 2019.
123231	Пачева Наталя Олександрівна	доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти	<p>Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050107 Економіка підприємства, Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2014, спеціальність: , Диплом кандидата наук ДК 029196, виданий 30.06.2015, Аттестат доцента АД 001723, виданий 18.12.2018</p>	16	<p>Стратегічний маркетинг</p> <p>S.151–154. Підвищення кваліфікації, стажування НАПН України ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» Центрального інституту післядипломної педагогічної освіти Категорія: Науково-педагогічні працівники академій, університетів, інститутів Спеціальність: Інноваційна педагогіка та педагогіка партнерства 13.02.2023 р. – 15.09.2023 р. Підвищення кваліфікації, свідоцтво СП № 35830447/1403-23 150 год (5 кредитів ECTS) Тема: Сучасні інформаційні технології в освіті та науці</p> <p>НАПН України ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» Центрального інституту післядипломної педагогічної освіти Категорія: Науково-педагогічні працівники академій, університетів, інститутів Спеціальність: Забезпечення якості освітньої діяльності у закладах вищої освіти: управлінський та психологічний аспекти 21.01.2019 р. – 22.06.2019 р. Підвищення кваліфікації, свідоцтво СП № 35830447/1208-19 150 год (5 кредитів ECTS) Тема: Інноваційні аспекти управління персоналом</p> <p>Wyższe Seminarium Duchownym</p>

Stowarzyszenia  
Apostolstwa  
Katolickiego  
(Warszawa, Polska)  
27.06.2022 –  
08.08.2022,  
Наукове стажування,  
Сертифікат  
№ KW-050822/004  
від 05.08.2022  
180 год (6 кредитів  
ECTS)

Інформація про  
наукову діяльність  
1. Пачева Н.О., Лутай  
Л.А. Стратегічний  
маркетинг у воєнний  
та післявоєнний час.  
Економіка та  
суспільство. 2023. №  
52. URL:  
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2540>  
DOI: 10.32782/2524-  
0072/2023-52-24  
(категорія Б)  
2. Пачева Н. О.,  
Подзігун С. М.,  
Корнієнко Т.О.  
Стратегічне  
маркетингове  
управління  
конкурентоспроможні  
стю інноваційно-  
орієнтованих  
підприємств.  
Міжнародний  
науковий журнал  
«Інтернаука». Сер.  
Економічні науки.  
2023. № 8. DOI :  
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-8-9113> (категорія Б)  
3. Корнієнко Т.,  
Подзігун С., Пачева Н.  
Маркетингова  
стратегія  
інноваційного  
розвитку підприємств.  
Економіка та  
суспільство. 2023. №  
4. DOI :  
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-85> (категорія Б)  
4. Пачева Н. О.  
Стратегічне  
управління  
персоналом. Сучасні  
проблеми і  
перспективи  
економічної динаміки  
: матеріали VI Всеукр.  
наук.-практ. Інтернет-  
конф. (м. Умань, 31  
жовтня – 1 листопада  
2019 р.). С. 144–146.  
5. Marchenko, O., Guk,  
O., Borutska, Y.,  
Pacheva, N., Zaichenko,  
V. (2023). Ensuring  
sustainable  
development of the  
enterprise during the  
transition to Industry  
5.0. International  
Journal of Sustainable  
Development and

Planning, Vol. 18, No. 4, pp. 1149-1154.  
<https://doi.org/10.18280/ijdsdp.180418> (Scopus)

6. Chyrva O., Yashchuk T., Pacheva N., Berzhanir A., Berzhanir I. Modeling of the Processes of Formation and Effective Use of Financial Resources at Higher Education Institutions. TEM Journal. 2020. Vol. 9. Issue 1. P. 286–291. DOI: <https://doi.org/10.18421/TEM91-39> (Web of Science).

7. Пачева Н. Особливості організації маркетингового менеджменту на фармацевтичних підприємствах. Економічні горизонти, 2023. Вип 1 (23). С. 133–141. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.274309](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.274309) (категорія Б)

8. Пачева Н. О., Подзігун С. М. Організація маркетингового менеджменту в системі управління підприємством. Економіка та суспільство. 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-21> URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1279> (категорія Б)

9. Подзігун С. М., Пачева Н. О. Сучасні тренди в управлінні розвитком людського капіталу в цифровій економіці. Theoretical Foundations in Economics and Management : collective monograph / Toporkova O., Lytovchenk O., etc. International Science Group. Boston : Primedia eLaunch, 2022. P. 693–732. DOI: <https://doi.org/10.46299/ISG.2022.MONO.ECON.2.9.7> URL: <https://isg-konf.com/theoretical-foundations-in-economics-and-management/>

10. Подзігун, С. М., Пачева, Н. О. SMM і маркетинг під час війни. Економічні горизонти. 2022. Вип 4(22). С. 25–33.

[https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(22\).2022.267016](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(22).2022.267016) (категорія Б)

11. Пачева Н., Подзігун С. Роль реклами в управлінні брендами на фармацевтичному ринку. Економічні горизонти, 2022. Вип 4 (22). С. 136–143. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(22\).2022.275011](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(22).2022.275011) (категорія Б)

12. Pacheva N. O., Podzihun S. M. The role of labor motivation in personnel management in modern conditions. International periodic scientific journal «Modern engineering and innovative technologies». 2022. Issue 21. Part 2. P. 16–21. DOI: <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2022-21-02-005>

13. Podzihun S. M., Pacheva N. O. Management 3.0 as the modern management practice. International periodic scientific journal «Modern engineering and innovative technologies». 2022. Issue 20. Part 2. P. 107–112. DOI: <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2022-20-02-052>

14. Подзігун С. М., Пачева Н. О. Соціальний капітал як ресурс регіонального розвитку. Trends in scientific thought in economics and management : collective monograph / Galushkina T., Butrym O., Baranovska V., Afanasieva O., Zaruba D., etc. Boston : Primedia eLaunch, 2021. P. 79–168. DOI: <https://doi.org/10.46299/ISG.2021.MONO.EC.ON.III.3.4>. URL: <https://goo.su/eOEEKX>

