

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Київський національний торговельно-економічний університет
Освітня програма	36827 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Спеціальність	075 Маркетинг

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:

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

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	196
Повна назва ЗВО	Київський національний торговельно-економічний університет
Ідентифікаційний код ЗВО	01566117
ПІБ керівника ЗВО	Мазаракі Анатолій Антонович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	knute.edu.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/196>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	36827
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Вид освітньої програми	Освітньо-наукова
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Термін навчання на освітній програмі	4 р.
Форми здобуття освіти на ОП	заочна, очна денна, очна вечірня
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Кафедра маркетингу
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Кафедра готельно-ресторанного бізнесу Кафедра економіки та фінансів підприємства Кафедра економічної теорії та конкурентної політики Кафедра іноземної філології та перекладу Кафедра журналістики та реклами Кафедра філософії, соціології та політології Кафедра адміністративного, фінансового та інформаційного права Вища школа педагогічної майстерності Кафедра інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки Кафедра цифрової економіки та системного аналізу Кафедра менеджменту Кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю Кафедра товарознавства та митної справи Кафедра торговельного підприємництва та логістики Кафедра статистики та економетрії Кафедра міжнародного менеджменту Кафедра загальноправових дисциплін
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	02156, м. Київ-156, вул. Кіото, 19
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	
Мова (мови) викладання	Українська

ID гаранта ОП у ЄДЕБО	43763
ПІБ гаранта ОП	Лабурцева Олена Іванівна
Посада гаранта ОП	Професор
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	o.laburtseva@knote.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(067)-329-88-31
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(067)-319-60-09

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

Київський національний торговельно-економічний університет (далі – КНТЕУ) створений у 1946 році. Підготовка кандидатів економічних наук в університеті здійснюється з 1966 року. Залежно від змісту економічної науки та у відповідь на запити основних стейкхолдерів: здобувачів, роботодавців тощо, ця підготовка зазнавала змін. В рамках останньої трансформації, що відбулась у 2015 році у рамках Болонського процесу і згідно із Зальцбурзькими принципами, в КНТЕУ розроблено освітньо-наукову програму третього рівня вищої освіти 075 «Маркетинг»; ліцензія оформлена наказом Міністерства освіти і науки України від 10 червня 2016 року № 655.

Освітньо-наукову програму 075 «Маркетинг» створено на основі попередньої програми 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», формула спеціальності якої передбачала, зокрема, дослідження теоретико-методологічних, науково-методичних та прикладних засад, розвитку, тенденцій та закономірностей маркетингової діяльності підприємства. В рамках програми 08.00.04 (2007-2015 рр.) в КНТЕУ захищено значну кількість дисертаційних робіт з маркетингу.

Актуальність освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» зумовлена тенденціями розвитку ринкового середовища, що визначають потребу у фахівцях, здатних до ефективного розв'язання комплексних проблем професійної та дослідницько-інноваційної діяльності в галузі маркетингу, глибокого переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та професійної практики, а також до проведення наукових досліджень.

Зміст та впровадження освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» у КНТЕУ регламентує «Стандарт вищої освіти КНТЕУ. Галузь знань 07 «Управління та адміністрування». Спеціальність 075 «Маркетинг». Рівень вищої освіти третій (освітньо-науковий). Ступінь вищої освіти доктор філософії» (затверджений вченою радою КНТЕУ 27.06.2017 р., протокол № 13, п. 6, введений в дію наказом ректора від 29.06.2017 р. № 1698). Зміст стандарту оновлено у 2020 р. – «Стандарт вищої освіти КНТЕУ. Рівень вищої освіти третій (освітньо-науковий). Ступінь вищої освіти доктор філософії. Галузь знань 07 «Управління та адміністрування». Спеціальність 075 «Маркетинг» (затверджений вченою радою КНТЕУ 27.02.2020 р., протокол № 6, п. 10, введений в дію наказом ректора від 04.03.2020 р. № 817).

Група забезпечення освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» щорічно переглядає та коригує склад та обсяги освітніх компонентів програми з урахуванням змін у ринковому середовищі, рекомендацій стейкхолдерів, а також набутого досвіду.

Загальна кількість осіб, що вступили на навчання за програмою: 2016 р. – 2; 2017 р. – 5; 2018 р. – 4; 2019 р. – 3.

5. Інформація про контингент здобувачів вищої освіти на ОП станом на 1 жовтня поточного навчального року та набір на ОП

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	ОВ	З	ОД	ОВ	З
1 курс	2019 - 2020	3	1	1	1	0	0	0
2 курс	2018 - 2019	4	2	0	0	0	0	0
3 курс	2017 - 2018	5	1	1	1	0	0	0
4 курс	2016 - 2017	2	2	0	0	0	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)	35410 Маркетинг
перший (бакалаврський) рівень	31002 Маркетинг 31896 Маркетинг 27614 Маркетинг 27615 Рекламний бізнес 33272 Рекламний бізнес 24431 Логістика 14129 Маркетинг 686 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	17076 Маркетинг 6061 Маркетинг 29085 Маркетинг 8382 Маркетинг 8503 Рекламний бізнес 22107 Бренд-менеджмент 30826 Маркетинг менеджмент 30827 Цифровий маркетинг 15715 Маркетинг 18569 Рекламний бізнес
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	36827 Маркетинг

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	113142	31339
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	113142	31339
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	40	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>ОНП 075 Маркетинг 2016.pdf</i>	huAwMjt/tO/Hj5ApJfU7htcGvxGR3DTkppqM2RI0BM1w=
Освітня програма	<i>ОНП 075 Маркетинг 2020.pdf</i>	kOECadYAh65rG1oXJxf9m5Cz8Vyc51IIRX/go9HxFQg=
Навчальний план за ОП	<i>ТНП 075 Маркетинг 2016.pdf</i>	4MpS/DywXijHweWsxOlPpGURdQn48NAXtkdKQ/pPsrXw=
Навчальний план за ОП	<i>ТНП 075 Маркетинг 2020.pdf</i>	HNgs8pLqcxvICF4Ht+JzyBTP6et2T2FJTUOibeapLQk=
Навчальний план за ОП	<i>РНП 075 Маркетинг 2016.pdf</i>	2/OC/ztTPHhi41+rPu8qHZuku5xMqX25GUNwFPVaRsU=
Навчальний план за ОП	<i>РНП 075 Маркетинг 2020.pdf</i>	Hc9p20qCgY97U16r7ds0wU1Y2bftnKQdgAyHe8HJYtk=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензії на ОНП 075 2016.pdf</i>	QsLJWBGBT9gzRzf+t1JjUvqEoOYIRzKGPpt7TD46H4E=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензії на ОНП 075 2020.pdf</i>	32cjTt4i0ayJaYx1hO2RB2W/wYSN7Yh1ifjzgSPtul=

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Метою освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» є формування системи наукових знань та навичок для набуття здатності ефективного розв'язання комплексних проблем професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності в галузі маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. Освітньо-наукова програма передбачає оволодіння методологією наукової та педагогічної діяльності, а також проведення наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.

Унікальність програми визначається її орієнтацією на створення нового знання саме у сфері маркетингу, оновлення методології маркетингового аналізу, розробки на цій основі практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств, організацій, установ, а також соціального, політичного, публічного, територіального та особистісного маркетингу. Рекомендований перелік наукових напрямів дослідження в межах освітньо-наукової програми представлено на веб-сайті КНТЕУ

<https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/90000b7be390665964cafb0c8f7bdc3.pdf>

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

Стратегія розвитку КНТЕУ (на період до 2030 року) визначає, що місією університету є «...елітарна освіта нинішнього та майбутніх поколінь на засадах прийнятності традицій та інновацій задля забезпечення поступального розвитку України»

(<https://knute.edu.ua/file/MjlxNw==/d4ae46014b85e67ca2f6a89a393ee4e2.pdf>).

Освітньо-наукова програма 075 «Маркетинг» відповідає Стратегії розвитку КНТЕУ, оскільки орієнтована на реалізацію таких основних векторів стратегічного розвитку університету:

- забезпечення підготовки висококваліфікованих фахівців, максимально адаптованих до вирішення завдань професійної діяльності, бізнес-орієнтованих, інтелектуально та творчо розвинених, мовнокомпетентних тощо;

- забезпечення якісного складу науково-педагогічних працівників, підвищення рівня ефективності підготовки наукових кадрів, стажування, підвищення кваліфікації;

- розвиток наукової діяльності, наближення до параметрів дослідницького закладу вищої освіти; постійна актуалізація тематики наукових досліджень, спрямованої на соціально-економічний розвиток країни; виявлення та заповнення «ніш» затребуваності наукових результатів.

Можливості становлення освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» можуть бути враховані у перспективах подальшого розвитку КНТЕУ, оскільки саме маркетинг здатний сприяти розвитку стійкого зв'язку та реалізації спільних проектів із роботодавцями, бізнес-середовищем, провадженню наукового консалтингу та бізнес-освіти.

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

До робочої групи освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» входить аспірант Т.В. Романченко. На пропозицію групи аспірантів різних освітніх програм, до якої входила й Т.В. Романченко, у 2018 р. вивільнені від освітніх компонент 3-й та 4-й роки навчання з метою забезпечити більше часу на виконання індивідуальних наукових досліджень за темою дисертації. Також у 2020 р. на пропозицію групи аспірантів до освітньо-наукової програми додано обов'язковий компоненту «Науковий семінар за темою дисертаційної роботи», збільшено кількість вибіркових дисциплін з метою більш повного урахування наукових інтересів кожного аспіранта.

- роботодавці

До робочої групи освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» до 2020 р. входив директор компанії «Україна-Арт», заст. Голови Спільки рекламистів України Е.В. Андрейченко. На його пропозицію у 2016 р. до складу компоненту освітньо-наукової програми включено науковий семінар «Інтегровані маркетингові комунікації», як необхідний для досягнення мети програми в аспекті вільного володіння сучасними тенденціями розвитку маркетингового інструментарію комунікативного впливу на споживачів. Роботодавці розглядають зміст освітньо-наукової програми, надають до неї пропозиції та зауваження, а також рецензії (Генеральний директор ТОВ «МАСМІ Україна» С.П. Чиглінцев, маркетинг-директор НВФ «Студцентр» Т.А. Пирогова, директор ТОВ «Грантек» Н. В. Омельченко, директор ТОВ «А.С.П.» Л.О. Стискал). Крім того, одним з основних роботодавців є КНТЕУ, інтереси якого враховуються через участь академічної спільноти у обговоренні освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг».

- академічна спільнота

Академічна спільнота залучається до обговорення освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг», надання пропозицій та рекомендацій шляхом оприлюднення спочатку проекту освітньо-наукової програми, а потім її діючої редакції окремо (<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>) та в складі інформаційного пакету (<https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/9ee90ff6ac4fa425aa9cb7b6aeb5f8f3.pdf>) на сайті КНТЕУ. Зокрема, на пропозицію внутрішньої академічної спільноти університету у 2017 р. назву обов'язкової освітньої компоненти «Філософія науки» було змінено на «Філософський світогляд ХХІ століття», чим забезпечено актуалізацію її змісту. У 2020 р. на пропозицію внутрішньої академічної спільноти університету до освітньо-наукової програми внесено такі зміни: дисципліну «Іноземна мова» замінено на «Іноземна мова академічного спілкування» як таку, що більш повно відповідає інтересам аспірантів; дисципліну «Педагогіка вищої освіти» перенесено до обов'язкових як таку, що відповідає за формування ключових загальних компетентностей здобувачів, до програми цієї дисципліни включено педагогічну практику; введено обов'язкову дисципліну «Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері», яка сприятиме розвитку професійної етики та академічної доброчесності; розширено перелік вибіркового компонент з 8 до 13 дисциплін.

- інші стейкхолдери

Інші стейкхолдери також мають змогу залучатися до обговорення освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг», надання пропозицій та рекомендацій завдяки оприлюдненню спочатку проекту освітньо-наукової програми, а потім її чинної редакції окремо (<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>) та в складі інформаційного пакету (<https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/9ee90ff6ac4fa425aa9cb7b6aeb5f8f3.pdf>) на сайті КНТЕУ. Проте, протягом періоду функціонування освітньо-наукової програми (2016-2020 рр.) пропозицій та рекомендацій від інших стейкхолдерів не надходило.

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

Цілі освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» та програмні результати навчання відповідають сучасним тенденціям розвитку спеціальності «Маркетинг» та ринку праці. Тенденції розвитку спеціальності відображені, зокрема, в затверджених МОНУ стандартах вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти (відповідно накази МОНУ від 05.12.2018 р. № 1343 та від 10.07.2019 р. № 960). Цілі освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» та програмні результати навчання повністю відповідають предметній області спеціальності, визначеній у цих актуальних стандартах, з урахуванням більш високих вимог Національної рамки кваліфікацій для кваліфікаційного рівня доктора філософії, для якого затвердженого стандарту вищої освіти немає. Відповідність цілей освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» та програмних результатів навчання тенденціям ринку праці забезпечується регулярними контактами з роботодавцями, випускниками аспірантури тощо. Починаючи з 2017 р., Центром розвитку кар'єри КНТЕУ проводяться щорічні опитування роботодавців щодо їх задоволеності рівнем підготовки аспірантів, виявлення перспектив співпраці, за результатами яких здійснюється перегляд та удосконалення освітньо-наукових програм. З урахуванням сучасних тенденцій ринку праці до програми включено вибірково освітню компоненту «Інформаційні технології в наукових дослідженнях», науковий семінар «Маркетинг у системі бренд-лідерства» та ін.

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

Для функціонування освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» галузевий та регіональний контексти не відіграють вагомій ролі. Освітньо-наукова програма є універсальною й передбачає можливість проведення наукових досліджень маркетингової діяльності ринкових суб'єктів в різних галузях та регіонах. Так, станом на жовтень 2020 р. аспіранти виконують наукові дослідження за такими темами, як: «Управління репутацією підприємства в системі корпоративного брендингу», «Маркетингова збутова стратегія торговельної мережі», «Маркетингові стратегії суб'єктів публічного управління», «Маркетинг підприємств торгівлі в соціальних мережах», «Маркетингові стратегії мереж кінотеатрів», «Технології діджитал-маркетингу в діяльності підприємств торгівлі», «Маркетингові стратегії підприємства роздрібно торгівлі фармацевтичними товарами», «Маркетингові комунікації підприємств торгівлі в цифрових медіа», «Холістичний маркетинг підприємств фешн-індустрії» та ін.

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

Під час формулювання цілей та програмних результатів навчання освітньо-наукової програми враховано досвід програм підготовки доктора філософії з маркетингу в КНУ імені Тараса Шевченка, НТУУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Інституті новітніх технологій та лідерства НАУ тощо. Проведений аналіз дозволив запобігти недолікам у процесі формулювання фокусу ОНП, формуванні переліку вибіркового дисциплін, розробки тематики наукових семінарів. Проведено порівняльний аналіз 33 освітніх програм підготовки доктора філософії в провідних університетах світу, серед яких – Yale University, Connecticut, USA; York University, Toronto, Canada; University of Mannheim, Germany; Erasmus University Rotterdam, Netherlands; Yonsei University, Seoul,

South Korea та ін. Аналіз показав, що 31% освітніх компонент спрямовані на формування здатності обробки та узагальнення маркетингової інформації, 15% – здатності розуміти поведінку споживачів, по 10% – оволодіння теорією маркетингу та стратегічного маркетингу, по 4% – здатності застосовувати цифровий маркетинг, здійснювати брендинг та маркетингові комунікації. Зазначені результати використані при формулюванні програмних результатів навчання. Конкурентоспроможність освітньо-наукової програми поряд з вітчизняними та іноземними аналогами забезпечують унікальний склад освітніх компонент та вибіркові дисципліни, орієнтовані на прикладні дослідження в маркетингу.

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

Стандарт вищої освіти за третім (освітньо-науковим) рівнем за спеціальністю 075 «Маркетинг» відсутній. У КНТЕУ розроблено і затверджено внутрішній стандарт «Стандарт вищої освіти КНТЕУ. Галузь знань 07 «Управління та адміністрування». Спеціальність 075 «Маркетинг». Рівень вищої освіти третій (освітньо-науковий). Ступінь вищої освіти доктор філософії» (затверджений вченою радою КНТЕУ 27.06.2017 р., протокол № 13, п. 6, введений в дію наказом ректора від 29.06.2017 р. № 1698). Зміст стандарту оновлено у 2020 р. – «Стандарт вищої освіти КНТЕУ. Рівень вищої освіти третій (освітньо-науковий). Ступінь вищої освіти доктор філософії. Галузь знань 07 «Управління та адміністрування». Спеціальність 075 «Маркетинг» (затверджений вченою радою КНТЕУ 27.02.2020 р., протокол № 6, п. 10, введений в дію наказом ректора від 04.03.2020 р. № 817).

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?

Згідно з вимогами Національної рамки кваліфікацій для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти програмні результати навчання мають забезпечувати здатність особи розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. Зазначені вимоги враховані при визначенні мети освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» та при формулюванні програмних результатів навчання. Зокрема, згідно з редакцією ОНП 2020 р. це такі результати:

ПРН 1. Демонструвати системний науковий світогляд, знання сучасних теорій та концепцій у сфері маркетингу, володіння науковою термінологією

ПРН 2. Здійснювати критичний аналіз та узагальнення результатів наукових досліджень з метою генерування нових ідей, аналізу та синтезу цілісних знань.

ПРН 3. Організовувати та проводити оригінальні наукові дослідження у сфері маркетингу на сучасному фаховому рівні.

ПРН 4. Вибирати та використовувати загальнонаукові та спеціальні методи наукових досліджень в сфері маркетингу.