15. Пачева Н. О., Подзігун С. М. Вплив мотиваційного менеджменту на ефективність діяльності організації. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер. Економічні науки. 2021. № 11(55). URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/economic2021/11/7671> (категорія Б)

						<p>16. Подзігун С. М., Пачева Н. О. HR-менеджмент в умовах пандемії COVID-2019: нові виклики та можливості. Науковий економічний журнал Інтелект XXI. 2021. № 5. С. 81–84. URL: <a href="http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2021/2021_5/19.pdf">http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2021/2021_5/19.pdf</a> (категорія Б)</p> <p>17. Berzhanir I., Berzhanir A., Yashchuk T., Kirdan O. and Pacheva N. Development of corporate social responsibility and company social reporting. Proceedings of the 36th International Business Information Management Association (IBIMA), 4-5 November 2020, Granada, Spain, P. 414–417.</p> <p>20. Berzhanir I., Berzhanir A., Yashchuk T., Kirdan O. and Pacheva N. Bank lending trends in Ukraine. Proceedings of the 36th International Business Information Management Association (IBIMA), 4-5 November 2020, Granada, Spain, P. 418–421.</p> <p>18. Рецензент фахового видання категорії «Б» з економічних наук «Економічні горизонти» (Наказ МОНУ № 1218 від 07.11.2018).</p>	
321730	Гуртовенко Наталія Вікторівна	доцент, Основне місце роботи	Факультет соціальної та психологічної освіти	Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2009, спеціальність: 040301 Практична психологія, Диплом кандидата наук ДК 048739, виданий 23.10.2018	14	Психологія управління	<p>Підвищення кваліфікації, стажування Вищій Семінаріум Духовного університету UKSW, Варшава. 02.11. – 11.12.2020 р.</p> <p>Підвищення кваліфікації, свідоцтво KW – 122020/012 180 год (6 кредитів ECTS)</p> <p>Напрямок : «Академічна доброчесність».</p> <p>Інформація про наукову діяльність 1.Borys A. Yakymchuk, Nataliia V. Hurtovenko, Svitlana M. Makarenko, Serhii V. Albul and Nataliia A. Dobrovolska. The Development of Creative Thinking as a Tool of Social Adaptation of</p>



Teenagers with Behaviour Deviation. Journal of Intellectual Disability - Diagnosis and Treatment. 2019, P. 274-281. DOI: <https://doi.org/10.6000/2292-2598.2019.07.04.11> (Scopus).

2. Гуртовенко Н. В. Психологічна корекція поведінки та особливості психічного розвитку дітей, що страждають раннім дитячим аутизмом. Науковий журнал з соціології та психології «Габітус». 2022. Вип. №39/2022. (Категорія Б) DOI: <http://habitus.od.ua/journals/2022/39-2022/48.pdf>

3. Гуртовенко Н. В. Теоретичні основи дослідження проблеми корекції емоційної сфери в молодшому шкільному віці. Вісник Національного університету оборони України. Київ. НУОУ, 2021. Вип. 5 (63). С. 44 – 50. (Категорія Б) DOI: <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2021-63-5-44-50>

4. Гуртовенко Н. В., Якимчук Б. А., Якимчук І. П. Теоретико-методологічні засади творчого розвитку молодших школярів у процесі навчання. Формування творчої особистості вчителя, студента, учня : психологічний дискурс : колективна монографія / О. Д. Сафін, Н. В. Гуртовенко, С. Ю. Діхтяренко [та ін.] ; МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2021. С. 224–281. <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/14463>

5. Гуртовенко Н. В. Особливості формування професійно важливих якостей майбутніх психологів: II International scientific conference: Modern educational space: the transformation of national models in terms of integration (Leipzig, 25 oct.2019). Leipzig, Germany,

2019. P.4-7.  
<https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/12280>

6. Гуртовенко Н. В., Гуртовенко Р. Ю., Поведінка важковиховуваних дітей у контексті патопсихологічних досліджень. Nowoczesna nauka: teoria i praktyka : Mater. IV Międz. Konf. Nauk.- Prakt. / Pod red. Stanisława Kowalczyka. Warszawa, 8 kwietnia 2020. С. 106.  
<https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/12808>

7. Гуртовенко Н. В. Вплив взаємовідносин в сім'ї на появу у дитини психосоматичних захворювань. «The scientific heritage», 2022. (Budapest, Hungary). No 97(2022). P. 51–52.  
<http://www.scientific-heritage.com/ru/archiv/>

8. Гуртовенко Н. В. Умови формування готовності до професійної самореалізації у майбутніх педагогів. Психологічний журнал Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. 2019. Вип. 2. С. 6 - 14.  
<https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/12241>

9. Гуртовенко Н. В. Корекція ціннісно-смыслових орієнтацій підлітків, схильних до девіантної поведінки, засобами тренінгової роботи. Науковий журнал з соціології та психології «Габітус». 2020. Вип. №17/2020. С. 69 – 72. (Категорія Б)  
<http://habitus.od.ua/journals/2020/17-2020/14.pdf>

10. Гуртовенко Н. В. Психологічні чинники шкільного булінгу. Актуальні питання сучасної психології : матеріали VIII-мої Всеукраїнської наукової Інтернет конференції. Умань, 28-29 жовтня 2019 року.

11. Гуртовенко Н.В., Гуртовенко Р.Ю. Формування навчальної компетентності майбутнього педагога.

Сучасні тренінгові технології для розвитку особистості: еко-тренінги : матеріали V Всеукр. наук. – практ. конф. Умань, 2020. С. 15 – 17.

12. Гуртовенко Н. В., Вострова М. В. Психологічні умови формування готовності до професійної діяльності. Наукові психологічні дослідження і розробки молодих вчених : збірник матеріалів ІХ-тої Всеукраїнської наукової Інтернет-конференції. Умань, 29-30 жовтня 2020 року. С. 84–85.

13. Гуртовенко Н. В., Крючкова Ю. І. Арт-терапія як засіб профілактики емоційних проблем молодших школярів. Наукові психологічні дослідження і розробки молодих вчених : збірник матеріалів ІХ-тої Всеукраїнської наукової Інтернет-конференції. Умань, 29-30 жовтня 2020 року. С. 134–136.

14. Гуртовенко Н. В., Комар А. В. Соціально-психологічні детермінанти впливу на розвиток стану психічного здоров'я дитини. Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути [зб. наук. пр.]: матеріали XVII міжнародної науковопрактичної інтернет-конференції. Київ, 11 червня 2021 р. С. 176–180.

15. Гуртовенко Н. В., Ревва С. М. Фактори виникнення булінгу в підлітковому середовищі. Наука, освіта та виробництво: виклики сьогодення: збірник матеріалів ІІ Всеукраїнської мультидисциплінарно і науково-практичної Інтернет-конференції. Полтава, 12 травня 2021 року. С. 46–49.

16. Гуртовенко Н. В. Психологічна допомога у стресових ситуаціях в умовах військового стану. Психологічні ресурси

						особистості у кризових ситуаціях : матеріали п'ятих Всеукраїнських психологічних читань «Удосконалення професійної майстерності майбутніх психологів». Умань, 22 квітня 2022 р. С. 39–42. 17. Керівник науково-дослідного студентського гуртка «Психологічні умови формування готовності до професійної самореалізації майбутніх педагогів».	
56834	Чирва Ганна Миколаївна	доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти	Диплом спеціаліста, Черкаський державний педагогічний інститут імені 300-річчя визз'єднання України з Росією, рік закінчення: 1979, спеціальність: Математика, Диплом магістра, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2018, спеціальність: 281 Публічне управління та адміністрування, Диплом кандидата наук ДК 041105, виданий 28.02.2017, Атестат доцента АД 000945, виданий 05.07.2018	44	Бізнес-етика в галузі	Підвищення кваліфікації, стажування Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини Категорія: Заступник керівника закладу освіти Спеціальність: 073 Менеджмент (Управління та адміністрування) 01.10.2020 р. – 31.10.2020 р. Свідоцтво про підвищення кваліфікації, ПК № 02125639/000519-20 180 год (6 кредитів ECTS) Тема: «Механізм забезпечення якості підготовки кадрів вищої кваліфікації у структурі управління закладами вищої освіти»  НАПН України ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» Центральний інститут післядипломної освіти Категорія: Науково-педагогічні працівники академій, університетів, інститутів Спеціальність: Забезпечення якості освітньої діяльності у закладах вищої освіти: управлінський та психологічний аспекти 21.01.2019 р. – 22.06.2019 р. Свідоцтво про підвищення кваліфікації, СП 35830447/1222-19 150 год (5 кредитів ECTS) Тема: «Психологічні основи практичної підготовки майбутніх економістів»

Інформація про наукову діяльність

1. Чирва Г. М., Ткачук С. П., Корнієнко Т. О., Підлісний Є. В. Роль керівника в розвитку етичної культури та дотриманні етичних норм. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2023. № 37. С. 155-160. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/798>
2. Етика бізнесу : навч.-метод. посіб. для аудиторного та самостійного вивчення дисципліни / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад.: О. Г. Чирва, Г. М. Чирва. Умань : Візаві, 2021. 115 с., , рекомендований вч.радою ННІ економіки та бізнес освіти, 16.11.2021 р. Пр. № 4.
3. Економічна етика та діловий етикет : навч.-метод. посіб. для аудиторного та самостійного вивчення дисципліни / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини, Навч.-наук. ін.-т екон. та бізнес-освіти ; уклад.: С. Ткачук, Г. Чирва. Умань : Візаві, 2022. 115 с.
4. Лідерство : навч. посіб. для студ. екон. спец. закладів вищої освіти / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад. Г. М. Чирва. Умань : Візаві, 2022. 200 с.
5. Kopytko M., Chyrva O., Stavskaya Yu., Karvatska N., Chyrva N. Agile management (Management 3.0) as the basis of the management system in the conditions of globalization. International Journal of Computer Science and Network Security. 2022. Volume 22. Issue 2. P. 101–106. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.2.13> (Web of Science)
6. Hapicieva, O., Martynenko, V., Romanovska, Yu., Chyrva, H., Potapiuk, I. Theoretical and methodological aspects of strategic

management of economic security of the state in the conditions of the COVID-19: Current problems and vectors of development. Financial and Credit Activity – Problems of Theory and Practice. 2022. Volume 1. Issue 42. P. 529–536. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.42.2022.3753> (Scopus, Web of Science)

7. Chirva O., Chirva A., Malyarchuk N. Formation of the mechanism of socio-economic development of Ukraine. Baltic Journal of Economic Studies, Vol. 7. No. 5. P. 213–220. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-5-213-220>

8. Melnychuk Y.M., Chyrva O.H., Chvertko L.A., Chyrva H.M., Berbets V.V. The role of management in the financial independence of the region. TEM Journal – Technology, Education, Management, Informatics. 2019. Vol. 8. Issue 2. P. 584–590. <https://dx.doi.org/10.18421/TEM82-35> (Scopus, Web of Science)

9. Чирва Г. Теоретико-методичні засади підготовки науково-педагогічних кадрів з менеджменту до дослідницько-інноваційної діяльності. Соціальна робота та соціальна освіта. 2022. № 2(9). С. 328–335. [https://doi.org/10.31499/2618-0715.2\(9\).2022.267381](https://doi.org/10.31499/2618-0715.2(9).2022.267381)

10. Sovgira S., Chyrva H., Dushechkina N. Management of professionally-oriented studies of informative subjects future teachers of technology. International Journal of Innovative Technologies in Social Science. 2022. № 3(35). P. 1–18. [https://doi.org/10.31435/rsglobal\\_ijitss/30092022/7859](https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijitss/30092022/7859)

11. Мельничук Ю.М., Чирва Г.М. Світові новітні підходи до ресурсного забезпечення автономного освітнього процесу. Актуальні проблеми розвитку регіону.