ПРН 5. Демонструвати здатність до пошуку, обробки, аналізу та узагальнення інформації для проведення самостійних наукових досліджень в сфері маркетингу.

ПРН 8. Розв'язувати комплексні науково-практичні проблеми у сфері маркетингу на основі переосмислення наявних та генерації нових цілісних знань.

ПРН 10. Формулювати та аргументувати висновки і пропозиції щодо розвитку концептуальних та методологічних знань в сфері маркетингу.

ПРН 12. Впроваджувати результати власних наукових досліджень у сфері маркетингу.

ПРН 13. Демонструвати значну авторитетність, інноваційність, послідовну відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності.

Повністю програмні результати навчання подані в освітньо-науковій програмі 075 «Маркетинг» 2020 р. на сайті КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>)

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

48

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)?

0

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

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

Предметна область спеціальності 075 «Маркетинг» визначається таким чином:

- об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів;

- теоретичний зміст предметної області: сутність маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу;

- методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

З урахуванням об'єкту вивчення сформульована мета освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг», якою є формування системи наукових знань та навичок для набуття здатності ефективного розв'язання комплексних проблем професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності в галузі маркетингу.

Об'єкту вивчення спеціальності та теоретичному змісту предметної області відповідають освітні компоненти: ОНП 2016 р. – обов'язкові наукові семінари «Еволюція теоретико-методологічних засад маркетингу», «Маркетингове супроводження наукових досліджень», «Маркетинг у системі бренд-лідерства» та «Інтегровані маркетингові комунікації»; ОНП 2020 р. – обов'язкові наукові семінари «Інтегровані маркетингові комунікації», «Брендинг у системі маркетингу», вибіркові освітні компоненти «Світовий ринок товарів та послуг», «Ризики в маркетингу», «Управління ланцюгами постачання», науковий семінар «Еволюція теоретико-методологічних засад маркетингу», а також тематика індивідуальних дисертаційних досліджень.

Методам, методикам та технологіям спеціальності відповідають обов'язкові освітні компоненти:

«Методологія наукових досліджень», «Сучасні економічні теорії», а також вибіркові освітні компоненти: ОНП 2016-2020 р. – «Статистичні методи аналізу та прогнозування», «Інформаційні технології в наукових дослідженнях», «Комерціалізація інтелектуальної власності», «Міжнародна статистика», «Правове забезпечення наукових досліджень», ОНП 2016 р. – «Інформаційні технології моделювання економічних процесів», ОНП 2020 р. – «Інформаційні технології в наукових дослідженнях», «Математичне моделювання у наукових дослідженнях».

Освітньо-наукова програма 075 «Маркетинг» відрізняється від освітніх програм за суміжними предметними областями (спеціальностями), що реалізуються в КНТЕУ, її спрямуванням на дослідження саме маркетингової діяльності суб'єктів ринкових відносин. Ця відмінність реалізується через обов'язкові освітні компоненти – наукові семінари маркетингового спрямування, а також через тематику індивідуальних дисертаційних досліджень, тому освітня програма не може бути об'єднана з іншими.

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

Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії забезпечується здобувачам вищої освіти згідно з Законом України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII, а також Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії у КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/4dbb83896b3719ad9f5d604f75ce2ea5.pdf>).

У п. 2.9 цього Положення зазначено, що індивідуальний навчальний план здобувача ступеня вищої освіти доктор філософії формується аспірантом на основі освітньо-наукової програми та навчального плану, погоджується з науковим керівником та затверджується вченою радою КНТЕУ протягом 2 місяців з дня зарахування особи до аспірантури. Індивідуальний навчальний план повинен містити перелік дисциплін за вибором аспіранта в обсязі, що становить не менш як 25 відсотків загальної кількості кредитів ЄТКС. При цьому аспіранти мають право вибирати навчальні дисципліни інших спеціальностей та рівнів вищої освіти, які пов'язані з тематикою дисертаційного дослідження, за погодженням із своїм науковим керівником та завідувачем кафедри. Вивчення навчальних дисциплін може відбуватися на базі КНТЕУ, а також в рамках реалізації права на академічну мобільність – на базі інших закладів вищої освіти (наукових установ).

В КНТЕУ у 2019 р. проведені дослідження ставлення аспірантів до освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» та освітньо-наукових програм третього рівня освіти в цілому. 100% опитаних вважають, що вони мають можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію.

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

Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії у Київському національному торговельно-економічному університеті визначає порядок реалізації здобувачами вищої освіти свого права на вибір навчальних дисциплін. В п. 2.10 цього Положення зазначено, що нормативний зміст підготовки здобувачів ступеня вищої освіти доктор філософії сформований в навчальному плані у термінах результатів навчання і становить обов'язкову частину вимог до рівня компетентностей освітньо-наукової програми.

Навчальні дисципліни за вибором здобувача вищої освіти включають до індивідуального навчального плану. Їх вибір здобувач ступеня вищої освіти доктор філософії здійснює з урахуванням власних потреб та уподобань щодо майбутньої наукової діяльності. Процедура забезпечення здобувачем вибору навчальних дисциплін у межах, передбачених відповідною освітньо-науковою програмою та навчальним планом, в обсязі, що становить не менш ніж 25% загальної кількості кредитів ЄТКС, передбачених для цього рівня вищої освіти, здійснюється за безпосереднім вибором навчальних дисциплін, у тому числі з інших спеціальностей та рівнів вищої освіти.

П. 2.11 Положення визначає процедуру складання індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти ступеня доктора філософії.

Індивідуальний навчальний план здобувача формується за відповідною освітньо-науковою програмою і складається здобувачем у двох примірниках. Один зберігається у здобувача, другий – у відділі аспірантури і докторантури.

Відділ аспірантури і докторантури на початку навчального року доводить до відома здобувачів перелік дисциплін за вільним вибором в межах років навчання. Викладачі вибіркового дисциплін проводять їх презентації для здобувачів.

Здобувачі, ознайомившись з переліком дисциплін за вільним вибором, до 01 жовтня вносять обрані дисципліни до вибіркової частини індивідуального плану.

Відділ аспірантури і докторантури узагальнює інформацію про вибір здобувачами навчальних дисциплін, формує списки груп для вивчення тих чи інших вибіркового дисциплін та до 10 жовтня передає інформацію до навчального відділу. Ця інформація є підставою для включення обраних дисциплін до навчального навантаження кафедр на навчальний рік.

ОНП 075 «Маркетинг» 2016 р. пропонувала 8 навчальних дисциплін за вибором, серед яких (а також серед дисциплін, що пропонуються для інших спеціальностей та рівнів вищої освіти) здобувач мав обрати 4 загальним обсягом 15 кредитів, що становило 25% від загального обсягу освітньо-наукової програми 60 кредитів. ОНП 2020 р. пропонує 13 вибіркового дисциплін, з яких потрібно обрати 4 загальним обсягом 12 кредитів (25% від загального обсягу програми 48 кредитів).

100% опитаних за спеціальністю 075 «Маркетинг» вважають, що реалізують своє право на вибір навчальних дисциплін.

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

ОНП 075 «Маркетинг» передбачає проходження педагогічної практики, вимоги до якої регламентує Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії у Київському національному торговельно-економічному університеті (п. 4.1.1.2).

Згідно з ОНП 2016 р. педагогічна практика була самостійною позакредитною освітньою компонентою. Проходження практики регламентували Програма та робоча програма педагогічної практики, затверджені вченою радою університету 28.04.16 р. Проходження педагогічної практики передбачалося на 2-му році навчання для аспірантів очної (денної) форми і включало навчально-методичну роботу (підготовка до занять, методична робота, відвідування та аналіз занять тощо) та аудиторне навантаження (проведення семінарів, практичних занять).

Згідно з ОНП 2020 р. педагогічна практика, не змінюючи змісту, увійшла до складу обов'язкової навчальної дисципліни 1-го року навчання «Педагогіка вищої освіти» (обсяг практики – 20 академічних годин). Програма та Робоча програма цієї дисципліни затверджені вченою радою університету 27.02.20 р. Місце проходження практики, строки, її зміст та форма планується завідувачем кафедри та науковим керівником і відображається в Індивідуальному навчальному плані аспіранта на початку навчального семестру.

75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що практична підготовка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності; інші обрали варіант «важко відповісти».

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

Соціальні навички (soft skills) в рамках окремих загальних компетентностей згідно з ОНП 2016 р. формують такі обов'язкові компоненти:

- ЗК 2: дотримання правових норм та етичних принципів наукової діяльності, соціальна відповідальність за результати прийняття рішень – «Методологія наукових досліджень»;
- ЗК 6: здатність до ефективної усної та письмової презентації результатів власного дослідження українською мовою – «Бібліографія», «Коректура та редагування наукових текстів», наукові семінари;
- ЗК 8: здатність до розуміння іншомовних наукових текстів з маркетингу, презентації та обговорення результатів своєї наукової роботи іноземною мовою в усній та письмовій формі – «Іноземна мова», «Іноземна мова за професійним спрямуванням».

Згідно з ОНП 2020 р. соціальні навички формують:

- ЗК 1: володіння загальнонауковими компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду, професійної етики та загального культурного кругозору – «Філософський світогляд XXI століття», «Сучасні економічні теорії», наукові семінари;
- ЗК 2: здатність до усної та письмової презентації результатів власного наукового дослідження українською мовою – «Науковий текст», «Методологія наукових досліджень», наукові семінари;

- ЗК 6: володіння мовними компетентностями, достатніми для представлення та обговорення результатів своєї наукової роботи іноземною мовою в усній та письмовій формі – «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Іноземна мова академічного спілкування», «Науковий текст».

Яким чином зміст ОП урахує вимоги відповідного професійного стандарту?

Професійного стандарту доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» немає.

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 КНТЕУ підготовка здобувачів вищої освіти у КНТЕУ здійснюється за освітніми (освітньо-професійними, освітньо-науковими) програмами. Обсяг кредитів ЄКТС для освітнього ступеня доктор філософії у 2016-2019 рр. становив 60 кредитів ЄКТС, з 2020 р. – 48 кредитів ЄКТС. Основним нормативним документом, що розробляється на основі освітньо-наукової програми і визначає перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення у КНТЕУ, є навчальний план. Навчальний план містить календарний графік на весь період навчання, бюджет часу здобувачів, де зазначено час на аудиторні заняття, самостійну роботу, контрольні заходи, практичну підготовку, канікули, атестацію. У навчальному плані визначено обсяг годин на кожну дисципліну, кількість кредитів ЄКТС і форми підсумкового контролю. Обсяг 1 кредиту ЄКТС становить 30 академічних годин. Обсяг ОП та окремих освітніх компонентів (у кредитах ЄКТС) відповідає досягненню поставлених цілей, програмних результатів навчання та відповідає фактичному навантаженню здобувачів третього рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг».

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

Підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою по освітньо-науковій програмі 075 «Маркетинг» не передбачена.

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://knute.edu.ua/blog/read?n=Viddil%20aspiranturi%20i%20doktoranturi&uk>

Поясніть, як правила прийому на навчання та вимоги до вступників урахують особливості ОП?

Правила прийому до аспірантури та докторантури у 2020 році визначають, що відповідно до пункту 11 статті 44 Закону України «Про вищу освіту» та Постанови Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. № 261 «Порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах)» на основі освітнього ступеня «магістр» / освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» для здобуття освітньо-наукового ступеня доктора філософії здійснюється за результатами наступних вступних іспитів:

- зі спеціальності (в обсязі програми рівня вищої освіти магістра з відповідної спеціальності);
- з іноземної мови (англійської, німецької або французької) в обсязі, який відповідає не нижче рівня B2 Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти або аналогічного рівня. Вступник, який підтвердив свій рівень знання іноземної мови дійсним сертифікатом (англійської – тестів TOEFL або International English Language Testing System або Cambridge English Language Assessment; німецької – TestDaF; французької – тесту DELF або DALF; всі – не нижче рівня B2 Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти або аналогічного рівня), звільняється від складення вступного іспиту з іноземної мови. Зазначені сертифікати прирівнюються до результатів вступного випробування з іноземної мови з найвищим балом.

Особливості освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» ураховані програмою вступного іспиту зі спеціальності 075 Маркетинг.

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулює Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів

(<https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/0cf1eee352a9fb8fb476970d47685b6d.pdf>)

В п. 3.4 цього Положення зазначено, що аспірант, який претендує на перезарахування результатів навчання, протягом першого тижня теоретичного навчання відповідного семестру пише на ім'я

завідувача відділу аспірантури і докторантури заяву, в якій зазначає назву навчальної дисципліни, отримані результати навчання та результати навчання, на які він претендує за 100-бальною шкалою КНТЕУ. Відповідність результатів навчання різних схем оцінювання визначається на основі довідника з розподілу оцінок. Претендент додає до заяви документ про освіту із зазначенням результатів навчання з вказаної дисципліни та довідника з розподілу оцінок відповідного закладу освіти. Завідувач відділу аспірантури і докторантури разом з завідувачем кафедри, за якою закріплена дисципліна, приймають рішення про перезарахування результатів навчання. У відомості підсумкового модульного контролю завідувач відділу аспірантури і докторантури напроти прізвища здобувача вищої освіти ставить «Перезараховано» і оцінку, яку засвідчує своїм підписом. До відомості підсумкового контролю знань науково-педагогічний працівник вносить перезараховану оцінку, а завідувач відділу аспірантури і докторантури засвідчує її своїм підписом.

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

Конкретних прикладів практики застосування вказаних правил на освітньо-науковій програмі 075 «Маркетинг» не було.

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регулює Положення про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті (<https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/9e7e9131517f7e9c9b63a2b0437176c9.pdf>) Для визнання результатів навчання у неформальній освіті наказом ректора за поданням завідувача відділу аспірантури та докторантури створюється предметна комісія у складі: голова (перший проректор з науково-педагогічної роботи), заступник голови (завідувач відділу аспірантури та докторантури), члени комісії (гарант освітньо-наукової програми, завідувач кафедри, за якою закріплена дисципліна, викладач кафедри, що викладає дисципліну, та представник наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених). Комісія розглядає надані документи та ухвалює рішення: «перезарахувати результати навчання, здобуті у неформальній або інформальній освіті в повному обсязі відповідно до програми дисципліни та з оцінкою», «провести контроль рівня знань, здобутих у неформальній або інформальній освіті у вигляді екзамену (заліку)» або «відмовити у перезарахуванні результатів навчання, отриманих у неформальній або інформальній освіті».

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

Аспірант Т. В. Романченко протягом періоду навчання в аспірантурі пройшла у межах неформальної освіти наступні курси: онлайн-курс Prometheus «Навчатися вчитися» (сертифікат с 88 балами зі 100); Google digital workshop «Основы цифрового маркетинга»; курс цифрової реклами, організований агентством Інтернет-реклами UAMASTER Digital Agency (сертифікат). Результати навчання, набуті нею у неформальній освіті, офіційно не визнавалися, проте використовуються при підготовці дисертаційної роботи на тему «Маркетингова збутова стратегія торговельної мережі».

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

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії у КНТЕУ основними формами організації освітнього процесу на освітньо-науковій програмі 075 «Маркетинг» є: навчальні заняття (лекції, семінарські, практичні заняття); самостійна робота; педагогічна практика; контрольні заходи. Перевага надається практичним заняттям та науковим семінарам, що зумовлено орієнтацією освітнього процесу в першу чергу на набуття практичних вмінь та навичок.

Організацію самостійної роботи регулює Положення про самостійну роботу студентів і аспірантів. Контрольні заходи регламентує Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів (<https://knute.edu.ua/blog/read?n=Viddil%20aspiranturi%20i%20doktoranturi&uk>). Диверсифікованість форм організації навчання у рамках програми зумовлена різними підходами до викладання матеріалу у залежності від специфіки і особливостей дисципліни і спрямована на підвищення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти, що відображено у Концепції внутрішнього забезпечення якості підготовки здобувачів вищої освіти ступеня «доктор філософії» (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/a4f327cacede8fefee534a0bd6fea561.pdf>), Інформаційному пакеті (<https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/9ee90ff6ac4fa425aa9cb7b6aeb5f8f3.pdf>). Навчальний план, ОНП, силабуси, програми та робочі програми є у вільному доступі на офіційному сайті КНТЕУ

(<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>).

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?

Освітньо-наукова програма 075 «Маркетинг» реалізує студентоцентрований підхід, в рамках якого здобувач вищої освіти розглядається як суб'єкт з власними унікальними інтересами, потребами і досвідом, спроможний бути самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу.

Форми і методи навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу: лекції є проблемними або лекціями-консультаціями, семінарські і практичні заняття проводяться у вигляді наукових семінарів, обговорення кейсів, презентацій, дискусій, моделювання ситуацій та ін. Отже, викладачі організують інтерактивне спілкування, сприяють особистому розвитку здобувачів, формують атмосферу взаєморозуміння і довіри, насамперед в межах таких дисципліни, як «Методологія наукових досліджень», «Педагогіка вищої освіти», «Ораторське мистецтво», наукові семінари за спеціальністю.

Студентоцентрований підхід реалізується через реальну вибірковість дисциплін освітньої програми, через участь здобувачів в складі групи розробників освітньо-наукової програми (аспірант Романченко Т.В.), а також через їх участь у функціонуванні Системи управління якістю КНТЕУ, через наявність в університеті «скриньки довіри» з встановленою процедурою розгляду скарг тощо.

Починаючи з 2017 року, КНТЕУ проводить щорічне опитування аспірантів щодо їх задоволеності освітньо-науковими програмами університету. Так, 100% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» повністю задоволені формами та методами навчання і викладання.

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

КНТЕУ послідовно дотримується принципів академічної свободи як самостійності і незалежності учасників освітнього процесу під час провадження педагогічної, науково-педагогічної, наукової та/або інноваційної діяльності, що реалізується з урахуванням обмежень, встановлених Законом України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII.

Науково-педагогічні працівники мають змогу вільно обирати форми та методи навчання та викладання з урахуванням особливостей дисциплін та власного особистісного потенціалу. Реальна спрямованість вибору форм та методів навчання на підвищення ефективності навчання забезпечується системою взаємовідвідувань занять викладачами та щорічними опитуваннями здобувачів.

100% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що відповідність форм та методів викладання принципам академічної свободи у КНТЕУ повністю забезпечується.

Приклади відповідності обрання форм та методів навчання принципам академічної свободи: при організації навчального процесу з дисципліни викладачі вільно обирають форми та методи навчання і викладання (табл. 3 додатку); здобувачі мають змогу формування індивідуальної освітньої траєкторії через вільний вибір навчальних дисциплін в межах 25% навчального часу; також аспірант може вільно обирати тему дослідження в межах обраної спеціальності, зокрема користуючись Інформаційним пакетом (<https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/9ee90ff6ac4fa425aa9cb7b6aeb5f8f3.pdf>)

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 *

Інформування учасників освітнього процесу щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів регламентує Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів

(<https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/0cf1eee352a9fb8fb476970d47685b6d.pdf>)

В п. 1.5 цього Положення зазначено, що поточна робота аспірантів оцінюється від 0 до 100 балів, результати підсумкового семестрового контролю (заліку або екзамену) також – від 0 до 100 балів.

Кількість балів та їх розподіл за видами завдань під час поточного та підсумкового контролю з дисципліни та критерії оцінювання знань аспірантів визначаються кафедрою, затверджуються в робочій програмі (<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>), відображаються в силабусі (<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>) та доводяться до відома здобувачів вищої освіти науково-педагогічним працівником на першому навчальному занятті з дисципліни.

П. 1.6 Положення наголошує, що аспіранти мають бути чітко поінформовані про стратегію оцінювання, яка застосовується; про те, які методи оцінювання будуть до них застосовані; які очікувані результати, а також про те, які критерії будуть використані при оцінюванні результатів навчання.

Робочі програми та силабуси доступні також в системі дистанційного навчання

(<http://ldn.knute.edu.ua/>).

100% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що необхідна інформація надається повністю.

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

Згідно з Постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 р. № 261 «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)», освітньо-наукова програма та навчальний план складаються з освітньої та наукової складових, причому наукова складова освітньо-наукової програми передбачає проведення власного наукового дослідження та оформлення його результатів у вигляді дисертації. Навчальним планом підготовки здобувачів ступеня вищої освіти доктор філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» передбачено проведення досліджень за темою дисертаційної роботи в обсязі: за ОНП 2016 р. 120 кредитів позакредитно (по 30 кредитів щорічно), за ОНП 2020 р. 132 кредити позакредитно (по 33 кредити щорічно). Положення про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук (<https://knute.edu.ua/file/NzM1OQ==/6ef517b3e1c4d2cfc9a505b2707f4502.pdf>), п. 4.2, зазначає, що освітньо-наукова програма та навчальний план підготовки здобувачів ступеня вищої освіти доктор філософії є основою для формування аспірантом індивідуального навчального плану та індивідуального плану наукової роботи, які погоджуються з науковим керівником та затверджуються вченою радою університету протягом двох місяців з дня зарахування особи до аспірантури. Поєднання навчання і досліджень під час реалізації освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» відбувається завдяки:

- формулюванню тематики наукових досліджень здобувачів відповідно до напрямів наукових досліджень кафедр з метою забезпечення участі в реальних дослідженнях, консолідації до професійного наукового середовища;
- чіткому плануванню змісту та часового графіку проведення досліджень в індивідуальному плані наукової роботи здобувача, контролю виконання плану два рази на рік шляхом звітувань на засіданнях кафедри та вченій раді факультету;
- спрямуванню змісту освітніх компонент на підтримку проведення здобувачами власних досліджень (наприклад, освітні компоненти «Методологія наукових досліджень», наукові семінари «Маркетинг у системі бренд-лідерства», «Інтегровані маркетингові комунікації», за темою дисертаційної роботи);
- необхідності підготовки протягом періоду навчання публікацій у наукових фахових виданнях України та інших держав, апробації результатів досліджень шляхом участі в наукових та науково-практичних конференціях, впровадження результатів досліджень.

Зокрема, здобувачі вищої освіти, що навчаються за освітньо-науковою програмою 075 «Маркетинг», здійснюють дослідження за ініціативними НДР «Управління маркетингом підприємства роздрібною торгівлю» (№ ДР 0117U000061, керівник проф. Ромат Є.В.), «Управління рекламною діяльністю підприємств» (№ ДР 0113U000520, керівник проф. Мельникович О.М.), а також за госпдоговірною НДР «Моделювання репутації підприємства засобами маркетингу» (керівник проф. Ромат Є.В., замовник – ТОВ КА «Комунікаційні і консалтингові групи» (C&C Groups), м. Чернігів).

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

Викладачі систематично оновлюють зміст освітніх компонентів освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» на основі наукових досягнень і сучасних практик у галузі, як у зв'язку із вдосконаленням змісту та структури освітньо-наукової програми в цілому, так і в межах окремих компонентів.

Так, у зв'язку зі зміною в 2017 р. назви обов'язкової дисципліни «Філософія науки» на «Філософський світогляд XXI століття» проф. А.Ю. Морозов розробив нову програму та робочу програму дисципліни, чим забезпечив актуалізацію змісту освітньої компоненти.

У 2017 р. назву вибіркової дисципліни «Інформаційні технології моделювання економічних процесів» подано в більш загальній редакції «Математичне моделювання у наукових дослідженнях», що також зумовило коригування програми та робочої програми і дозволило значно розширити предметну область дисципліни.

У 2019 р. обов'язкові дисципліни «Бібліографія» й «Коректура та редагування наукових текстів» обсягом по 3 кредити об'єднані під назвою «Науковий текст» обсягом 6 кредитів, що також викликало необхідність розробки нової програми та робочої програми. Це дозволило збільшити вагомість і значущість освітньої компоненти, уникнути надмірної деталізації та зменшити кількість заходів підсумкового контролю в 1-му році навчання, щоб вивільнити час здобувачів для проведення власних досліджень.

У 2020 р. в зв'язку з оновленням освітньо-наукової програми та навчального плану підготовки докторів філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» відбулося оновлення програм та робочих програм практично всіх дисциплін навчального плану (<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>). Крім того, викладачі окремих навчальних дисциплін вносять поточні оновлення за результатами підвищення кваліфікації / стажування, обов'язковою умовою звітування за якими є подання відповідної навчально-методичної розробки. Так, викладач навчальних дисциплін «Іноземна мова за професійним спрямуванням» та «Іноземна мова академічного спілкування» доц. А.Г. Латигіна у 2019 році пройшла міжнародні стажування: Пряшівський університет, місто Пряшів, Словацька Республіка, 09–12 квітня 2019 року, та Ланкаширський університет, місто Престон, Велика Британія, 03–09 липня 2019 року. Результати стажування використовуються при викладанні зазначених дисциплін. Під час формування програм та робочих програм дисциплін враховується підготовка і публікація викладачами підручників та навчальних посібників. Результати виконання викладачами ініціативних та держбюджетних НДР публікуються у вигляді монографій, статей, які також враховуються при формуванні навчально-методичного забезпечення дисциплін підготовки доктора філософії, при проведенні лекцій, практичних занять, наукових семінарів тощо.

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

Реалізацію програм міжнародної академічної мобільності на освітньо-науковій програмі 075 «Маркетинг» регламентує Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/MTc=/e24af5ebf7aeb2799f6c45b1f20a12f3.pdf>). Наразі укладено понад 100 двосторонніх договорів про співробітництво із закладами вищої освіти, міжнародними центрами та установами з 30 країн світу, а також договір з Китайською торговою асоціацією. Цими договорами передбачено проведення спільних наукових досліджень, організацію спільних наукових конференцій, публікацій, обмін аспірантами тощо. Аспірантам в бібліотеці КНТЕУ забезпечено вільний доступ до наукометричних баз даних Scopus, Web of Science тощо.

Щорічно аспіранти освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» беруть участь у 2-3 міжнародних наукових конференціях, що проводяться партнерами КНТЕУ та іншими закладами вищої освіти, як в Україні, так і за кордоном. Також здобувачі публікують результати власних досліджень у іноземних виданнях. Наприклад, аспірант А. Кашпур виступив співавтором монографії «Розвиток та модернізація суспільних наук: досвід Польщі та перспективи України» (Lublin: Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, 2017); аспірант Ю. Гаврилечко у 2018 році взяв участь у міжнародній науковій конференції «Від Балтики до Причорномор'я: формування сучасного економічного простору» (м. Рига, Латвія), а у 2019 р. опублікував статтю «Forming marketing strategy of public administration subject» (Canada, Montreal).

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?

Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів (<https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/0cf1eee352a9fb8fb476970d47685b6d.pdf>) визначає, що реалізація основних завдань оцінювання результатів навчання аспірантів у КНТЕУ досягається системними підходами до оцінювання та комплексністю застосування різних видів контрольних заходів. В програмі кожної дисципліни навчального плану згідно з ОНП зазначені компетентності та програмні результати навчання, які має сформулювати дана дисципліна.

Оцінювання результатів навчання аспірантів, а отже ступеня досягнення програмних результатів навчання, в університеті здійснюється за 100-бальною шкалою. Якщо аспіранти: повністю оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, можуть дати відповіді на всі питання курсу, опанували рекомендовану літературу, їм виставляють 90-100 балів; оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, проте у відповідях допустили неточності – 82-89; оволоділи програмою навчальної дисципліни на продуктивному рівні, проте у відповідях допускають несуттєві помилки – 75-81; показали задовільні результати оволодіння навчальною програмою дисципліни на репродуктивному рівні й при відповідях допускають помилки – 69-74; виявили мінімально достатній рівень знань з дисципліни, необхідний для продовження навчання, вивчили основні терміни дисципліни та орієнтуються в матеріалі базового підручника – 60-68; виявили незадовільні результати навчання – 0-59. В останньому випадку необхідно додатково виконати індивідуальні завдання для підвищення рівня своїх знань і повторно перескласти підсумковий контроль.

Поточна робота аспірантів оцінюється від 0 до 100 балів, результати підсумкового семестрового контролю (заліку або екзамену) також – від 0 до 100 балів. Кількість балів та їх розподіл за видами занять під час поточного і підсумкового контролю з дисципліни та критерії оцінювання знань аспірантів визначаються кафедрою та доводяться до відома здобувачів вищої освіти науково-педагогічним працівником на першому навчальному занятті з дисципліни.

Поточний контроль проводиться на кожному семінарському, практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Підсумковий контроль як підсумкове оцінювання результатів навчання аспірантів за семестр здійснюється у формі заліку або екзамену.

Залік полягає в оцінюванні засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу на підставі виконання ним усіх видів навчальних завдань на семінарських, практичних заняттях, самостійної роботи.

Екзамен – це форма підсумкового контролю засвоєння здобувачем вищої освіти програми навчальної дисципліни за семестр, що проводиться як контрольний захід під час екзаменаційної сесії.

ОНП 075 «Маркетинг» 2016 р. передбачено складання: 2 екзаменів та 14 заліків, ОНП 2020 р. – 5 екзаменів та 10 заліків. Все це в комплексі дозволяє об'єктивно оцінити досягнення програмних результатів навчання за освітньою компонентою освітньо-наукової програми.

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

Сутність форм контрольних заходів, що застосовуються в рамках освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг», визначає Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів (<https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/0cf1eee352a9fb8fb476970d47685b6d.pdf>, зокрема, п. 2.6 та 2.7). Загальний підхід до встановлення критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої

освіти визначений тим самим документом, п. 1.4.

П. 1.6 зазначеного Положення наголошує, що аспіранти мають бути чітко проінформовані про стратегію оцінювання, яка застосовується щодо їхньої навчальної програми; про те, які методи оцінювання будуть до них застосовані; які очікувані результати, а також про те, які критерії будуть використані при оцінюванні результатів навчання.

Більшість аспірантів вважають, що форми контрольних заходів та критерії оцінки є зрозумілими. Так, на питання «Чи доводиться до вашого відома інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання?» 100% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» відповіли «так».

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

Форми контрольних заходів для кожної освітньої компоненти зазначені в освітньо-науковій програмі за третім рівнем вищої освіти 075 «Маркетинг», у навчальному плані підготовки здобувачів ступеня вищої освіти доктор філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» (<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>) та у відповідному інформаційному пакеті, оприлюдненому на веб-сайті КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/9ee90ff6ac4fa425aa9cb7b6aeb5f8f3.pdf>). З зазначених документів здобувачі переносять інформацію до індивідуального навчального плану, який погоджується з науковим керівником та затверджується вченою радою університету протягом двох місяців з дня зарахування особи до аспірантури.

Згідно з п. 1.5 Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів (<https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/0cf1eee352a9fb8fb476970d47685b6d.pdf>), кількість балів та їх розподіл за видами занять під час поточного і підсумкового контролю з дисципліни та критерії оцінювання знань аспірантів визначаються кафедрою та доводяться до відома здобувачів вищої освіти науково-педагогічним працівником на першому навчальному занятті з дисципліни.

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

Стандарту вищої освіти за третім рівнем вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» немає. У КНТЕУ розроблено і затверджено внутрішній стандарт «Стандарт вищої освіти КНТЕУ. Галузь знань 07 «Управління та адміністрування». Спеціальність 075 «Маркетинг». Рівень вищої освіти третій (освітньо-науковий). Ступінь вищої освіти доктор філософії» (затверджений вченою радою КНТЕУ 27.06.2017 р., протокол № 13, п. 6, введений в дію наказом ректора від 29.06.2017 р. № 1698). Зміст стандарту оновлено у 2020 р. – «Стандарт вищої освіти КНТЕУ. Рівень вищої освіти третій (освітньо-науковий). Ступінь вищої освіти доктор філософії. Галузь знань 07 «Управління та адміністрування». Спеціальність 075 «Маркетинг» (затверджений вченою радою КНТЕУ 27.02.2020 р., протокол № 6, п. 10, введений в дію наказом ректора від 04.03.2020 р. № 817).

Форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам даного стандарту. Атестація здобувачів освітнього рівня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертаційної роботи. Умовою допуску до захисту є успішне виконання індивідуального навчального плану роботи аспіранта та індивідуального плану наукової роботи.

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

Процедура проведення контрольних заходів регламентується Положенням про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (систему внутрішнього забезпечення якості) КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/1e05580cebe9e7069ff4390a9845e001.pdf>), Концепцією внутрішнього забезпечення якості підготовки здобувачів вищої освіти «доктор філософії» (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/a4f327cacede8fefe534a0bd6fea561.pdf>), Положенням про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти ступеня доктор філософії у КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/4dbb83896b3719ad9f5d604f75ce2ea5.pdf>), Положенням про порядок атестації аспірантів та докторантів у КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/7df7f0ca3c45038bc771f6ce3ec0a43b.pdf>), Положенням про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів (<https://knute.edu.ua/file/NzU4MQ==/69da3a261374f213990591e6e9a812cd.pdf>), доступність якої забезпечено через оприлюднення зазначених вище документів на офіційному сайті КНТЕУ <https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=906&uk>

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

В п. 3.5 Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів (<https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/0cf1eee352a9fb8fb476970d47685b6d.pdf>) зазначена процедура оформлення відомостей підсумкового контролю знань аспірантів, яка створює підстави для забезпечення об'єктивності екзаменаторів. Так, перевірені екзаменаційні роботи екзаменатор вкладає в конверт, виписує на ньому дані щодо результатів навчання аспірантів за результатами підсумкового семестрового контролю, завіряє їх своїм підписом та передає його до відділу аспірантури та докторантури разом з відомістю підсумкового контролю.

Здобувач, який не згоден з оцінюванням його відповіді на екзамені за білетом, може оскаржити рішення викладача щодо виставленої оцінки. Процедура апеляції регламентується «Положенням про апеляцію результатів підсумкового контролю знань здобувачів вищої освіти КНТЕУ» (положення оприлюднене на сайті КНТЕУ за адресою:

<https://knute.edu.ua/file/MjkwNQ==/38ac01c5e7d85cc9b0b1fde1fa0c4c21.pdf>).

100% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що процедури контрольних заходів забезпечують об'єктивність екзаменаторів. 75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що вони ознайомлені з процедурами запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, решта – що не ознайомлені.

За час функціонування освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» випадків конфлікту інтересів здобувачів і викладачів не було.

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

Згідно з п. 2.8 Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів (<https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/0cf1eee352a9fb8fb476970d47685b6d.pdf>) повторне складання екзаменів з кожної дисципліни допускається не більше двох разів: при незадовільній оцінці з першої спроби – науково-педагогічному працівнику з даної дисципліни, другий раз – комісії, яка створюється завідувачем відділу аспірантури і докторантури.

75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» відповіли, що вони ознайомлені з порядком повторного проходження контрольних заходів, 25% – що не ознайомлені.

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

Здобувач, який не згоден з оцінюванням його відповіді на екзамені за білетом, може оскаржити рішення викладача щодо виставленої оцінки. У такому разі, здобувач подає апеляційну заяву завідувачу відділу аспірантури і докторантури в день оголошення результатів. Заява здобувача розглядається керівництвом університету, реєструється у Журналі реєстрації апеляцій, який знаходиться у навчальному відділі та передається завідувачу відділу аспірантури і докторантури. Апеляційна заява розглядається на засіданні апеляційної комісії не пізніше наступного робочого дня після її подання у присутності здобувача. Процедура апеляції регламентується «Положенням про апеляцію результатів підсумкового контролю знань здобувачів вищої освіти КНТЕУ» (положення оприлюднене на сайті КНТЕУ за

адресою:<https://knute.edu.ua/file/MjkwNQ==/38ac01c5e7d85cc9b0b1fde1fa0c4c21.pdf>).