2021. Вип. 17. Т. 2. С. 20-30.  
<http://dx.doi.org/10.15330/apred.2.14.8-16>  
12. Малишевська І., Демченко Т., Чирва Г. Соціально-гуманістична функція інклюзивної освіти. Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. 2019. Вип. 3. С. 120-126.  
<https://doi.org/10.31499/2307-4906.3.2019.190344>  
13. Чирва Г. М. Критеріальний підхід в державному управлінні якістю вищої освіти. Публічне управління і адміністрування в Україні. 2019. Вип. 11. С. 18-26.  
<https://doi.org/10.32843/2663-5240-2019-11-3>  
14. Чирва Г. М. Механізми державного управління розвитком вищої освіти: орієнтація на якість освітніх послуг. Публічне управління та митне адміністрування. 2019. № 3 (22). С. 146-156.  
<https://doi.org/10.32836/2310-9653-2019-3-146-156>  
15. Чирва Г. М. Нормативно-правове регулювання діяльності закладів вищої освіти в Україні. Держава та регіони. 2019. № 2 (66). С. 133-139.  
16. Чирва Г. М. Освітній моніторинг як інструмент державного управління якістю вищої освіти. Право та державне управління. 2019. № 1 (34). Т. 2. С. 135-140.  
17. Чирва Г. М. Принципи здійснення державної політики України щодо становлення та розвитку вищої освіти. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Державне управління». 2019. Том 30 (69). № 4. С. 128-134.  
<https://doi.org/10.32838/2663-6468/2019.4/23>  
18. Melnyk V., Chyryva H., Polishchuk O. Theoretical principles

						<p>of the state land market regulation in Ukraine. Економічні горизонти. 2019. № 1(8). Р. 25–35. <a href="https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(8).2019.161734">https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(8).2019.161734</a></p> <p>19. Наукове керівництво (консультування) здобувача: аспірант Черніченко Л.М., захист 2020 року Серія DR № 000586 диплома. Тема: «Підготовка майбутніх логопедів до інноваційної діяльності в умовах інклюзивної освіти»</p> <p>20. Заступник головного редактора збірника категорії Б «Психолого-педагогічні проблеми сучасної школи», УДПУ.</p> <p>21. Член редколегії журналу «Економічні горизонти», категорія Б, УДПУ.</p> <p>22. Член редколегії журналу категорії Б «Нова педагогічна думка» Рівненського обласного інституту післядипломної освіти Рівненського державного гуманітарного університету.</p> <p>23. Керівництво науковою роботою студенткою: Осадчук Юлія Володимирівна, III місце в II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт, 18 квітня 2019 року. Тема: «Організація фізкультурно-оздоровчої підготовки майбутніх фахівців».</p>	
213537	Кірдан Олександр Петрович	завідувач кафедри (професор), Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти	<p>Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 1994, спеціальність: праця і фізика,</p> <p>Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 1999, спеціальність: Фінанси,</p>	27	Методологія та організація наукових досліджень	<p>Підвищення кваліфікації, стажування Міністерство освіти і науки України Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини Напрямок: Інноваційні технології у професійній діяльності викладача Спеціальність: 011 Освітні, педагогічні науки 01.04.2022 р. – 29.04.2022 р. Свідоцтво про підвищення кваліфікації, ПК № 02125639/000862-22 180 год (6 кредитів</p>



Диплом  
кандидата наук  
ДК 057724,  
виданий  
10.02.2010,  
Атестат  
доцента 12ДЦ  
031480,  
виданий  
29.03.2012,  
Атестат  
професора АП  
004824,  
виданий  
23.12.2022

ECTS)  
Тема: «Інноваційні  
підходи до  
формування та  
реалізації освітніх  
програм у закладах  
вищої освіти»

Національний  
науковий центр  
«Інститут аграрної  
економіки»  
Напрямок: Сталій  
розвиток аграрного  
сектору економіки та  
сільських територій:  
виклики сьогодення  
Травень 2023 року  
Свідоцтво про  
підвищення  
кваліфікації,  
№ 150523146  
180 год (6 кредитів  
ECTS)

Malopolska School of  
Public Administration  
(Малопольська школа  
публічного  
адміністрування);  
University of  
Economics in Krakow  
(Університет  
економіки в Кракові)  
Напрямок: New and  
innovative teaching  
methods (Нові та  
інноваційні методи  
навчання)  
13.09.2021 –  
12.10.2021 року  
Свідоцтво про наукове  
стажування,  
NR №  
2823/MSAP/2021  
120 год (4 кредити  
ECTS)

Інформація про  
наукову діяльність

1. Кірдан О. П.,  
Глуценко І. М.  
Формування фахових  
компетентностей  
майбутніх бакалаврів  
фінансово-  
економічного  
профілю в умовах  
змішаного навчання:  
методологічні засади  
дослідження. Наука і  
техніка сьогодні. 2023.  
№ 3(17). С. 335–345.  
DOI:  
[https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-3\(17\)-335-345](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-3(17)-335-345)  
2. Дем'янишина О. А.,  
Гвоздей Н. І., Кірдан  
О. П. Система  
фінансування закладів  
загальної середньої  
освіти: міжнародний  
досвід для України.  
Наукові інновації та  
передові технології.  
2023. № 3(17). С. 27–  
39.  
3. Кірдан О. П.  
Міжнародний туризм

у сучасному науковому дискурсі. Економіка та суспільство. 2023. № 51. С. 27–39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-35>

4. Pasięka S., Kirdan O., Braslavska O., Kosmidailo I., Oliinyk O., Povorozniuk I., & Drobotova M. The economic role of tourism in European Countries' sustainable development. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, 2022, 44(3), pp. 323–337. <https://doi.org/10.15544/mts.2022.33> (Web of Science)

5. Світовий О., Кірдан О., Гечбая Б. Організаційно-економічні основи формування доданої вартості у виробництві зерна. Економіка сільського господарства та ресурсів: Міжнародний науковий електронний журнал, 2022, 8 (3), 200-223. DOI: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.03.10> (Scopus, Web of Science)

6. Kovalenko Y., Kirdan O., Krivonos A., Dobrovolska O., Gutsul T., Hromov S. (2021) Assessment of the place and role of personnel management in the general management system of the organization. International Journal of Computer Science and Network Security. Vol. 21. No. 11. P. 271-275. DOI: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.11.37> (Web of Science).

7. Zhytomyrska, T., Diachenko, S., Kirdan, O., Polishchuk, O., Ivanchenko, N., & Bezuhla, Z. (2021). «Information management and means of computerization as a technology of management activity (Gestão da informação e meios de informatização como tecnologia da atividade de gestão). Laplage Em Revista, 7(3B), pp. 636–644. DOI:

<https://doi.org/10.24115/S2446-6220202173B1607p.636-644> (Web of Science).

8. Berzhanir I., Berzhanir A., Yashchuk T., Yevchuk L., & Kirdan O. Monitoring the Efficiency of Financing Higher Education Institutions as a Necessary Requirement for the Implementation of their Competitiveness. Proceedings of the 35th International Business Information Management Association (IBIMA), 1-2 April 2020, Seville, Spain, p. 1211-1215 (Web of Science)

9. Berzhanir I., Berzhanir A., Yashchuk T., Yevchuk L., & Kirdan O. Comprehensive Evaluation of the Effectiveness of the Financial Mechanism of Higher Education Institutions in Ukraine. Proceedings of the 35th International Business Information Management Association (IBIMA), 1-2 April 2020, Seville, Spain, p. 4019-4023 (Web of Science).

10. Kirdan O.L., Pryshchepa S., Savchenko N., Tkachuk M., Kirdan O.P. The theory and practice of higher educational institutions management in Ukraine / Olena Kirdan, Svitlana Pryshchepa, Nataliya Savchenko, Myroslava Tkachuk, Oleksandr Kirdan SOCIETY. INTEGRATION. EDUCATION : Proceedings of the International Scientific Conference. Volume I, May 22th-23th, 2020. 408-423 Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.17770/sie2020vol1.5070> (Web of Science).

11. Bezliudnyi O., Kirdan O. The state policy of Ukraine in the field of continuous economic education / Oleksandr Bezliudnyi, Oleksandr Kirdan // SOCIETY. INTEGRATION. EDUCATION. Proceedings of the International Scientific Conference. Volume VI, 2020. p. 521-531. DOI:

<http://dx.doi.org/10.17770/sie2020vol1.5070>  
(Web of Science).

12. Кірдан О.П.  
Цифрова  
трансформація  
економіки України:  
теоретичні аспекти.  
Збірник льотної  
академії закладу вищої  
освіти. Проблеми  
підготовки сучасного  
вчителя. 2022, Вип. 1  
(25), С. 26–31. DOI:  
<https://doi.org/10.31499/2307-4914.1.2022.258466>

13. Кірдан, О. П.  
(2022). Сучасні  
напрями економіки:  
сутність та  
перспективи розвитку.  
Економічні  
горизонти, (2(20), 62–  
74.  
[https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(20\).2022.263287](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(20).2022.263287)

14. Кірдан, О. Л., &  
Кірдан, О. П. (2022).  
Формування  
добросовісності  
майбутніх фахівців як  
складник державної  
освітньої політики.  
Економічні  
горизонти, (2(20), 75–  
82.  
[https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(20\).2022.263301](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(20).2022.263301)

15. Кірдан О.П.  
Неперервна освіта як  
умова формування  
людського капіталу в  
інноваційній  
економіці Збірник  
льотної академії.  
Науковий вісник  
Льотної академії.  
Серія: Економіка,  
менеджмент та право:  
збірник наукових  
праць / Гол. ред. М. С.  
Письменна. Київ:  
«Центр учбової  
літератури», 2022.  
Вип. 7 С. 22-28. DOI  
[10.33251/2707-8620-2022-7-22-28](https://doi.org/10.33251/2707-8620-2022-7-22-28)

16. Кірдан О.П.,  
Кірдан О.Л.  
Ретродосвід  
управління  
фінансовою  
діяльністю закладів  
вищої освіти України  
та соціальної  
підтримки студентів  
Соціальна робота та  
соціальна освіта. 2022.  
Вип. 2 (9). С. 15-25.  
DOI:  
[https://doi.org/10.31499/2618-0715.2\(9\).2022.267058](https://doi.org/10.31499/2618-0715.2(9).2022.267058)

17. Кірдан О.Л., Кірдан  
О.П. Механізми  
забезпечення якості та

ефективності освітньої діяльності в університетах України у контексті євроінтеграції. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. 2022. Спецвипуск Євроінтеграція. Ч.1., с. 145-149. DOI: <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2022.spec.1.27>

18. Kirdan O.L, Kirdan O.P. Social governance and development of social skills of future specialists: terminological analysis. Science and education for sustainable development: Monograph / Edited by Aleksander Ostenda and Valentyna Smachylo. Katowice : Publishing House of University of Technology Katowice, 2022; part 2.34, 467-473. URL: [http://www.wydawnictwo.wst.pl/oferta\\_wydawnicza\\_oraz\\_zakup\\_publicacji/wydawnictwa/science\\_and\\_education\\_for\\_sustainable\\_development/92](http://www.wydawnictwo.wst.pl/oferta_wydawnicza_oraz_zakup_publicacji/wydawnictwa/science_and_education_for_sustainable_development/92).

19. Kirdan O. Human capital: Essence, analysis, development. Knowledge, Education, Law, Management. 2022. № 3 (47). P. 131-136. DOI: <https://doi.org/10.51647/kelm.2022.3.22>.

20. Кірдан О.Л., Кірдан О.П. Формування soft skills здобувачів вищої освіти в освітньому процесі закладу вищої освіти. Психолого-педагогічні проблеми сучасної школи: збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Умань : ВПЦ Візаві, 2021. 2 (6), С. 152–160. DOI: [https://doi.org/10.31499/2706-6258.2\(6\).2021.248144](https://doi.org/10.31499/2706-6258.2(6).2021.248144); URL: <http://ppsh.udpu.edu.ua/article/view/248144>

21. Кірдан О.П. Кірдан О.Л. Педагогіка гідності – педагогіка

майбутнього.  
Перспективи та інновації науки (Серія «Педагогіка», Серія «Психологія», Серія «Медицина»): журнал. 2021. № 5(5). С. 386–396.  
[https://doi.org/10.52058/2786-4952-2021-5\(5\)-386-396](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2021-5(5)-386-396) URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/pis/issue/view/30/54>

22. Кірдан О.Л., Кірдан О.П. Педагогічна складова освітньо-наукових програм підготовки доктора філософії. Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського. Випуск 4 (137), Одеса, 2021. С. 68–74.  
<https://doi.org/10.24195/2617-6688-2021-4-9>. URL: <https://nv.pdpu.edu.ua/Magazin>

23. Кірдан О. П. Практико-орієнтоване навчання в професійній підготовці майбутніх економістів. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Сер. Педагогічні науки. 2020. № 4 (408). С. 76–83.