75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» відповіли, що вони ознайомлені з порядком оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів, 25% – що не ознайомлені.

Випадків застосування процедури апеляції на освітньо-науковій програмі 075 «Маркетинг» не було.

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

Здобувачі вищої освіти «доктор філософії» ознайомлені з процедурою дотримання академічної доброчесності. В університеті розроблено «Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними, науковими працівниками та здобувачами вищої освіти КНТЕУ» (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/bf27ad9293fa2bb6f9b2c3031d4b6e4a.pdf>). У ньому чітко прописані права та обов'язки, відповідальність та порядок організації роботи Комісії з питань етики та академічної доброчесності. Розроблено також Етичний кодекс здобувача вищої освіти КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/dc009c9856967b80bb56d6f5ae120f35.pdf>) Політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності відображені в Настанові з якості (прийнята 16 червня 2009 р. зі змінами та доповненнями 2015, 2018 рр.) та Положенні про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (систему внутрішнього забезпечення якості) КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/1e05580cebe9e7069ff4390a9845e001.pdf>) пп. 2.2.1; 2.2.3; 10 (Наказ КНТЕУ від 29.12.2018 №4856).

100% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» відповіли, що вони ознайомлені з документами КНТЕУ, які містять політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності.

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

Перевірка на наявність запозичень здійснюється з використанням відповідних технологій та комп'ютерних програм, які знаходяться у відкритому доступі в мережі Інтернет. Для перевірки рекомендується використовувати програми UNICHECK (<https://unichек.com/education>). КНТЕУ укладено договір із ТОВ «Антиплагіат» для перевірки дисертацій та наукових статей аспірантів КНТЕУ на наявність у них академічного плагіату з використанням технічної бази відповідних контрагентів. Перевірка є безкоштовною.

В університеті створено й регулярно поповнюється інституційний репозитарій наукових і навчально-методичних праць, дисертаційних, випускних кваліфікаційних та курсових робіт на базі бібліотеки КНТЕУ з метою використання його для внутрішньої перевірки на плагіат.

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

На веб-сайті КНТЕУ оприлюднений Етичний кодекс здобувача вищої освіти КНТЕУ (<https://knote.edu.ua/file/MTEyNDI=/dc009c9856967b80bb56d6f5ae120f35.pdf>), Лист МОН щодо порушень академічної доброчесності, запобігання та виявлення академічного плагіату (<https://knote.edu.ua/file/MTEyNDI=/b92d5a594714a5fca4dcbb9c31855c05.pdf>), а також Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними, науковими працівниками та здобувачами вищої освіти КНТЕУ (<https://knote.edu.ua/file/NjY4NQ==/bf27ad9293fa2bb6f9b2c3031d4b6e4a.pdf>).

Щорічно для здобувачів ступеня вищої освіти «доктор філософії» першого року навчання проводиться семінар з питань наукової етики та недопущення академічного плагіату у наукових працях і дисертаційних роботах.

Сприяння забезпеченню академічної доброчесності перетворилося в КНТЕУ на невід'ємну рису внутрішньої організаційної культури, якій приділяється постійна увага при спілкуванні здобувачів з науковим керівником та рецензентами, заслуховуванні звітів здобувачів на засіданнях кафедр, прийнятті дисертаційних робіт до розгляду в спеціалізованих вчених рада. Обов'язкова перевірка на оригінальність тексту здійснюється при прийнятті наукових статей здобувачів до публікації у наукових періодичних виданнях університету.

75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що КНТЕУ популяризує академічну доброчесність, 25% – що популяризує недостатньо.

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

Розділ 7 Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними, науковими працівниками та здобувачами вищої освіти КНТЕУ (<https://knote.edu.ua/file/NjY4NQ==/bf27ad9293fa2bb6f9b2c3031d4b6e4a.pdf>) визначає такі види відповідальності здобувачів освіти за порушення академічної доброчесності:

- повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо);
- повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми;
- відрахування з Університету;
- позбавлення академічної стипендії;
- позбавлення наданих закладом освіти пільг з оплати навчання;
- відмова у присудженні відповідного ступеня вищої освіти;
- скасування рішення спеціалізованої вченої ради про присудження наукового ступеня та видачу відповідного диплома.

У розділі 6 зазначеного Положення встановлені також види відповідальності за порушення академічної доброчесності для педагогічних, науково-педагогічних та наукових працівників КНТЕУ. 75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що КНТЕУ реагує на порушення академічної доброчесності, 25% – що важко відповісти.

Випадків виявлення порушень академічної доброчесності на освітньо-науковій програмі 075 «Маркетинг» не було.

6. Людські ресурси

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

Відповідно до Положення про порядок конкурсного відбору науково-педагогічних працівників, наукових працівників, директорів коледжів та училищ КНТЕУ (<https://knote.edu.ua/file/NjY4NQ==/3f44aced071f859bd50154233523d8c5.pdf>), керуючись Законами України «Про освіту», «Про вищу освіту», Статутом КНТЕУ встановлюються вимоги до кандидатів: освіта, наявність наукового ступеня, вченого звання, їх відповідність дисципліні викладання, списку опублікованих наукових праць.

Оголошення про проведення конкурсного відбору містить, зокрема, умови його проведення та вимоги до кандидатів. На засіданні кафедри, куди загальноуніверситетська конкурсна комісія передає пакет документів, здійснюється обговорення кандидатур, які беруть участь у конкурсному відборі, їх рівня кваліфікації, освіти, професійних навиків (розділ 5 Положення).

За ініціативою кандидата або кафедри для підтвердження рівня професійної кваліфікації кандидатом може бути прочитана відкрита лекція, проведене відкрите практичне заняття, представлено створені особисто навчально-методичні та наукові праці тощо.

До викладання на освітньо-науковій програмі 075 «Маркетинг» залучаються фахівці з найвищим рівнем професійної кваліфікації. Це доктори наук, професори, завідувачі профільних кафедр, провідні науковці (табл. 2 додатку).

Серед опитаних за спеціальністю «Маркетинг» 75% вважають, що необхідний рівень професіоналізму викладачів забезпечується повністю, 25% – що важко відповісти.

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

Роботодавці залучені до організації та реалізації освітнього процесу за освітньо-науковою програмою 075 «Маркетинг» у такі способи:

- представник роботодавців, директор компанії «Україна-Арт», заст. Голови Спілки рекламистів України Е. В. Андрейченко до 2019 р. входив до робочої групи ОНП 075 «Маркетинг». На його пропозицію до складу компонент освітньо-наукової програми включено науковий семінар «Інтегровані маркетингові комунікації»; з 2020 р. до робочої групи увійшов директор ТОВ «Інтернет консалтинг груп» Є. В. Шевченко;
- представники роботодавців ознайомлюються зі змістом освітньо-наукової програми та надають відгуки й рецензії (Генеральний директор ТОВ «МАСМІ Україна» С.П. Чиглінцев, маркетинг-директор НВФ «Студцентр» Т.А. Пирогова, директор ТОВ «Грантек» Н. В. Омельченко, директор ТОВ «А.С.П.» Л.О. Стискал); таким чином, вони мають змогу висловити зауваження та пропозиції щодо організації та реалізації освітнього процесу;
- професіонали-практики, експерти галузі, представники роботодавців проводять лекції, майстер-класи, ворк-шопи, тренінги для здобувачів вищої освіти. Центром розвитку кар'єри КНТЕУ разом з роботодавцями було проведено у 2015-2016 н.р. – 94, у 2016-2017 н.р. – 180, у 2017-2018 н.р. – 270, у 2018-2019 н.р. – 320 таких заходів, з яких переважна більшість – економічного спрямування. На сайті КНТЕУ подано План проведення лекцій відомими вченими та провідними фахівцями-практиками на I півріччя 2020 року (<https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/a0792e279bddb04b890c05d1d134adf5.pdf>).

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

До аудиторних занять на ОНП 075 «Маркетинг» на систематичній основі залучаються професіонали-практики, експерти та представники роботодавців. Зокрема, в 2016-2019 рр. в КНТЕУ для учасників ОНП відбулися такі заходи:

- майстер-клас «ESOMAR: нові можливості в Україні», Н. Бухалова, генеральний директор дослідної компанії «Українська маркетингова група», Національний представник ESOMAR в Україні, 10.03.17;
- презентація ефективних прийомів сучасного маркетингу, що успішно використовуються в міжнародній практиці, Том Де Рюк, керуючий партнер маркетингового In Sites Consulting, що входить до ТОП-5 найінноваційніших маркетингових агентств світу, 23.03.17;
- лекція «Бренд-менеджмент: цілі і завдання на сучасному ринку», В. Пустотін, директор бренд-консалтингової компанії «Слідопит», 24.10.18;
- майстер-клас «Технологія. Зручний помічник, жажливий господар», Тім Бекерелінг, регіональний виконавчий директор компанії BBDO South Africa, м. Йоганнесбург, 03.06.19;
- майстер-клас «Цифрова трансформація бізнесу та маркетинг», Н. Мачарашвілі, керівник комплексних проектів компанії «Ольшанський і партнери», 18.09.19;
- зустріч «Розвиток маркетингу в сучасних умовах: проблеми та шляхи їх вирішення», Д. Джеджула, директор з маркетингу компанії SOCAR Energy Ukraine, та ін.

План проведення лекцій відомими вченими та провідними фахівцями-практиками на I півріччя 2020 року подано на сайті КНТЕУ.

100% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що КНТЕУ залучає практиків до аудиторних занять.

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

Сприяння професійному розвитку викладачів КНТЕУ регламентують: Статут КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/d7be9a8153b0c11edc3640197791d100.pdf>), Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (систему внутрішнього забезпечення якості) КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/1e05580cebe9e7069ff4390a9845e001.pdf>), а також Положення про підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних і педагогічних працівників (<https://knute.edu.ua/file/MTc=/6f8266c590a05666573d273ea75173d7.pdf>).

Шляхи підвищення кваліфікації науково-педагогічними, науковими та педагогічними працівниками визначає Статут КНТЕУ, ст. 3.23. Це навчання у докторантурі, аспірантурі, у закладах перепідготовки, стажування у закладах вищої освіти, на підприємствах тощо.

Підвищення кваліфікації, стажування відбувається не рідше одного разу на п'ять років і передбачає подання звіту, що відображає використання результатів в навчальній та навчально-методичній роботі викладача. Наприклад, д.е.н., проф. Лабурцева О.І., керівник наукового семінару «Еволюція теоретико-методологічних засад маркетингу», пройшла підвищення кваліфікації / стажування в редакції журналу «Маркетинг і реклама» з 01.10.2018 по 01.11.2018, тема підвищення кваліфікації / стажування: «Бренд-стратегія».

Професійному розвитку викладачів ОНП сприяють також стажування за кордоном, участь в міжнародних, всеукраїнських конференціях, семінарах, симпозиумах. Дані по викладачах ОНП 075 «Маркетинг» зазначені в табл. 2 додатку в гр. «Обґрунтування».

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Керівництво Університету враховує досягнення викладачів щодо розвитку викладацької майстерності при визначенні форм матеріального та морального заохочення.

Так, згідно з п. 3.19 та 3.21 Статуту КНТЕУ, керівництво Університету забезпечує працівникам встановлення надбавок до посадового окладу залежно від особистого вкладу кожного працівника у виконану роботу, за вислугу років, премій та інших форм заохочення працівників. Ректор Університету відповідно до законодавства, Статуту та Колективного договору між адміністрацією та трудовим колективом Університету визначає порядок, встановлює розміри доплат, надбавок, премій, матеріальної допомоги та заохочення педагогічних, науково-педагогічних, наукових та інших працівників Університету. За досягнення високих результатів праці зазначені працівники Університету можуть бути представлені до державних нагород, присвоєння почесних звань, відзначені преміями, цінними подарунками, грамотами, іншими видами морального і матеріального заохочення.

У п. 8.8 Статуту КНТЕУ зазначено, що форми і система оплати праці, форми матеріального заохочення працівників Університету (умови й показники матеріального заохочення, порядок встановлення надбавок за складність та напруженість у роботі, за високі досягнення у праці або на період виконання особливо важливої роботи, а також порядок встановлення підвищених посадових окладів тощо) здійснюється відповідно до вимог законодавства та Колективного договору між адміністрацією та трудовим колективом Університету.

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 Університету відповідає міжнародним стандартам щодо забезпечення освітнього процесу комп'ютерною технікою, програмним забезпеченням, лабораторним обладнанням тощо, що дозволяє повною мірою досягти визначених ОНП цілей та програмних результатів навчання. Навчальні аудиторії оснащені сучасним демонстраційним обладнанням. У КНТЕУ налічується 50 комп'ютерних кабінетів. Лекційні аудиторії оснащені сучасними широкоформатними LED дисплеями. Функціонує сучасний бібліотечний комплекс «SMART-бібліотека» – відкритий простір, зонований для читання, проведення лекцій, майстер-класів, презентацій і зручної роботи відвідувачів з комп'ютерами, шоломами віртуальної реальності та власними гаджетами. У відкритому доступі функціонує зона коворкінгу «KNUTE HUB» – простір для творчої й інтелектуальної роботи, облаштований трьома робочими зонами, залом зустрічей, відпочинку та конференц-залом. Бібліотека дає можливість надання доступу до електронних баз даних наукових організацій. З грудня 2018 р. в університеті відкрито доступ до електронних наукометричних баз даних SCOPUS та Web of Science, що дозволяє розширити репрезентативність огляду наукових джерел у дисертаційній роботі. Навчально-методичне забезпечення ОНП, що сприяє досягненню цілей, завдань та ПРН є у вільному доступі на офіційному сайті КНТЕУ (<https://knote.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>). У рамках ОНП реалізовано прямі договори з приватними підприємствами на фінансування наукових досліджень здобувачів.

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?

Освітнє середовище, створене у КНТЕУ, забезпечує задоволення аспірантами як освітніх, так і інших фізичних, соціально-культурних та особистісних потреб.

Забезпечена можливість публікації результатів досліджень у наукових фахових виданнях «Вісник КНТЕУ», «Товари і ринки», «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право» (<https://knote.edu.ua/blog/read/?pid=2017&uk>). Аспіранти беруть участь у програмах міжнародного співробітництва КНТЕУ; відвідують мовні курси у Центрі Європейської освіти КНТЕУ; користуються консультативною допомогою; проходять педагогічну практику на кафедрах.

Забезпеченість комп'ютерними робочими місцями, вільним доступом до Wi-Fi, лабораторіями, обладнанням в КНТЕУ достатня для виконання ОНП.

На території студмістечка є гуртожиток квартирного типу для аспірантів. В університеті працюють сучасні їдальні: у корпусах Б, Д, Е, Л та М. Функціонує медичний пункт. Створено умови для занять фізкультурою та спортом: унікальний спортивний комплекс, до якого входять футбольне поле зі штучним покриттям, майданчики для спортивних ігор у баскетбол, волейбол, настільний теніс, великий теніс, боксерський ринг, інші тренажерні зали. В університеті працює культурно-мистецький центр. Здобувачі вищої освіти мають змогу відпочивати на двох базах Університету на узбережжі Чорного моря.

100% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» повністю задоволені освітнім середовищем КНТЕУ. 75% вважають, що ЗВО вживає заходів для врахування їх потреб, 25% – що важко відповісти.

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

Згідно з п. 3.12 та 4.9 Статуту КНТЕУ

(<https://knote.edu.ua/file/NjY4NQ==/d7be9a8153b0c11edc3640197791d100.pdf>), як науково-педагогічні

працівники та інші співробітники, так і здобувачі вищої освіти мають право на безпечні і нешкідливі умови праці. Керівництво ЗВО докладает систематичних зусиль для реалізації цього права. У КНТЕУ дотримуються всі встановлені для закладів вищої освіти норми санітарної та протипожежної безпеки. На території студентського містечка функціонує медичний пункт, де працюють дільничний терапевт, медична сестра та 2 фельдшери, які за необхідності можуть надати першу невідкладну медичну допомогу аспірантам.

У КНТЕУ є практичний психолог, Центр педагогічних та психологічних досліджень, а також кафедра психології. Вони розробляють шляхи оптимізації навчальної діяльності на основі вивчення та врахування особливостей психофізіологічних функцій студентів та аспірантів, їх індивідуальних психофізіологічних особливостей та адаптаційних можливостей. Психофізіологічне забезпечення навчальної діяльності студентів та аспірантів спрямовується на усунення та корекцію негативних емоційних проявів, поліпшення психологічної стійкості, профілактику негативного впливу стресових факторів, підвищення ефективної працездатності. В університеті для всіх учасників освітнього процесу надаються безкоштовні психологічні консультації, проводяться психологічні тренінги. 100% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що КНТЕУ забезпечує безпечність освітнього середовища.

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?

П. 4.9 Статуту КНТЕУ визначає, що основні права студентів, учнів та інших осіб, які здобувають освіту в Університеті, передбачені законами України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про професійну (професійно-технічну) освіту».

Освітня, організаційна, інформаційна, консультативна та соціальна підтримка здобувачів вищої освіти здійснюється на різних ланках освітнього середовища університету. Зокрема, здобувачам третього ступеня вищої освіти кафедри університету пропонують консультативні семінари.

Аспірантам 1 року навчання пропонується ознайомлення з актуальними вітчизняними і зарубіжними дослідженнями за темою наукової роботи.

Для аспірантів 2 року кафедри пропонують консультативні семінари з організації і планування емпіричного й експериментального дослідження, консультації з підготовки і подання наукових публікацій до міжнародних фахових видань. Надається інформація про можливість співпраці та про партнерські зв'язки кафедри з іншими науково-дослідними закладами України.

Для аспірантів 3 року кафедри пропонують консультації щодо поточних питань виконання дисертаційної роботи, висвітлення її у вітчизняних і зарубіжних наукових публікаціях. Аспіранти мають нагоду отримати індивідуальні консультації, представити на кафедральних науково-методичних семінарах результати дослідження, провести його обговорення та спланувати подальші кроки дослідницької роботи. Надається також інформація щодо програм іноземних фондаций для проведення досліджень за кордоном. Кафедри ознайомлюють здобувачів вищої освіти з формальними кроками з підготовки і написання запитів для наукового стажування.

На 4 році навчання здобувачі отримують консультації щодо апробації результатів дисертації на кафедральних семінарах, ознайомлюються з перебігом підготовки дисертаційної роботи до захисту та з процедурою захисту дисертаційної роботи. Кафедри сприяють встановленню контактів молодих науковців з потенційними роботодавцями в університетах та академічних інститутах України та докладають зусиль для підтримання подальших наукових контактів з випускниками.

Інформаційна підтримка здійснюється також за допомогою інформаційних ресурсів університету, а саме, за допомогою офіційного сайту університету, сторінок університету у соціальних мережах, інформаційних екранів та стендів тощо.

Здобувачі також мають право на отримання соціальної допомоги у випадках, встановлених законодавством, що забезпечує соціальну підтримку здобувачів. Матеріальна допомога та заохочення (преміювання) здобувачам вищої освіти здійснюється як за загальним, так і спеціальним фондами державного бюджету за наявності економії коштів. Прозорість очікувань та обов'язків учасників освітньо-наукового процесу висвітлено у Довіднику аспіранта (<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=20081&uk>).

75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» повністю задоволені рівнем підтримки здобувачів вищої освіти, що її надає КНТЕУ. 25% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» обрали варіант «важко відповісти».

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)

Умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами в КНТЕУ регламентують "Умови доступності закладу освіти для навчання осіб з особливими освітніми потребами" (<https://knute.edu.ua/file/MjlxNw==/36a81e693a901c86f6693c2935c84599.pdf>) та "Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у КНТЕУ" (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/f5116f9b5b610359d6acc3c2c488ae0a.pdf>).

На виконання п. 3.9 Статуту КНТЕУ в університеті створено сприятливі умови для навчання, комфортного перебування та проживання аспірантів з особливими потребами.

Забезпечено доступ аспірантів з особливими потребами, зокрема тих, що пересуваються на візках, до приміщень університету, гуртожитків:

- навчальний корпус А обладнаний підйомною платформою та ліфтом для осіб з обмеженими фізичними можливостями;
- у навчальному корпусі Д, актовій залі конгрес-центру (корпус В) є пандуси для заїзду візків;
- сходові майданчики обладнані поручнями;
- в університеті кнопки виклику ліфта, світлові вимикачі розміщені на рівні доступу сидячої людини.

Аспірантам з особливими потребами для забезпечення їх соціальної адаптації надається психологічна підтримка психологів-практиків. Бібліотека КНТЕУ підтримує систему дистанційного замовлення літератури за електронним кодом аспіранта.

Конкретних прикладів навчання аспірантів з особливими потребами на освітньо-науковій програмі 075 «Маркетинг» не було.

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?

Врегулювання конфліктних ситуацій регламентують Статут КНТЕУ (<https://knote.edu.ua/file/NjY4NQ==/d7be9a8153b0c11edc3640197791d100.pdf>), Колективний договір (<https://knote.edu.ua/file/MTc=/53b99ac9c3740c64d312347a73342880.pdf>), Антикорупційна програма (<https://knote.edu.ua/file/MTc=/67a798b6a5efce08398afe576098e66a.pdf>), Правила внутрішнього розпорядку в КНТЕУ (<https://knote.edu.ua/file/NjY4NQ==/4810ca948a5d808ae141419642174f16.pdf>), Етичний кодекс ученого України та Етичний кодекс здобувача вищої освіти КНТЕУ (<https://knote.edu.ua/file/MTc=/dc009c9856967b80bb56d6f5ae120f35.pdf>), Договір між адміністрацією КНТЕУ і здобувачем вищої освіти про навчання та виконання Правил внутрішнього розпорядку в КНТЕУ. Вирішення конфліктів, пов'язаних із дотриманням академічної доброчесності, регламентує Положення про дотримання академічної доброчесності (<https://knote.edu.ua/file/NjY4NQ==/bf27ad9293fa2bb6f9b2c3031d4b6e4a.pdf>).

Статут КНТЕУ, п. 3.13, передбачає, що усі члени трудового колективу Університету зобов'язані, зокрема, дотримуватися вимог Антикорупційної програми КНТЕУ. Аналогічна вимога встановлена п. 4.10 щодо здобувачів освіти. Ректор безпосередньо забезпечує недопущення корупційних правопорушень, що зазначено в його обов'язках, закріплених пунктом 6.2 Статуту КНТЕУ.

Згідно з п. 6.3 Статуту КНТЕУ, не може бути обрана, призначена (у тому числі виконувачем обов'язків) на посаду ректора особа, яка за рішенням суду була визнана винною у вчиненні корупційного правопорушення; піддавалася адміністративному стягненню за корупційне правопорушення; підпадає під дію частини третьої статті 1 Закону України «Про очищення влади».

П. 4.9 Статуту КНТЕУ визначає, що студенти, учні та інші особи, які здобувають освіту в Університеті, мають право на захист під час освітнього процесу від приниження честі та гідності, будь-яких форм насильства та експлуатації, дискримінації за будь-якою ознакою, пропаганди та агітації, що завдають шкоди здоров'ю здобувача освіти.

У свою чергу, згідно з п. 3.13 Статуту КНТЕУ, науково-педагогічні, наукові, педагогічні працівники Університету зобов'язані захищати здобувачів освіти під час освітнього процесу від будь-яких форм фізичного та психічного насильства, приниження честі та гідності, дискримінації за будь-якою ознакою, пропаганди та агітації, що завдають шкоди здоров'ю здобувача освіти.

Доступність політики та процедур врегулювання для учасників освітнього процесу забезпечується тим, що всі відповідні нормативні документи оприлюднені на сайті КНТЕУ за поданими вище посиланнями. Для забезпечення прозорості освітнього процесу, запобігання і протидії корупції, налагодження взаємних комунікацій в університеті діє "електронна скринька довіри" та телефон гарячої лінії 044-531-47-40, за яким можна звернутися зі скаргою, надати пропозиції або висловити побажання.

75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» ознайомлені з політикою та процедурами врегулювання конфліктних ситуацій; 25% вважають, що важко відповісти.

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 освітньо-наукових програм третього рівня вищої освіти регулює Положення про розроблення та реалізацію освітньо-наукових програм КНТЕУ третього рівня вищої освіти (<https://knote.edu.ua/file/NjY4NQ==/c9f4560b003a224271f447422cd20688.pdf>), оприлюднене на веб-сайті Університету.

Положення розроблено з урахуванням вимог Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», інструкцій МОН України, Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area), ДСТУ ISO 9001:2015, Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти та інших нормативно-правових актів. Воно є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освітньо-наукової діяльності та якості вищої освіти (Системи управління якістю Київського

національного торговельно-економічного університету).

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

Розділ 3 Положення про розроблення та реалізацію освітньо-наукових програм КНТЕУ третього рівня вищої освіти (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/c9f4560b003a224271f447422cd20688.pdf>) визначає порядок моніторингу та удосконалення освітньо-наукових програм.

Освітньо-наукові програми регулярно переглядаються і удосконалюються для забезпечення їх відповідності вимогам. Моніторинг та удосконалення освітньо-наукових програм КНТЕУ проводиться з метою забезпечення відповідності встановленим цілям діяльності, а також потребам аспірантів, суспільства в цілому. Про будь-які дії, заплановані або вжиті як результат удосконалення, інформуються всі зацікавлені сторони.

Регулярний моніторинг та удосконалення освітньо-наукових програм КНТЕУ організовує керівник групи забезпечення із залученням її членів з метою забезпечення належного рівня освітніх послуг, формування конкурентоспроможних компетентностей та створення сприятливого й ефективного освітнього середовища для аспірантів.

Критерії, за якими відбувається моніторинг та удосконалення освітньо-наукових програм КНТЕУ, формуються як у результаті зворотного зв'язку з науково-педагогічними працівниками, здобувачами вищої освіти, випускниками, партнерами та іншими стейкхолдерами, так і внаслідок прогнозування розвитку спеціальностей та потреб суспільства.

Удосконалення змісту освітньо-наукової програми за результатами останніх досліджень у відповідній галузі знань відбувається з метою забезпечення їх відповідності сучасним вимогам; змін потреб суспільства; очікувань, потреб та ступеня задоволення аспірантів стосовно освітньо-наукової програми.

Оновлені освітньо-наукові програми узгоджуються і затверджуються вченою радою КНТЕУ та вводяться в дію наказом КНТЕУ.

Оновлені освітньо-наукові програми є складовою внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти системи управління якістю КНТЕУ, включаються до інформаційних пакетів ЄТКС, які щорічно оприлюднюються на офіційному сайті КНТЕУ.

Зміни до ОНП 075 «Маркетинг» вносяться щорічно. Так, у 2020 р. за результатами останнього перегляду: скорочено загальний обсяг освітньої складової ОНП з 60 до 48 кредитів ЄТКС з метою збільшення часу на самостійні дослідження; замість дисципліни «Іноземна мова» введено дисципліну «Іноземна мова академічного спілкування» як така, що більш повно відповідає інтересам аспірантів; дисципліну «Педагогіка вищої освіти» перенесено до обов'язкових як таку, що відповідає за формування однієї з ключових загальних компетентностей здобувачів, до програми цієї дисципліни включено педагогічну практику; введено обов'язкову дисципліну «Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері», яка сприятиме розвитку професійної етики та академічної доброчесності; за пропозицією групи аспірантів додано обов'язкову компоненту «Науковий семінар за темою дисертаційної роботи» з метою більш повного урахування наукових інтересів кожного аспіранта; розширено перелік вибіркових компонент з 8 до 13 дисциплін.

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

Згідно з п. 2.1 Положення про розроблення та реалізацію освітньо-наукових програм КНТЕУ третього рівня вищої освіти (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/c9f4560b003a224271f447422cd20688.pdf>), до складу групи забезпечення спеціальності з розробки освітньо-наукової програми включаються провідні науково-педагогічні працівники КНТЕУ, представники підприємницького середовища / органів державної влади / громадських організацій, аспіранти.

До робочої групи, відповідальної за формування освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг», входить аспірант Т. В. Романченко, яка навчається за цією освітньо-науковою програмою з 2016 р. Т.В. Романченко бере участь у засіданнях робочої групи, де обговорюються зміни до освітньо-наукової програми. На пропозицію групи аспірантів різних освітніх програм, до якої входила й Т.В. Романченко, у 2018 р. вивільнені від освітніх компонент 3-й та 4-й роки навчання з метою забезпечити більше часу на виконання індивідуальних наукових досліджень за темою дисертації; у 2020 р. додано обов'язкову компоненту «Науковий семінар за темою дисертаційної роботи» з метою більш повного урахування наукових інтересів кожного аспіранта.

75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що здобувачі залучені до періодичного перегляду освітньо-наукової програми, 25% – що важко відповісти.

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

Особи, які здобувають освіту, беруть безпосередню участь у засіданнях вченої ради КНТЕУ, зокрема під час розгляду питань про затвердження програм та робочих програм навчальних дисциплін, практик, кваліфікаційних екзаменів. Згідно з пунктом 6.8 Статуту КНТЕУ до складу вченої ради Університету входять виборні представники аспірантів, докторантів, слухачів, асистентів-стажистів, керівники органів студентського самоврядування КНТЕУ та голова Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених відповідно до квот; отже, вони беруть участь у розгляді та

затвердженні освітньо-наукових програм третього рівня вищої освіти.

Студентське самоврядування, а також представники Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених КНТЕУ мають можливість вносити пропозиції щодо змісту освітньо-наукової програми третього рівня вищої освіти, оскільки такі програми оприлюднені на веб-сайті КНТЕУ і знаходяться у відкритому доступі. Зміст програми та навчального плану розглядається на засіданнях Наукового товариства (до складу якого входять голови наукових секторів факультету) і погоджується з Головою Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених КНТЕУ, що засвідчено підписом у листі погодження.

75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що студентське самоврядування бере участь в процедурах внутрішнього забезпечення якості освітньо-наукової програми, 25% – що важко відповісти.

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

Роботодавці безпосередньо залучені до процесу періодичного перегляду освітньо-наукових програм у КНТЕУ та інших процедур забезпечення їх якості. Стейкхолдери беруть участь у засіданнях проектних груп з обговорення освітньо-наукових програм, вносять пропозиції з актуалізації змісту окремих дисциплін, удосконалення інформаційного забезпечення. Це дає можливість залучати досвід, професійні компетенції та ресурси стейкхолдерів.

Два рази на рік – на Ярмарку вакансій і Дні кар'єри – та у разі потреби Центром розвитку кар'єри та Центром педагогічних та психологічних досліджень шляхом опитування збираються пропозиції від роботодавців для перегляду освітніх програм. За результатами опитувань кафедрами вносяться актуальні зміни.

До робочої групи, відповідальної за формування освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг», входять: у 2016-2019 рр. – директор компанії «Україна-Арт», заст. Голови Спілки рекламистів України Е. В. Андрейченко, з 2020 р. – директор ТОВ «Інтернет консалтинг груп» Є. В. Шевченко. Зокрема, на пропозицію Е. В. Андрейченко до складу компонент освітньо-наукової програми при її створенні включено науковий семінар «Інтегровані маркетингові комунікації». Крім того, позитивні рецензії на освітньо-наукову програму надали: у 2016 р. – Генеральний директор ТОВ «МАСМІ Україна» С. П. Чиглінцев; директор ТОВ «Грантек» Н. В. Омельченко; у 2020 р. – маркетинг-директор НВФ «Студцентр» Т. А. Пирогова; директор ТОВ «А.С.П.» Л. О. Стискал.

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

В університеті з 2001 року функціонує Центр розвитку кар'єри, одним із завдань якого є координування роботи факультетів та випускових кафедр щодо моніторингу кар'єрного шляху випускників, залучення їх до заходів, що сприяють кар'єрному розвитку студентів і аспірантів (майстер-класи, відкриті лекції, презентації, ворк-шопи, Дні університету). Сторінка Центру розвитку кар'єри на сайті університету: <https://knute.edu.ua/blog/read?n=Centr%20rozvitku%20kar%20E2%80%98eri&uk>.

Центром розвитку кар'єри та Центром педагогічних та психологічних досліджень спільно з випусковими кафедрами щорічно проводиться опитування випускників поточного року. Таким чином формується база випускників та випускників минулих років щодо їх кар'єрного шляху. Опитування відбувається під час проведення Дня Університету (1 раз на рік); крім того, протягом року он-лайн форма анкети розповсюджується через соціальні мережі та електронні адреси випускників.

Пропозиції випускників вивчаються та враховуються при формуванні та оновленні освітніх програм. Результатом опитування випускників також є видання трьох збірників «Випускники КНТЕУ»: 2006 р., 2008 р., 2016 р. Останній збірник розміщено на сайті університету:

<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/0055198a448dbd68730ba6a64cbc7601.pdf>

Випускники попередньої програми 08.00.04, що досліджували маркетингову тематику, працюють викладачами в КНТЕУ (Т.О. Сулова, О.В. Юсупова, В.Д. Кармазінова, М. А. Конопляникова, А.М. Савчук, І.В. Гамова та ін.).

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?

В ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» були виявлені певні недоліки і вжито заходи реагування:

- в 2017 р. змінено назву обов'язкової дисципліни «Філософія науки» на «Філософський світогляд XXI століття», що забезпечило актуалізацію змісту освітньої компоненти; замінено вибіркову дисципліну «Психологія бізнесу» на дисципліну «Педагогіка вищої освіти» для кращої підготовки випускників програми до педагогічної діяльності; назву вибіркової дисципліни «Інформаційні технології моделювання економічних процесів» подано в більш загальній редакції «Математичне моделювання у наукових дослідженнях», що дозволило розширити предметну область дисципліни;

- у 2018 р. вивільнені від освітніх компонент 3-й та 4-й роки навчання з метою забезпечити більше часу на виконання індивідуальних наукових досліджень за темою дисертації; так, замість наукових семінарів «Еволюція теоретико-методологічних засад маркетингу», «Маркетингове супроводження

наукових досліджень», «Маркетинг у системі бренд-лідерства» та «Інтегровані маркетингові комунікації» запроваджено наукові семінари «Інтегровані маркетингові комунікації» та «Брендинг у системі маркетингу»;

- у 2019 р. обов'язкові дисципліни «Бібліографія» й «Коректура та редагування наукових текстів» обсягом по 3 кредити об'єднані під назвою «Науковий текст» обсягом 6 кредитів; це дозволило збільшити вагомість і значущість освітньої компоненти, уникнути надмірної деталізації та зменшити кількість заходів підсумкового контролю в 1-му році навчання, щоб вивільнити час здобувачів для проведення власних досліджень;

- у 2020 р. скорочено загальний обсяг освітньої складової ОНП з 60 до 48 кредитів ЄТКС з метою збільшення часу на самостійні дослідження; замість дисципліни «Іноземна мова» введено дисципліну «Іноземна мова академічного спілкування» як така, що більш повно відповідає інтересам аспірантів; дисципліну «Педагогіка вищої освіти» перенесено до обов'язкових як таку, що сприяє формуванню однієї з ключових загальних компетентностей здобувачів, до програми цієї дисципліни включено педагогічну практику; введено обов'язкову дисципліну «Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері», яка сприяє розвитку професійної етики та академічної доброчесності; за пропозицією групи аспірантів додано обов'язкову компоненту «Науковий семінар за темою дисертаційної роботи» з метою більш повного урахування наукових інтересів кожного аспіранта; розширено перелік вибіркового компонент з 8 до 13 дисциплін.