24. Кірдан О. П. Наукові принципи реалізації моделі професійної підготовки майбутніх економістів у системі неперервної освіти. Проблеми підготовки сучасного вчителя. 2020. Вип. 1 (21), ч. 2. С. 89–96. DOI: [https://doi.org/10.31499/2307-4914.1\(21\).2020.210227](https://doi.org/10.31499/2307-4914.1(21).2020.210227)

25. Кірдан О.П. Самостійна та наукова робота студентів як засіб підвищення якості професійної підготовки майбутніх економістів у системі неперервної освіти. Інноваційна педагогіка. Вип. 23. Т.1. 2020. С. 128–132. DOI: <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2020/23-1.28>

26. Kirdan O. P., Harnyk O. A., Berzhanir A. L. System arrangement of labor motivation and

methodological approaches to the comprehensive assessment during the stage of innovative changes. Економічні горизонти. 2020. № 1(12). С. 33–42 DOI: 10.31499/2616-5236.1(12).2020.212853 <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/212853>

27. Кірдан О. П. Організаційно-методичні основи професійної підготовки майбутніх економістів у системі неперервної освіти. Наукові записки Ніжинського державного університету імені М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки. 2019. № 2. С. 127–132. DOI: <https://doi.org/10.31654/2663-4902-2019-PP-2-127-132>

28. Кірдан О. П. Оновлення змісту професійної підготовки майбутніх економістів у системі неперервної освіти на основі наукових досягнень і сучасних практик. Психолого-педагогічні проблеми сучасної школи. Вип. 1. 2019. С. 50–55. DOI: <https://doi.org/10.31499/2706-6258.1.2019.178124>

29. Кірдан О. П. Результати дослідження стану професійної підготовки майбутніх економістів у системі неперервної освіти. Психолого-педагогічні проблеми сучасної школи. 2019. Вип. 2. С. 59–66. <https://doi.org/10.31499/2706-6258.2.2019.178462>

30. Кірдан О. П. Якість професійної підготовки майбутніх економістів у контексті акредитації освітніх програм та розвитку внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності. Науковий часопис національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. 2019. Випуск 70. С. 122–126. DOI: <https://doi.org/10.31392/2311-5491/2019-70.30>

						<p>31. Керівник наукової теми кафедри економіки та соціально-поведінкових наук «Інвестиційно-інноваційна складова структурної трансформації економіки України» (державний реєстраційний номер 011U007535).</p> <p>32. Член редакційної колегії фахового видання категорії «Б» з економічних наук «Економічні горизонти» (Наказ МОНУ № 1218 від 07.11.2018).</p>	
20931	Корнієнко Тетяна Олександрівна	доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти	<p>Диплом бакалавра, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2008, спеціальність: , Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2014, спеціальність: , Диплом магістра, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2008, спеціальність: Фінанси, Диплом кандидата наук ДК 048610, виданий 23.10.2018, Атестат доцента АД 003346, виданий 15.10.2019</p>	12	Маркетинг інновацій	<p>Підвищення кваліфікації, стажування Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського, Південноукраїнський центр професійного розвитку керівників та фахівців соціальної сфери 10.05. – 20.06.2022 р. Підвищення кваліфікації, свідоцтво СП № 32/1-001/030/2022 180 год (6 кредитів ECTS) Тема: «Сучасні методи та форми організації освітнього процесу у закладах вищої освіти»</p> <p>Інформація про наукову діяльність 1. Корнієнко Т., Подзігун С., Пачева Н. Маркетингова стратегія інноваційного розвитку підприємств. Економіка та суспільство. 2023. № 53. DOI: <a href="https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-8525">https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-8525</a>. 2. Пачева Н. О., Подзігун С. М., Корнієнко Т. О. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю інноваційно-орієнтованих підприємств. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2023. №8. DOI: <a href="https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-8-9113">https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-8-9113</a> 3. Корнієнко Т. О. Інновації в</p>



удосконаленні порядку оцінки результатів реалізації інструментів і заходів з підвищення дієвості процесу формування стану економічної безпеки на підприємствах. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2023. №5. С. 55-61. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-5-8926>

4. Melnychuk Yu. M., Chvertko L. A., Korniienko T. A., Vinnytska O. A., Garmatiuk O. V. Analysis of the factors influencing the market of insurance services in life insurance. Tem Journal. 2019. Vol. 8. No. 1. P. 201-206. DOI: <https://dx.doi.org/10.18421/TEM81-28> (Scopus, Web of Science); [http://www.temjournal.com/content/81/TEMJournalFebruary2019\\_201\\_206.pdf](http://www.temjournal.com/content/81/TEMJournalFebruary2019_201_206.pdf)

5. Melnychuk Yu. M., Shkolenko O. B., Vinnytska O. A., Korniienko T. O. Features of the assessment of the financial condition of life insurance companies in an independent region: priorities for insurance business and clients. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2020. Vol. 1, No. 32. P. 147-157. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v1i32.200338> (Web of Science).

6. Melnychuk Yu., Tkachuk I., Chvertko L., Slatvinskyi M., Vinnytska O., Korniienko T. Assessment of financial and investment activity of textile enterprises as a guarantee of successful business in the region. Industriya Textila. 2020. Vol. 71. № 3. P. 235-240. DOI: <http://doi.org/10.35530/IT.071.03.1687> (Web of Science, Scopus).