Система забезпечення якості КНТЕУ ухвалила пропозиції робочої групи забезпечення спеціальності щодо вдосконалення освітньо-наукової програми та внесення відповідних змін у навчальні плани.

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?

Акредитація освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» проводиться вперше, відтак зауважень та пропозицій експертних комісій, які стосувалися б саме цієї програми, немає.

Проте, у 2019 році КНТЕУ провів акредитацію ряду освітніх програм першого та другого рівнів вищої освіти. На підставі проведеної експертизи експертні комісії засвідчили, що організаційне, кадрове, навчально-методичне, матеріально-технічне, інформаційне забезпечення, якість підготовки фахівців та внутрішня система забезпечення якості освітньої діяльності за освітньо-професійними програмами відповідають встановленим акредитаційним вимогам та дозволяють забезпечити державну гарантію якості освіти.

Зауваження та пропозиції, висловлені експертами при акредитації інших освітніх програм, враховані під час удосконалення освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» таким чином:

- до викладання дисциплін навчального плану залучені викладачі, які мають публікації у наукових виданнях, що індексуються у міжнародних наукометричних базах даних (див. табл. 2 додатку);
- до тематичного плану видання монографій КНТЕУ на 2020 рік включено монографію «Торговельний маркетинг» (колектив авторів за наук. ред. Є. В. Ромата, д. н. з держ. упр., проф.), до підготовки якої залучено як викладачів кафедри маркетингу, так і аспірантів спеціальності 075 «Маркетинг»;
- до керівництва аспірантами освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» залучені викладачі, які проходили стажування за кордоном і беруть активну участь у міжнародних зв'язках університету в цілому і випускової кафедри маркетингу зокрема (проректор з наукової роботи, професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу, д.е.н., проф. С.В. Мельниченко, зав. кафедри маркетингу д.н.д.у., проф. Є.В. Ромат, професор кафедри журналістики та реклами д.е.н., доц. Т.В. Дубовик, зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу, д.е.н., проф. М.Г. Бойко, зав. кафедри торговельного підприємництва і логістики, д.е.н., доц. Н.Б. Ільченко).

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

Залучення учасників академічної спільноти до процедур внутрішнього забезпечення якості освітньо-наукових програм регламентують: Положення про розроблення та реалізацію освітньо-наукових програм КНТЕУ третього рівня вищої освіти

(<https://knote.edu.ua/file/NjY4NQ==/c9f4560b003a224271f447422cd20688.pdf>), а також Концепція внутрішнього забезпечення якості підготовки здобувачів вищої освіти ступеня "Доктор філософії" (<https://knote.edu.ua/file/NjY4NQ==/a4f327cacede8fefee534a0bd6fea561.pdf>).

Згідно з цією Концепцією, внутрішнє забезпечення якості підготовки здобувачів полягає в тому, що освітньо-наукові програми підтримуються внутрішніми механізмами контролю якості, які забезпечують дотримання офіційно прийнятих внутрішніх, а також зовнішніх стандартів якості / інструкцій та правил.

П. 2.3 Концепції визначає, що завідувачі кафедр, наукові керівники, керівники груп забезпечення спеціальностей (гаранти освітньо-наукових програм) та відділ аспірантури і докторантури здійснюють постійний моніторинг успішності аспірантів, якості надання освітньо-наукових послуг та виконання індивідуальних планів аспірантами.

П. 4.9 уточнює, що критерії, за якими відбувається моніторинг та удосконалення освітньо-наукових програм КНТЕУ, формуються як у результаті зворотного зв'язку з науково-педагогічними працівниками, здобувачами вищої освіти, випускниками, партнерами та іншими стейкхолдерами, так і внаслідок прогнозування розвитку спеціальностей та потреб суспільства.

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

Розділ 2 Положення про розроблення та реалізацію освітньо-наукових програм КНТЕУ третього рівня вищої освіти (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/c9f4560b003a224271f447422cd20688.pdf>) визначає розподіл відповідальності між різними структурними підрозділами КНТЕУ в контексті здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти.

Завідувач відділу аспірантури за поданням завідувача (-ів) кафедр складає проект розпорядження щодо формування груп забезпечення спеціальності з розробки освітньо-наукових програм і подає його на затвердження. До складу групи включаються провідні науково-педагогічні працівники КНТЕУ, представники підприємницького середовища, аспіранти.

Робоча група на підставі моніторингу ринку праці, вивчення аналогічних освітньо-наукових програм та ін. визначає кінцеві результати навчання, розробляє проект освітньо-наукової програми та презентує його зацікавленим фахівцям для погодження і підтримки. В разі необхідності робоча група вносить корективи до проекту та складає освітньо-наукову програму за встановленою формою. Надалі група забезпечення розробляє об'рунтування проекту освітньо-наукової програми, структурно-логічну схему викладання дисциплін, та представляє її на засіданні вченої ради КНТЕУ. На засідання запрошуються усі зацікавлені особи.

За умови ухвалення вченою радою проекту освітньо-наукової програми, розробляється проект навчального плану, відбувається його затвердження вченою радою КНТЕУ та включення у правила прийому до КНТЕУ.

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 учасників освітнього процесу визначає Статут КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/d7be9a8153b0c11edc3640197791d100.pdf>).

П. 3.12 визначає права науково-педагогічних, наукових та педагогічних працівників разом з інженерно-технічними працівниками, адміністративним, навчально-допоміжним та обслуговуючим персоналом. Зобов'язання усіх членів трудового колективу визначено у п. 3.13 Статуту університету. Згідно з п. 3.22 Статуту КНТЕУ права та обов'язки науково-педагогічних, наукових, педагогічних працівників, навчально-допоміжного, адміністративного, обслуговуючого персоналу визначають Правила внутрішнього розпорядку в КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/4810ca948a5d808ae141419642174f16.pdf>) та посадові інструкції. Основні права та обов'язки студентів, учнів та інших осіб, які здобувають освіту в Університеті, передбачені законами України «Про освіту», «Про вищу освіту». Крім них, у пп. 4.9 та 4.10 Статуту КНТЕУ визначено додаткові права та обов'язки студентів, учнів та інших осіб, які здобувають освіту в Університеті.

Текст Статуту університету знаходиться в загальному доступі на сайті КНТЕУ.

Права та обов'язки аспіранта визначає Положення про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук (<https://knute.edu.ua/file/NzM1OQ==/6ef517b3e1c4d2cfc9a505b2707f4502.pdf>, розділ 2); вони також окремо оприлюднені на сайті КНТЕУ в розділі «Аспірантура і докторантура» (<https://knute.edu.ua/blog/read?n=Viddil%20aspiranturi%20i%20doktoranturi&uk#3>).

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

<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=33019&uk>

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

<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>

10. Навчання через дослідження

Продемонструйте, що зміст освітньо-наукової програми відповідає науковим інтересам аспірантів (ад'юнктів)

Наукові інтереси аспірантів освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» відображають затверджені теми їх дисертаційних робіт, а саме: «Управління репутацією підприємства в системі корпоративного брендингу», «Маркетингова збутова стратегія торговельної мережі», «Маркетингові стратегії суб'єктів публічного управління», «Маркетинг підприємств торгівлі в соціальних мережах»,

«Маркетингові стратегії мереж кінотеатрів», «Технології діджитал-маркетингу в діяльності підприємств торгівлі» та ін.

Предметній області зазначених досліджень відповідають такі обов'язкові навчальні дисципліни, як «Методологія наукових досліджень», «Сучасні економічні теорії», наукові семінари «Інтегровані маркетингові комунікації», «Брендинг в системі маркетингу», науковий семінар за темою дисертаційної роботи.

Вибіркові дисципліни забезпечують поглиблене опанування аспірантами прикладних математико-статистичних інструментів та інформаційних технологій досліджень (див.

<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>).

Розвитку наукового світогляду аспірантів сприяють обов'язкові навчальні дисципліни «Філософський світогляд XXI століття» та «Сучасні економічні теорії».

Належний рівень знання іноземної мови, достатній для комунікації в міжнародному науковому середовищі, забезпечують обов'язкові дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Іноземна мова академічного спілкування».

100% опитаних вважають, що зміст освітньо-наукової програми відповідає науковим інтересам здобувачів.

Опишіть, яким чином зміст освітньо-наукової програми забезпечує повноцінну підготовку здобувачів вищої освіти до дослідницької діяльності за спеціальністю та/або галуззю

Повноцінну підготовку здобувачів вищої освіти до дослідницької діяльності за спеціальністю забезпечують всі обов'язкові дисципліни освітньої програми (100%), кожна з яких вносить свій невід'ємний внесок у формування дослідницьких компетентностей. Це насамперед такі дисципліни, як: «Методологія наукових досліджень», «Філософський світогляд XXI століття», «Сучасні економічні теорії», «Бібліографія», «Коректура та редагування наукових текстів» (замість останніх двох з 2019 р. – «Науковий текст»), а також наукові семінари: «Інтегровані маркетингові комунікації», згідно з ОНП 2016 р. – «Еволюція теоретико-методологічних засад маркетингу», «Маркетингове супроводження наукових досліджень», «Маркетинг у системі бренд-лідерства», згідно з ОНП 2020 р. – «Брендинг в системі маркетингу» та науковий семінар за темою дисертаційної роботи.

Серед вибірових дисциплін переважна більшість також спрямовані на формування дослідницьких компетентностей. Це: «Інформаційні технології моделювання економічних процесів» (з 2017 р. – «Математичне моделювання у наукових дослідженнях»), «Статистичні методи аналізу та прогнозування», «Інформаційні технології в наукових дослідженнях», «Комерціалізація інтелектуальної власності», «Міжнародна статистика», «Правове забезпечення наукових досліджень», а також «Ораторське мистецтво».

100% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що дисципліни зі спеціальності забезпечують повноцінну підготовку до дослідницької діяльності.

Опишіть, яким чином зміст освітньо-наукової програми забезпечує повноцінну підготовку здобувачів вищої освіти до викладацької діяльності у закладах вищої освіти за спеціальністю та/або галуззю

Зміст освітньо-наукової програми забезпечує повноцінну підготовку здобувачів вищої освіти до викладацької діяльності у закладах вищої освіти за спеціальністю завдяки наявності такої освітньої компоненти, як дисципліна «Педагогіка вищої освіти». Протягом 2017-2019 рр. ця дисципліна належала до вибірових, згідно з ОНП 2020 р. перенесена до обов'язкових.

Невід'ємною складовою освітньо-наукової програми є також педагогічна практика, в процесі проходження якої аспіранти повинні оволодіти основами наукової та навчально-методичної роботи: навиками структурування та психологічно грамотного перетворення наукових знань в навчальний матеріал, систематизації навчальних та виховних задач; методами та засобами складання задач, вправ, тестів з різних тем, усного та письмового переказу предметного матеріалу, різноманітними освітніми технологіями. У 2016-2019 рр. педагогічна практика виступала незалежним освітнім компонентом, з 2020 р. включена до програми дисципліни «Педагогіка вищої освіти» (див. <https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=36462&uk>).

Крім того, формуванню компетентностей, необхідних для успішної викладацької діяльності, сприяють наукові семінари, де аспіранти мають змогу переймати досвід викладачів найвищої кваліфікації у сфері маркетингу.

75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що зміст освітньо-наукової програми забезпечує повноцінну підготовку до викладацької діяльності, 25% – що важко відповісти.

Продемонструйте дотичність тем наукових досліджень аспірантів (ад'юнктів) напрямам досліджень наукових керівників

Відповідність тем наукових досліджень аспірантів напрямам досліджень наукових керівників забезпечується обговоренням на кафедрі, на засіданнях вченої ради факультету та вченої ради КНТЕУ теми дослідження та наукового керівника.

Рекомендована тематика дисертаційних досліджень аспірантів за спеціальністю 075 «Маркетинг» подана на сайті КНТЕУ: <https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/90000b7be390665964cafb0c8f7bdc3.pdf>.

Науковими керівниками здобувачів вищої освіти доктор філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» є: зав. кафедри маркетингу, д.н.д.у., проф. Є. В. Ромат (<https://scholar.google.com.ua/citations?user=Wb0rlxkAAAAJ&hl=ru>), проректор з наукової роботи, професор кафедри готельно-ресторанного

бізнесу, д.е.н., проф. С. В. Мельниченко (<https://scholar.google.com.ua/citations?user=PN6obqYAAAAJ&hl=ru>), професор кафедри журналістики та реклами д.е.н., доц. Т. В. Дубовик (<https://scholar.google.com.ua/citations?user=3WkjlKAAAAAJ&hl=uk>), завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу, д.е.н., проф. М. Г. Бойко (https://scholar.google.com.ua/citations?user=1G2_yIIAAAAJ&hl=uk), завідувач кафедри торговельного підприємництва та логістики, д.е.н., доц. Н. Б. Ільченко (<https://scholar.google.com.ua/citations?user=Vcd7tVOAAAAJ&hl=ru>). Тематика публікацій результатів досліджень наукових керівників у сфері маркетингової діяльності підприємств та організацій підтверджує дотичність тем наукових досліджень аспірантів напрямом досліджень наукових керівників.

Опишіть з посиланням на конкретні приклади, як ЗВО організаційно та матеріально забезпечує в межах освітньо-наукової програми можливості для проведення і апробації результатів наукових досліджень аспірантів (ад'юнктів)

КНТЕУ організаційно і матеріально забезпечує можливості для проведення і апробації результатів наукових досліджень аспірантів в межах ОНП.

Так, аспіранти беруть участь у виконанні ініціативних НДР «Управління рекламною діяльністю підприємств» (№ ДР 0113U000520) та «Управління маркетингом підприємства роздрібною торгівлю» (№ ДР 0117U000061). Вони можуть користуватися комп'ютерним класом А-411, де встановлено 15 комп'ютерів PIV з професійним програмним забезпеченням (див. табл. 1 додатку); ще 4 комп'ютери Prime PC Medio 80 встановлено у ауд. А-406. Також до послуг аспірантів SMART-бібліотека та коворкінг «KNUTE HUB» в начальному корпусі Б. В бібліотеці КНТЕУ забезпечено безкоштовний доступ до наукометричних баз даних Scopus та Web of Sciences.

Результати досліджень можна публікувати у наукових журналах КНТЕУ «Вісник КНТЕУ», «Товари і ринки», «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право» (vci – Index Copernicus). Щорічно в КНТЕУ проводяться науково-практичні конференції з маркетингу: «Реклама: інтеграція теорії і практики», «Бренд-менеджмент: маркетингові технології», Інтернет-конференція «Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації» та ін. З повним переліком наукових конференцій, що проводяться як в системі МОН в цілому, так і в КНТЕУ, аспіранти можуть ознайомитися за посиланнями: <https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/66c23fbc3c2d8c176e6d9d9e48cdda2d.pdf> та <https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/9a9057698733a12da93cf72fec905850.pdf>.

Проаналізуйте, як ЗВО забезпечує можливості для долучення аспірантів (ад'юнктів) до міжнародної академічної спільноти за спеціальністю, наведіть конкретні проекти та заходи

КНТЕУ співпрацює з понад 100 ЗВО та міжнародними організаціями з 30 країн світу, зокрема з Познаньським, Краківським та Вроцлавським університетами економіки (Польща), Університетом Оверні (м. Клермон-Ферран, Франція); Вищою паризькою школою комерції (м. Париж, Франція); Вищою школою менеджменту Audencia Nantes (м. Нант, Франція); Університетом Гренобль Альпи (м. Гренобль, Франція); Університетом Парі Ест Кретей (м. Париж, Франція), Університетом Центрального Ланкаширу (м. Престон, Великобританія), Університетом Ессен (Німеччина) та ін. Співпраця в межах удосконалення освітньо-наукових програм відбувається й у межах реалізації проектів Erasmus+. Кожний аспірант за рік бере участь у 2-3 міжнародних наукових конференціях в Україні та за кордоном, а також публікує результати досліджень у іноземних виданнях. Наприклад, аспірант А. Кашпур виступив співавтором монографії «Розвиток та модернізація суспільних наук: досвід Польщі та перспективи України» (Lublin: Uniwersytet Marii Curie-Sklodowskiej, 2017); аспірант Ю. Гаврилечко у 2018 році взяв участь у міжнародній науковій конференції «Від Балтики до Причорномор'я: формування сучасного економічного простору» (м. Рига, Латвія), а у 2019 р. опублікував статтю «Forming marketing strategy of public administration subject» (Canada, Montreal). 75% опитаних за спеціальністю «Маркетинг» вважають, що в КНТЕУ повністю забезпечуються можливості долучення аспірантів до міжнародної академічної спільноти за спеціальністю, іншим важко відповісти.

Опишіть участь наукових керівників аспірантів у дослідницьких проектах, результати яких регулярно публікуються та/або практично впроваджуються

Наукові керівники аспірантів освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» беруть участь у таких дослідницьких проектах: д.н.д.у., проф. Є.В. Ромат – керівник НДР «Управління маркетингом підприємства роздрібною торгівлю» (№ ДР 0117U000061, I кв. 2017 – IV кв. 2021); д.е.н., проф. С. В. Мельниченко – керівник НДР «Реструктуризація підприємств туристичної сфери» (№ ДР 0117U0000782, I кв. 2016 – IV кв. 2018), виконавець НДР «Управління стратегічним розвитком підприємств готельного господарства» (№ ДР 0117U000063, I кв. 2016 – IV кв. 2018) та «Управління інвестиційними ризиками в готельному бізнесі» (I кв. 2019 – IV кв. 2023); д.е.н., доц. Т.В. Дубовик – виконавець НДР «Управління рекламною діяльністю підприємств» (№ ДР 0113U000520, I кв. 2013 – IV кв. 2018) та керівник НДР «Теоретичні та практичні аспекти медіалогії» (I кв. 2019 – IV кв. 2025); д.е.н., проф. Бойко М.Г. – керівник НДР «Управління інвестиційними ризиками в готельному бізнесі» (I кв. 2019 – IV кв. 2023); д.е.н., доц. Ільченко Н.Б. – керівник НДР «Логістична діяльність Інтернет-магазинів України» (№ ДР 0118U000045, I кв. 2018 – IV кв. 2020), виконавець НДР «Логістичний менеджмент у сфері торговельного підприємництва» (I кв. 2016 – IV кв. 2019). Серед результатів зазначених НДР – наукові статті, доповіді на конференціях, захисти дисертаційних робіт, монографії, навчальні посібники.

Опишіть чинні практики дотримання академічної доброчесності у науковій діяльності наукових керівників та аспірантів (ад'юнктів)

Політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності в КНТЕУ визначає Положення про дотримання академічної доброчесності (<https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/bf27ad9293fa2bb6f9b2c3031d4b6e4a.pdf>), Етичний кодекс ученого України, Етичний кодекс здобувача вищої освіти КНТЕУ.

Згідно з п. 5.1 Положення, перевірки на академічний плагіат, зокрема, підлягають:

- кваліфікаційні наукові праці та наукові доповіді. До спеціалізованої вченої ради подається довідка про підтвердження відсутності академічного плагіату у дисертаційній роботі. Виявлення в поданій до захисту дисертації академічного плагіату є підставою для відмови у її розгляді або направлення її на доопрацювання з повторною перевіркою на академічний плагіат. Виявлення академічного плагіату у захищеній дисертації є підставою для відмови у присудженні відповідного ступеня вищої освіти, скасування рішення спеціалізованої вченої ради про присудження наукового ступеня та видачу відповідного диплома;

- рукописи статей, які надходять до редакцій наукових журналів КНТЕУ. Стаття повинна мати висновок щодо відсутності/наявності текстових запозичень у рукописі та наявність письмової заяви автора (авторів) про відсутність плагіату у тексті статті.

Перевірка на плагіат здійснюється з використанням програм UNICHECK. КНТЕУ також укладено договір із ТОВ «Антиплагіат» для перевірки дисертацій. Науковий керівник та рецензенти здійснюють поетапну перевірку дисертаційної роботи на наявність запозичень, результати якої зазначаються у відгуку наукового керівника та рецензіях.

Продемонструйте, що ЗВО вживає заходів для виключення можливості здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності

Для виключення можливості здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності, КНТЕУ керується положеннями Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII.

У ст. 6, п. 6 цього Закону зазначено, що виявлення академічного плагіату у захищеній дисертації (науковій доповіді) є підставою для скасування рішення спеціалізованої вченої ради про присудження наукового ступеня та видачу відповідного диплома. Якщо дисертація (наукова доповідь), в якій виявлено академічний плагіат, була захищена у постійно діючій спеціалізованій вченій раді, науковий керівник (консультант), офіційні опоненти, які надали позитивні висновки про наукову роботу, та голова відповідної спеціалізованої вченої ради позбавляються права брати участь у роботі спеціалізованих вчених рад строком на два роки, а заклад вищої освіти (наукова установа) позбавляється акредитації відповідної постійно діючої спеціалізованої вченої ради та права створювати разові спеціалізовані вчені ради строком на один рік.

Завдяки чинним практикам дотримання академічної доброчесності у науковій діяльності КНТЕУ вдається попереджувати випадки академічного плагіату, а відтак необхідності вжиття конкретних заходів для виключення можливості здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності, за ОНП 075 «Маркетинг» не виникало.

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Представлений звіт висвітлює стан забезпечення якості освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг», її організаційну складову, дослідницьке середовище, систему наукового керівництва та інші питання. Самооцінка, проведена відповідно до критеріїв зовнішнього оцінювання, затверджених Національним агентством із забезпечення якості освіти України, дала підстави засвідчити, що всі компоненти освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» відповідають вимогам українського законодавства у сфері вищої освіти, а також стандартам та керівним принципам забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG).

Сильні сторони освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» є наступними.

У КНТЕУ створено потужне та мультидисциплінарне науково-дослідницьке середовище, мета якого – мотивувати та заохочувати аспірантів розвивати свої академічні компетентності найбільш інноваційними та творчими способами. Кожний аспірант освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» входить до дослідницької групи, яка працює над певною науково-дослідною тематикою, що є важливою складовою щоденного робочого середовища, а також місцем для проведення наукових зустрічей, презентацій та дискусій серед досвідчених науковців та початківців, включаючи аспірантів. Існує також тісна співпраця з університетами, дослідницькими центрами та бізнес-партнерами, що забезпечує відповідність наукових досліджень потребам суспільства. Група забезпечення освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» відслідковує зміни зовнішнього середовища шляхом регулярних контактів з практиками та профільними фахівцями-науковцями, а також за допомогою щорічних досліджень.

Ще однією перевагою програми є мотивований і компетентний викладацький персонал та ефективна система забезпечення навчання. Остання охоплює навчально-дослідні об'єкти, бібліотеку,

гуртожитки, державне фінансування досліджень і навчання, а також доступ до інформаційних баз даних, спеціалізованого програмного забезпечення тощо.

Система управління освітньо-науковою програмою розроблена відповідно до зовнішніх та внутрішніх процесів забезпечення якості на всіх рівнях. Така система високо оцінена всіма зацікавленими сторонами освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг», про що свідчать формальні та неформальні відгуки. Планується розширення практики щорічних досліджень аспірантів та зовнішніх стейкхолдерів за рахунок ще однієї важливої групи внутрішніх стейкхолдерів – викладачів та наукових керівників, щоб зробити цей канал інформації більш послідовним.

Слабкими сторонами освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» є неповне використання існуючих можливостей міжнародного співробітництва та недостатня поінформованість аспірантів щодо окремих аспектів функціонування в університеті нормативного забезпечення освітнього процесу.

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

Група забезпечення освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» зосереджується на поточних ініціативах, пов'язаних з питаннями якості та ефективності досліджень, з метою стабілізації кількісного складу аспірантів, забезпечення відповідності показників набору та випуску. Особливу увагу слід приділити залученню іноземних аспірантів як одному із шляхів інтернаціоналізації освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг». Інші шляхи (залучення іноземних наукових керівників, міжнародне стажування, подвійне дипломування тощо) також становлять інтерес для майбутнього розвитку програми.

Стратегічні перспективи розвитку освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг» полягають у:

- систематичній актуалізації тематики досліджень в сфері маркетингової діяльності з урахуванням світових академічних тенденцій, запитів зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів, встановлених за допомогою формальних та неформальних досліджень, а також індивідуальних наукових інтересів здобувачів;

- підвищенні зацікавленості у використанні аспірантами можливостей соціально-економічної інтеграції та глобалізації, що відкриваються в рамках реалізації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, зокрема шляхом запровадження відповідних механізмів сприяння та контролю в межах освітньо-наукової програми 075 «Маркетинг»;

- посиленні інтернаціоналізації; для цього необхідно запровадити механізм міжнародного партнерства на третьому рівні вищої освіти (спільні та подвійні ступені);

- диверсифікації джерел фінансування досліджень, зокрема за рахунок грантів ЄС;

- активізації механізмів зворотного зв'язку зі здобувачами з метою оцінювання рівня їх задоволеності навчанням за освітньо-науковою програмою та відповідного спрямування освітньої, організаційної, інформаційної консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти;

- розширенні практики щорічних досліджень аспірантів та зовнішніх стейкхолдерів за рахунок ще однієї важливої групи внутрішніх стейкхолдерів – викладачів та наукових керівників, щоб зробити цей канал інформації більш послідовним.

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: Мазаракі Анатолій Антонович

Дата: 23.04.2020 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	
Іноземна мова за професійним спрямуванням	навчальна дисципліна	OK 1. Іноземна мова за професійним спрямуванням.pdf	XgZ3mskT6H2bN7niIsGmGf+q59xVxmz4xOCjYt+bbN8=	<p>Комп'ютери: 24 (рік введення в експлуатацію 2017 р.). Конфігурація ПК: QuadCore Intel Core i5-3340, 3200 MHz (32 x 100) ECS H61H-G11 2 ГБ DDR3-1333 + 2 ГБ DDR3-1333 Intel HD Graphics 2500 TOSHIBA DT01ACA100 (1 ТБ, 7200 RPM, SATA-III)</p> <p>Комп'ютери: 14 (рік введення в експлуатацію - 2009, рік останнього ремонту 2018) Конфігурація ПК: Intel Atom, 1600 MHz Intel Little Falls D945GCLF 2037 МБ DDR2 DIMM Intel(R) 82945G Express Chipset Family (64 МБ) Hitachi HDT721016SLA380 (160 ГБ, 7200 RPM, SATA-II)</p> <p>Комп'ютери: 16 (рік введення в експлуатацію - 2010, рік останнього ремонту 2017). Конфігурація ПК: DualCoreIntelCore 2 DuoE7300, 2666 MHz MSIG31TM-P21 (MS-7529) 2 ГБ DDR2-800 DDR2, 2 ГБ DDR2-800 DDR2 ATI RadeonHD 4300/4500 Series (512 МБ) WDCWD5000AAKS-00V1A0 ATA Device (500 ГБ, 7200 RPM, SATA-II)</p> <p>Комп'ютери: 14 (рік введення в експлуатацію - 2018). Конфігурація ПК: DualCore Intel Celeron G3930, 2900 MHz Intel Sunrise Point H110 (Unknown Motherboard) 4 ГБ DDR4-2133 Intel(R) HD Graphics 610 (1 ГБ) TOSHIBA DT01ACA050 (500 ГБ, 7200 RPM, SATA-III).</p> <p>Корпоративна платформа дистанційного навчання Moodle.</p> <p>Програмне забезпечення: SketchUp 2017 (ліцензій 24) SnetclassV8.3 (ліцензій 24) EuroTalkMovieTalk (ліцензій - 44)</p>
Наукові семінари (Інтегровані маркетингові комунікації)	навчальна дисципліна	OK 9. Інтегровані маркетингові комунікації.pdf	WE9+oNOUYk0ZnSYc0H4Wak2h329q/64niigxFFZNSAQ=	<p>Комп'ютери: 15 (рік введення в експлуатацію - 2016, рік останнього ремонту 2019). Конфігурація ПК: QuadCore Intel Core i5-6500, 3600 MHz Asus H110M-R 8 ГБ DDR4-2133 Intel(R) HD Graphics 530 (1 ГБ) TOSHIBA DT01ACA050 (500 ГБ, 7200 RPM, SATA-III)</p> <p>Бібліотека (www.lib.knteu.kiev.ua). Корпоративна платформа дистанційного навчання Moodle.</p> <p>Програмне забезпечення: Microsoft Windows 10 Home Single Language x64 (ліцензій - 15) 360 Total Security (ліцензій - 15) 7-Zip 16.02 (ліцензій - 15) ABBYY FineReader 12 Professional (ліцензій - 15) ACDSee Pro 7 (ліцензій - 15) Adobe AIR (ліцензій - 15) Adobe Master Collection CC 2017 Plus (ліцензій - 15) Adobe Reader XI (11.0.10) (ліцензій - 15) AIMP (ліцензій - 15) Autodesk 3ds Max 2017 (ліцензій - 15) CorelDRAW Graphics Suite X7 (ліцензій - 15) Foxit Reader 7.1.3.320 (ліцензій - 15) Google Chrome (ліцензій - 15) Google Web Designer (ліцензій - 15) IBM SPSS Statistics 22 (ліцензій - 15) Metro Style icon Studio (ліцензій - 15) Microsoft Office Standard 2016 (ліцензій - 15) Mozilla Firefox (ліцензій - 15) MPC-BE x64 1.5.0.2235 (ліцензій - 15)</p>

				<p>Radmin Server 3.5 (ліцензій - 15) STATISTICA 12.5.192.5 (ліцензій - 15) STATNOVAPDF (novaPDF 7.7 printer) (ліцензій - 15) WinRAR 5.40 (ліцензій - 15)</p>
Сучасні економічні теорії	навчальна дисципліна	ОК 8. Сучасні економічні теорії.pdf	/PVZxa1TRfwn1Skq2dxsmt9OIboxcORo+xsx63S+hBI=	<p>Комп'ютери: 16 (рік введення в експлуатацію - 2008, рік останнього ремонту 2019). Конфігурація ПК: Intel Celeron D, 2800 MHz IBM Think Centre A51 2038 МБ Intel (R) 82915G/GV/910GL Express Chipset Family (128 МБ) WDC WD800JD-08LSA0 ATA Device (80 ГБ, 7200 RPM)</p> <p>Корпоративна платформа дистанційного навчання Moodle.</p> <p>Програмне забезпечення: Microsoft Windows 7 Professional x86 (ліцензій - 16) 360 Total Security (ліцензій - 16) Foxit Reader (ліцензій - 16) Google Chrome (ліцензій - 16) Microsoft Office Professional Plus 2013 (ліцензій - 16) Microsoft Visio Professional 2013 (ліцензій - 16) Minitab 18 (ліцензій - 16) Mozilla Firefox (ліцензій - 16) Oracle Crystal Ball (ліцензій - 16) Outils de verification linguistique 2013 de Microsoft Office -Francais (ліцензій - 16) Project Expert 7 Professional (ліцензій - 16) WinDJView 2.1 (ліцензій - 16) WinRAR 5.50 (ліцензій - 16)</p>
Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері	навчальна дисципліна	ОК 7. Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері.pdf	jiWsOAd8tKHwubXqTaLH8c3lscFzGyXdHhbNsXlvmjs=	<p>Бібліотека. Комп'ютери: Impression P+ (2018 р.) - 6 шт. Impression P+ (2019 р.) - 25 шт. Impression Net Box U2 - 2 шт.</p> <p>Електронні бази даних: - Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) (http://wipo.int/). - Винаходи в Україні (Укрпатент) (http://www.ukrpatent.org). - Федеральна служба з інтелектуальної власності, патентів і товарних знаків. Патенти США та Європи (http://www.freepatentsonline.com). - База даних Відомства з патентів і товарних знаків США (http://www.uspto.gov/patft/index.html). - Інститут інтелектуальної власності Швейцарії (http://www.espacenet.ch). - Реєстр об'єктів промислової власності (http://www.swissreg.ch). - БД Патентного відомства Канади (http://Patents1.ic.gc.ca/intro-e.html). - Електронно-цифрова бібліотека Патентного відомства Японії (http://www.jpo.go.jp).</p> <p>Корпоративна платформа дистанційного навчання Moodle.</p>
Педагогіка вищої освіти	навчальна дисципліна	ОК 6. Педагогіка вищої освіти.pdf	WB91INHoJFE21S/DSbO1Ry4wDUCoNZY5NAZeGWJCeSU=	<p>Бібліотека (www.lib.knteu.kiev.ua). Комп'ютери: Impression P+ (2018 р.) - 6 шт. Impression P+ (2019 р.) - 25 шт. Impression Net Box U2 - 2 шт. IBM Think Centre - 22 шт. EXPERT - 18 шт. Prime - 10 шт. Комплект презентаційний у складі: системний блок Impression Net Box U2, проєктор Ben QMS 531, екран настінний ручний ELITE SCREENS - 2 шт. - База даних компанії EBSCO Publishing. - EBSCO eBook Academic Collection. - SCOPUS наукометрична база. - Web of Science наукометрична база. - Законодавча база України (НАУ). - Відкриті Архіви України (oai.org.ua). - Електронно-бібліотечна база (ЕБС) видавництва «Лань».</p> <p>Корпоративна платформа дистанційного навчання Moodle.</p>
Методологія наукових досліджень	навчальна дисципліна	ОК 5. Методологія наукових досліджень.pdf	ttuBUUVfV05wHLNdfkv0u2pLWkHpNFqbfGsy8EahkRg=	<p>Комп'ютери: 15 (рік введення в експлуатацію - 2012, рік останнього ремонту 2019). Конфігурація ПК: DualCore Intel Atom D2500, 1866 MHz 3Q TD2500G-P-Q3 2 ГБ DDR3-1333 Intel(R) Graphics Media Accelerator</p>