7. Kolotukha S., Gvozdej N., Vinnytska O., Chvertko L., Korniienko T. Aspects of Increasing the Level of Financial Support of Agricultural

Enterprises.  
Proceedings of the 35th  
International Business  
Information  
Management  
Association (IBIMA),  
ISBN: 978-0-9998551-  
4-0, 1-12 April 2020,  
Seville, Spain, p.18217-  
18228. (Web of  
Science)

8. Чирва Г. М., Ткачук  
С. П., Корнієнко Т. О.,  
Підлісний Є. В. Роль  
менеджера у розвитку  
етичної культури та  
дотримання етичних  
стандартів. Наукові  
записки Львівського  
університету бізнесу  
та права. 2023. № 37,  
С. 155–160. URL :  
<https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/798>

9. Корнієнко Т. О.  
Маркетингові  
стратегії у формуванні  
конкурентних переваг  
підприємств в умовах  
воєнного стану.  
Економіка та  
суспільство. 2023. №  
49.  
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-65>

10. Корнієнко Т.О.,  
Вінницька О.А.,  
Чвортко Л. А. Аналіз  
фінансової складової  
економічної безпеки  
підприємства.  
Міжнародний  
науковий журнал  
«Інтернаука». Серія:  
«Економічні науки».  
2022. №2. С. 173- 178.  
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-2-7920>

11. Корнієнко Т. О.  
Аналіз стану  
економічної безпеки  
України та пріоритети  
її зміцнення.  
Економіка та  
суспільство, (38). 2022  
.DOI:  
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-61>

12. Білошкурський М.  
В., Корнієнко Т. О.,  
Білошкурська Н. В.,  
Плець І. І.  
Детермінанти сталого  
розвитку  
старопромислового  
регіону. Наукові  
записки  
Національного уні-  
верситету «Острозька  
академія». Серія  
«Економіка»:  
науковий журнал.  
Острог : Вид-во  
НаУОА, березень  
2022. No 24(52). С. 77–  
82. DOI:  
[10.25264/2311-5149-](https://doi.org/10.25264/2311-5149-)

2022-24(52)-77-82  
13. Корнієнко Т.О.  
Вплив загроз та ризиків на формування системи економічної безпеки підприємства.  
Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. №4. С. 43- 48.  
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-4-7987>

14. Kolotukha S., Gvozdej N., Vinnitskaya O., Chvertko L., Korniienko T.  
Development of Land Relations and Mortgage Loaning of Agricultural Enterprises in the Context of Modern Conditions. Vision 2025: education excellence and management of innovations through sustainable economic competitive advantage. 2019. P. 6847–6856

15. Корнієнко Т. О.  
Концептуальні засади підвищення дієвості процесу формування стану економічної безпеки в сільськогосподарських підприємствах.  
Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2019. № 4. С. 30–34.  
<https://doi:10.25313/2520-2294-2019-4-4914>

16. Корнієнко Т. О., Чвертко Л. А., Вінницька О. А.  
Аналіз та оцінка стану економічної безпеки регіону. Економіка. Фінанси. Право. 2020. №10/2. С. 17-22. DOI: [https://doi.org/10.37634/efr.2020.10\(2\).4](https://doi.org/10.37634/efr.2020.10(2).4)

17. Вінницька О. А., Чвертко Л. А., Корнієнко Т. О.  
Теоретична сутність та значення фінансової стійкості підприємства. Економіка. Фінанси. Право. 2020. №11/3. С. 25-29. DOI: [https://doi.org/10.37634/efr.2020.11\(3\).6](https://doi.org/10.37634/efr.2020.11(3).6)

18. Вінницька О. А., Корнієнко Т. О., Чвертко Л. А.  
Місцеві податки як джерело доходів місцевих бюджетів.  
Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2021. №11. С. 18-25.  
<https://www.internauk>

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

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначеному стандартом вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
<p><i>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</i>  <i>ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</i>  <i>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</i>  <i>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</i>  <i>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</i>  <i>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності</i></p>	<p>☒</p>	<p>Кваліфікаційна робота</p>	<p>Консультації з керівником кваліфікаційної роботи, самонавчання, підготовка кваліфікаційної роботи та презентація наукових результатів.</p>	<p>Оцінка виконання та публічного захисту кваліфікаційної роботи.</p>

ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.  
ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.  
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.  
ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.  
ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.  
ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.  
ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.  
ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.  
ПРН 14. Формувати маркетингову

<p>систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. ПРН 16. Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації. ПРН 17. Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання.</p>				
<p>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p>	<p>☒</p>	<p>Комплексний екзамен за фахом</p>	<p>Проблемно-пошуковий, логічного узагальнення, аналітичний, проектування, обґрунтування.</p>	<p>Екзамен усний по білетах.</p>

*ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.*

*ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.*

*ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.*

*ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.*

*ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.*

*ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.*

*ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.*

*ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації*

<p>маркетингових стратегій, проектів і програм.  <i>ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</i>  <i>ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</i>  <i>ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</i>  <i>ПРН 16. Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації.</i>  <i>ПРН 17. Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання.</i></p>				
<p><i>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</i>  <i>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</i>  <i>ПРН 5. Презентувати та обговорювати</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Маркетингове планування</p>	<p>словесні методи (лекції, пояснення);  практичні методи (семінарські заняття, практичні заняття, розрахунково-графічні роботи, розв'язання аналітичних задач );  наочні (демонстрація, ілюстрація);  самостійна робота (виконання індивідуально-дослідницького завдання).  науково-дослідна робота студентів.</p>	<p>перехресне опитування, поточний тестовий контроль, контрольні завдання, підсумкове тестування, презентація аналітичних робіт, підготовка та захист ІНДЗ, екзамен.</p>



<p>результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. ПРН 16. Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації.</p>				
<p>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і</p>	<p>☒</p>	<p>Виробнича практика</p>	<p>практична і творча діяльність; навчальні екскурсії, метод діалогового спілкування, метод аналізу конкретної ситуації, метод роботи у малих групах;</p>	<p>контроль повноти та якості виконання програми практики; оцінювання практичних навичок, публічний захист звітів із практики, екзамен.</p>

практичні прийоми маркетингу.  
ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.  
ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.  
ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.  
ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.  
ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.  
ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.  
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.  
ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у

консультації та інструктаж керівника практики від університету.

процесі прийняття маркетингових рішень.  
ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.  
ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.  
ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.  
ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.  
ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.  
ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.  
ПРН 16. Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації.  
ПРН 17. Вміти виявляти щось нове у звичайному,

<p>розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання.</p>				
<p>ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.  ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.  ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.  ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.  ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.  ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.  ПРН 17. Вміти виявляти щось нове у звичайному,</p>	<p>☒</p>	<p>Управління проєктами</p>	<p>словесні методи (лекції, дискусії, дебати);  практичні методи (семінарські заняття, практичні заняття, дерево рішень, кейс-методи.);  наочні (демонстрація, ілюстрація, спостереження);  самостійна робота (виконання індивідуально-дослідницького завдання, міні-дослідження).</p>	<p>індивідуальне опитування, контрольні роботи (розв'язування практичних кейсів), тестовий контроль, підсумковий контроль, перевірка та захист індивідуального завдання, екзамен.</p>

розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання.				
<p><i>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</i></p> <p><i>ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</i></p> <p><i>ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</i></p> <p><i>ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</i></p> <p><i>ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</i></p> <p><i>ПРН 16. Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації.</i></p>	☒	Маркетинговий аналіз	словесні методи (інтерактивні лекції, дискусії, бесіди); практичні методи (семінарські заняття, практичні заняття, кейс-метод, ділові ігри); наочні (демонстрація, ілюстрація); самостійна робота (виконання індивідуально-дослідницького завдання, підготовка доповіді). науково-дослідна робота студентів.	фронтальне опитування, поточний тестовий контроль, контрольні роботи (розв'язування практичних кейсів), розрахункові та розрахунково-графічні роботи, підсумкове тестування, екзамен.
<i>ПРН 2. Вміти адаптувати і</i>	☒	Логістичний менеджмент	словесні методи (лекції, лекції-обговорення,	усний фронтальний контроль, тестовий

<p>застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН 16. Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації.</p>			<p>навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації); практичні методи (семінарські заняття, практичні заняття, робота в малих групах, проектування професійних ситуацій); наочні (демонстрація, ілюстрація); самостійна робота (виконання індивідуально-дослідницького завдання, підготовка доповіді).</p>	<p>контроль, розв'язання ситуаційних вправ, ІНДЗ, екзамен.</p>
<p>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПРН 6. Вміти</p>	<p>☒</p>	<p>Маркетинговий менеджмент</p>	<p>словесні методи (інтерактивні лекції, дискусії, бесіди, відеометод); практичні методи (семінарські заняття, практичні заняття, робота в малих групах, проектування професійних ситуацій, мозковий штурм); наочні (демонстрація, ілюстрація); самостійна робота (виконання індивідуально-дослідницького завдання, підготовка доповіді). науково-дослідна робота студентів.</p>	<p>індивідуальне опитування, поточний тестовий контроль, дайджест, контрольні завдання, підсумкове тестування, екзамен.</p>

<p>підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.  ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.  ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.  ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.  ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.  ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.  ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.  ПРН 17. Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання.</p>				
ПРН 1. Знати і вміти	<input checked="" type="checkbox"/>	Стратегічний маркетинг	словесні методи (лекції проблемного характеру,	усне опитування, поточний тестовий контроль,

застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.  
ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.  
ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.  
ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.  
ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.  
ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.  
ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.  
ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні

дискусії, діалоги); практичні методи (семінарські заняття, практичні заняття, робота в малих групах, ); самостійна робота (виконання індивідуально-дослідницького завдання).

виконання ситуаційних вправ, підсумковий контроль, перевірка та захист індивідуального завдання, екзамен.



<p>відносини з іншими суб'єктами ринку. ПРН 16. Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації. ПРН 17. Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання.</p>				
<p>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Психологія управління</p>	<p>словесні методи (лекції, лекції-обговорення, перехресні дискусії); практичні методи (семінарські заняття, метод мозкового штурму, ділові ігри); наочні (демонстрація, ілюстрація); самостійна робота (складання реферату).</p>	<p>усне опитування, письмові контрольні завдання, презентація творчих завдань, залік.</p>
<p>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПРН 15. Збирати</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Методологія та організація наукових досліджень</p>	<p>словесні методи (проблемно-орієнтовані лекції, дискусії) практичні методи (семінарські заняття, творчі роботи); наочні (демонстрація, ілюстрація); самостійна робота (підготовка доповіді, робота із друкованими та електронними інформаційними ресурсами).</p>	<p>індивідуальне опитування, контрольні письмові роботи, тестування за темами та окремими питаннями, дайджест, залік.</p>

<p>необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>				
<p>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Бізнес-етика в галузі</p>	<p>словесні методи (лекції, дискусії); практичні методи (семінарські заняття, практичні заняття); наочні (демонстрація, ілюстрація); самостійна робота (виконання індивідуально-дослідницького завдання, підготовка доповіді).</p>	<p>поточний контроль, обговорення проблемних питань, презентація повідомлень, залік.</p>
<p>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами. ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Ділова іноземна мова</p>	<p>словесні методи (лекції, дискусії, співбесіди); практичні методи (семінарські заняття, ділові ігри, робота в групах); наочні (демонстрація, ілюстрація); самостійна робота (написання ІНДЗ).</p>	<p>фронтальне опитування, бліц-опитування, аудіювання, тестовий контроль, есе, перевірка та захист ІНДЗ, екзамен.</p>

відносини з іншими суб'єктами ринку.				
<p>ПРН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПРН 17. Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання.</p>	☒	Маркетинг інновацій	<p>словесні методи (лекції, дискусії, дебати);</p> <p>практичні методи (семінарські заняття, практичні заняття, робота в малих групах);</p> <p>наочні (демонстрація, ілюстрація);</p> <p>самостійна робота (виконання індивідуально-дослідницького завдання, підготовка реферату).</p> <p>науково-дослідна робота студентів.</p>	<p>бліц-опитування, поточний тестовий контроль, розв'язання проблемних ситуацій, контрольні завдання, підсумкове тестування, захист ІНДЗ екзамен.</p>