				<p>3600 Series (256 МБ) Hitachi HCC543216A7A380 (160 ГБ, 5400 RPM, SATA-II)</p> <p>Комп'ютери: 16 (рік введення в експлуатацію - 2007, рік останнього ремонту 2020). Конфігурація ПК: Intel Celeron 430, 1800 MHz (9 x 200) MSI 945GCM7 (MS-7507) 512 МБ DDR2-667 + 512 МБ DDR2-667 Intel(R) 82945G Express Chipset Family (256 МБ) Hitachi HD5721680PLA380 ATA Device (80 ГБ, 7200 RPM, SATA-II)</p> <p>Комп'ютери: 22 (рік введення в експлуатацію - 2018). Конфігурація ПК: Dual Core Intel Celeron G3930, 2900 MHz Intel Sunrise Point H110 (Unknown Motherboard) 4 ГБ DDR4-2133 Intel HD Graphics 610 TOSHIBA DT01ACA050 (500 ГБ, 7200 RPM, SATA-III)</p> <p>Комп'ютери: 21 (рік введення в експлуатацію - 2005, рік останнього ремонту 2019). Конфігурація ПК: Intel Celeron D, 2266 MHz Asus P4P800-VM 246 МБ DDR Intel(R) 82865G Graphics Controller (64 МБ) WDC WD400JB-00JJC0 (40 ГБ, 5400 RPM, Ultra-ATA/100)</p> <p>Комп'ютери: 15 (рік введення в експлуатацію - 2019). Конфігурація ПК: Quad Core AMD Ryzen 3 3200G, 3972 MHz Asus Prime A320M-K 8 ГБ DDR4-2666 AMD Picasso (2 ГБ) ST1000DM010-2EP102 (1 ТБ, 7200 RPM, SATA-III)</p> <p>Комп'ютери: 22 (рік введення в експлуатацію - 2019). Конфігурація ПК: Quad Core AMD Ryzen 3 3200G, 3972 MHz Asus Prime A320M-K 8 ГБ DDR4-2666 AMD Picasso (2 ГБ) ST1000DM010-2EP102 (1 ТБ, 7200 RPM, SATA-III)</p> <p>Комп'ютери: 15 (рік введення в експлуатацію - 2017). Конфігурація ПК: Dual Core Intel Core i3-6100, 3700 MHz Asus H110M-R 8075 МБ DDR4 Intel(R) HD Graphics 530 (1 ГБ) TOSHIBA DT01ACA050 (500 ГБ, 7200 RPM, SATA-III)</p> <p>Корпоративна платформа дистанційного навчання Moodle.</p> <p>Програмне забезпечення: Скарб освіта (електронний банк) (ліцензій - 15) АФІНА - Бухгалтерія (ліцензій - 16) АФІНА - Заробітна плата (ліцензій - 16) АФІНА - Торгівля та Склад (ліцензій - 16) ПАРУС - Бухгалтерія (ліцензій - 16) ПАРУС - Заробітна плата (ліцензій - 16) ПАРУС - Торговля и Склад (ліцензій - 16) ConceptDraw Office (ліцензій - 22) gretl version 1.9.9 (ліцензій - 21) CurveExpert (ліцензій - 13) MD Declaration 2.270 (ліцензій - 13) MDO Office (ліцензій - 13) MD Form (ліцензій - 13) Balanced (ліцензій - 22) Minitab 18 (ліцензій - 22) Oracle Crystal Ball (ліцензій - 22) Google Earth Pro (ліцензій - 15) GoTo Assist Corporate (ліцензій - 15) STATISTICA 12.5.192.5 64-bit (ліцензій - 15) ПАРУС - Менеджмент и Маркетинг (ліцензій - 15) ПАРУС - Отель (ліцензій - 15) ПАРУС - Ресторан (ліцензій - 15)</p>
Науковий текст	навчальна дисципліна	ОК 4. Науковий текст.pdf	m2RS7MA0uzk7JfetSby3stAmbBuYbr5cdXMu5iwJ/E0=	Комп'ютери: 20 (рік введення в експлуатацію 2009 р., рік останнього ремонту 2020).

				<p>Конфігурація ПК: Intel Celeron 2,8 GHz 504 MbDDR400 HDD 80 Gb Корпоративна платформа дистанційного навчання Moodle.</p> <p>Програмне забезпечення: М.Е. Дос (ліцензій 20)</p>
Філософський світогляд XXI століття	навчальна дисципліна	ОК 3. Філософський світогляд XXI століття.pdf	nFZCvk+ucpDZTnr+qK1wzHzSYmeazYapOYIPP2mvh6w=	<p>Комп'ютери: 18 (рік введення в експлуатацію 2008 р.). Конфігурація ПК: Intel Atom, 1600 MHz Intel Little Falls D945GCLF 1024 МБ DDR2 DIMM Intel(R) 82945G Express Chipset Family (64 МБ) Hitachi HDT721016SLA380 (160 ГБ, 7200 RPM, SATA-II)</p> <p>Програмне забезпечення: Тестова база</p>
Іноземна мова академічного спілкування	навчальна дисципліна	ОК 2. Іноземна мова академічного спілкування.pdf	UB2NC9dZ5A24gFdVzACjup1PN4j2/OaK+fbpQt8/hao=	<p>Комп'ютери: 24 (рік введення в експлуатацію 2017 р.). Конфігурація ПК: QuadCore Intel Core i5-3340, 3200 MHz (32 x 100) ECS H61H-G11 2 ГБ DDR3-1333 + 2 ГБ DDR3-1333 Intel HD Graphics 2500 TOSHIBA DT01ACA100 (1 ТБ, 7200 RPM, SATA-III)</p> <p>Комп'ютери: 14 (рік введення в експлуатацію - 2009, рік останнього ремонту 2018) Конфігурація ПК: Intel Atom, 1600 MHz Intel Little Falls D945GCLF 2037 МБ DDR2 DIMM Intel(R) 82945G Express Chipset Family (64 МБ) Hitachi HDT721016SLA380 (160 ГБ, 7200 RPM, SATA-II)</p> <p>Комп'ютери: 16 (рік введення в експлуатацію - 2010, рік останнього ремонту 2017). Конфігурація ПК: DualCoreIntelCore 2 DuoE7300, 2666 MHz MSIG31TM-P21 (MS-7529) 2 ГБ DDR2-800 DDR2, 2 ГБ DDR2-800 DDR2 ATIRadeonHD 4300/4500 Series (512 МБ) WDCWD5000AAKS-00V1A0 ATADevice (500 ГБ, 7200 RPM, SATA-II)</p> <p>Комп'ютери: 14 (рік введення в експлуатацію - 2018). Конфігурація ПК: DualCore Intel Celeron G3930, 2900 MHz Intel Sunrise Point H110 (Unknown Motherboard) 4 ГБ DDR4-2133 Intel(R) HD Graphics 610 (1 ГБ) TOSHIBA DT01ACA050 (500 ГБ, 7200 RPM, SATA-III). Корпоративна платформа дистанційного навчання Moodle.</p> <p>Програмне забезпечення: SketchUp 2017 (ліцензій 24) SnetclassV8.3 (ліцензій 24)</p> <p>EuroTalkMovieTalk (ліцензій - 44)</p>
Наукові семінари (Брендинг в системі маркетингу)	навчальна дисципліна	ОК 10. Брендінг в системі маркетингу.pdf	fBDdndvAkxJl6mhWCCgCAHRfKXXorCwkd+GQ1fpAI6hQ=	<p>Комп'ютери: 15 (рік введення в експлуатацію - 2016, рік останнього ремонту 2019). Конфігурація ПК: QuadCore Intel Core i5-6500, 3600 MHz Asus H110M-R 8 ГБ DDR4-2133 Intel(R) HD Graphics 530 (1 ГБ) TOSHIBA DT01ACA050 (500 ГБ, 7200 RPM, SATA-III)</p> <p>Бібліотека (www.lib.knteu.kiev.ua). Корпоративна платформа дистанційного навчання Moodle.</p> <p>Програмне забезпечення: Microsoft Windows 10 Home Single Language x64(ліцензій - 15) 360 Total Security(ліцензій - 15) 7-Zip 16.02(ліцензій - 15) ABBYY FineReader 12 Professional(ліцензій - 15) ACDSee Pro 7(ліцензій - 15) Adobe AIR(ліцензій - 15) Adobe Master Collection CC 2017 Plus(ліцензій - 15) Adobe Reader XI (11.0.10)(ліцензій - 15) AIMP(ліцензій - 15) Autodesk 3ds Max 2017(ліцензій - 15)</p>

				<p>CorelDRAW Graphics Suite X7(ліцензій - 15) Foxit Reader 7.1.3.320(ліцензій - 15) Google Chrome(ліцензій - 15) Google Web Designer (ліцензій - 15) IBM SPSS Statistics 22(ліцензій - 15) Metro Style icon Studio(ліцензій - 15) Microsoft Office Standard 2016(ліцензій - 15) Mozilla Firefox(ліцензій - 15) MPC-BE x64 1.5.0.2235(ліцензій - 15) Radmin Server 3.5(ліцензій - 15) STATISTICA 12.5.192.5(ліцензій - 15) STATNOVAPDF (novaPDF 7.7 printer) (ліцензій - 15) WinRAR 5.40(ліцензій - 15)</p>
--	--	--	--	--

* 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

ID викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування
35586	Лагутін Василь Дмитрович	Завідувач кафедри			0	Сучасні економічні теорії	<p>Структурний підрозділ: кафедра економічної теорії та конкурентної політики Кваліфікація: Професор кафедри економіки та менеджменту, 1996 р. Доктор економічних наук за спеціальністю 08.01.01 «Економічна теорія», 1993 р. Спеціаліст Київський ордена Леніна державний університет ім. Т.Г. Шевченка, 1978 р., спеціальність «Політична економія», кваліфікація «Економіст, викладач політичної економії» Стаж науково-педагогічної роботи: 41 рік Підпункти п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.2: 1. Lagutin V.D. Domestic market of Ukraine in an unstable global economy / V.D. Lagutin // Herald of Kyiv national university of trade and economics. – 2014. – № 6. – С. 3-11. 2. Лагутін В.Д. Монополія та конкурентна політика: політико-економічні проблеми / В.Д. Лагутін // Економічна теорія. – 2015. – №4. С. 89-98. 3. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституціональна трансформація / В.Д. Лагутін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 432 с. 4. Лагутін В.Д. Конкурентна політика держави: механізм реалізації / В.Д. Лагутін // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2016. – №4. – С. 22-37. 5. Лагутін В.Д. Внутрішня торгівля України / В.Д. Лагутін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 864 с. 6. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок України в умовах дисбалансів між виробництвом і споживанням / В.Д. Лагутін // Економіка України. – 2016. – №4. – С. 4-18. 7. Лагутін В.Д. Економічні ефекти державного регулювання валютного ринку / В.Д. Лагутін, О.М. Журба // Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки», 2017. – № 2. – С. 37-45 (0,6 ум. др. арк). 8. Лагутін В.Д. Економічна політика держави та ефекти її реалізації / В.Д. Лагутін // Вісник КНТЕУ, 2017. – № 4. – С. 5-20. 9. Лагутін В.Д. Соціально-економічні ефекти реалізації антикорупційної політики / В.Д. Лагутін, Н.В. Петренко // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту, 2017, Випуск 17. – С. 45-53 (0,8 ум. др. арк). 10. Лагутін В.Д. Стабільність суспільного розвитку: досвід міждисциплінарного дослідження / В.Д. Лагутін // Економічна теорія.</p>

- 2017. - № 2. - С. 5-19.
11. Лагутін В.Д. Ефекти державного регулювання. Економіка в умовах євроінтеграції України / В.Д. Лагутін // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. - 2017. - № 6. - С. 5-23.
12. Лагутін В.Д. Економічна політика держави та ефекти її реалізації/ В.Д. Лагутін // Вісник КНТЕУ, 2017. - № 4. - С. 5-20 (1,0 ум. др. арк.)
13. Лагутін В.Д. Інституційна природа суспільної стабільності в Україні // Економічна теорія та право: зб. наук. пр. - Харків: Право, 2018. - № 1. - С. 23-37. п.п.3:
1. Державне антимонопольне регулювання: підручник / Лагутін В.Д., Боровик Ю.І., Вертелева О.В., Герасименко А.Г. та ін.; за ред. В.Д. Лагутіна. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. - 480 с. (особистий внесок - розділи 1, 4.4, 10.4, 11.1, 11.3, 13.1, 13.2.)
2. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституціональна трансформація / В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, А.Г. Герасименко та ін. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. - 432 с. (особистий внесок складає розд. 1, 2.2, 3.2, 4.1, 4.3, 5.2, 6.2, 6.3, 9.2, 9.3)
3. Управління у сфері економічної конкуренції. Том 1. Навчальний посібник / Лагутін В.Д., Герасименко А.Г., Головка Л.С. За заг. ред. д-ра, екон. наук А.Г. Герасименко. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. - 448 с. (особистий внесок складає розд. 1)
4. Економічна теорія: підручник / В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, Т.А. Щербакова та ін.; за заг. ред. В.Д. Лагутіна. - Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. - 608 с. - С. 155-324, 392-435. (3 ум. др. арк.). п.п.4:
1. Гуменюк В.В. (докторант) «Державне регулювання ринку курортно-рекреаційних послуг» (2017 р. КНТЕУ).
2. Львіна А.О. «Державне регулювання інвестиційного процесу в Україні» (2017 р. КНТЕУ).
3. Іванова Г.Н. «Формування інфраструктури ринку споживчих товарів» (2015 р. Університет «Україна»)).
4. Лазебна І.В. «Державне регулювання ринку споживчих товарів в Україні» (2015 р. КНТЕУ).
5. Ясько Ю.І. «Конкурентна політика держави в системі державного регулювання економіки» (2015 р. КНТЕУ).
6. Боровик Ю.І. «Регулювання природних монополій в національній економіці» (2012 р. КНТЕУ). п.п.8:
1. Науковий керівник науково-дослідної теми «Структурно-інституціональна трансформація внутрішнього ринку і торгівлі у посткризовий період розвитку національної економіки» (номер державної реєстрації 0111U000937).
2. Відповідальний виконавець науково-дослідної теми «Парадигмальні та концептуальні зрушення в економічній теорії XXI століття» (номер державної реєстрації 0118U000126);
3. Член редакційної колегії журналів «Вісник КНТЕУ», «Економічна теорія». п.п.10:
Завідувач кафедри економічної теорії та конкурентної політики - випускна щодо підготовки здобувачів вищої освіти спеціалізація «Управління в сфері економічної конкуренції». п.п.11:
1. Голова спеціалізованої вченої ради К 26.055.05 КНТЕУ.
2. Член спеціалізованої вченої ради Д 26.055.01 КНТЕУ. п.п.13:
1. Управління у сфері економічної конкуренції. Том 1. Навчальний посібник / Лагутін В.Д., Герасименко А.Г., Головка Л.С. За

						заг. ред. д-ра, екон. наук А.Г. Герасименко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 448 с. 2. Макроекономіка. Опорний конспект лекцій / Лагутін В.Д., Соколовська І.П., Уманців Ю.М. – К.: КНТЕУ, 2018. – 103 с.
47455	Латигіна Алла Григорівна	Завідувач кафедри			0	Іноземна мова за професійним спрямуванням Структурний підрозділ: кафедра іноземної філології та перекладу Кваліфікація: Доцент кафедри іноземних мов, 1997 р., Спеціаліст Київський ордена Леніна державний університет ім. Т.Г. Шевченка, 1973 р. спеціальність «Романо-германські мови і література», кваліфікація «Філолог, викладач англійської мови» Стаж науково-педагогічної роботи: 40 років п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.3: 1. Basic English of Economics: підр. для студ. вищ. навч. закл.: А.Г. Латигіна. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – 2013. – 459 с. (з грифом МОНУ Лист № 1/11-8126 від 13.05.2013 (власний внесок – 28 друк. арк). 2. Mastering Business English for Customs Officers: Навч. посіб. (з грифом МОН) / Латигіна А.Г., Бербенек Л.І., Зоценко Л.А. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 3. Essential English for Psychologists: Навч. посіб./ Латигіна А.Г., Буленок С.М. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. п.п.7: Член робочої групи з розроблення стандартів вищої освіти України зі спеціальності «Філологія» спеціалізації «Германські мови та літератури (переклад включно)» п.п.10: 1. Участь у складі оргкомітету з підготовки та проведення літературно-мистецького заходу «Шекспірівські читання» 2. Участь у складі оргкомітету з підготовки та проведення літературного проекту «Роберт Бернс – поетичний геній шотландського народу» 3. Участь у складі оргкомітету з підготовки та проведення літературно-мистецького заходу «Муза струн душі». 4.Завідувач кафедри іноземної філології та перекладу п.п.13: 1. Ділова іноземна мова (англійська). Збірник текстів та завдань для самостійної роботи студентів / Латигіна А.Г., Тютченко Е.П. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 2. Методичні рекомендації для навчання англомовної академічної комунікації здобувачів ОС «Доктор філософії» (у співавторстві з Бербенек Л.І.) – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2017. 3. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Міжнародний протокол та етикет», спеціальність «Філологія», ОС «бакалавр» – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2017.
32988	Морозов Андрій Юрійович	Професор			0	Філософський світогляд XXI століття Структурний підрозділ: кафедра філософії, соціології та політології Кваліфікація: Доцент кафедри мистецтвознавства та експертизи, 2014 р. Доктор філософських наук за спеціальністю 09.00.07 «Етика», 2015 р. Магістр Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2003 р., спеціальність «Філософія», кваліфікація «Магістр філософії, викладач філософських дисциплін» Стаж науково-педагогічної роботи: 16 років Підпункти п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.2: 1. Морозов А. Ю. Етико-метафізичні аспекти інтуїтивного морального досвіду / Totallogy-XXI.

						<p>Постнеокласичні дослідження. № 29. – К., ЦГО НАН України, 2013. – С. 259-274.</p> <p>2. Морозов А.Ю. Деякі моральні особливості домодерного світосприйняття. // Вісник Прикарпатського університету. Філософські та психологічні науки. Вип. 20. – Івано-Франківськ, 2016. – С. 16-22.</p> <p>3. Морозов А.Ю. Подив, вдячність, благоговіння: моральні та онтологічні виміри // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2016. – №2 (106). – С. 75-86.</p> <p>4. Морозов А.Ю. Трансцендентність «Я»: етичні, метафізичні та богословські ракурси // Вісник Національного Авіаційного Університету. Філософія. Культурологія. Зб. наук. праць. № 1 (13). – К., НАУ, 2011. – С. 50-55.</p> <p>5. Морозов А.Ю. Морально-релігійні мотиви в творчості Дж.Р. Толкієна: культурний контекст (англ. мовою) // Українські культурологічні студії. – 2017. – № 1 (1). – С. 60-65.</p> <p>6. Морозов А.Ю. Моральні виклики та метафізичні відповіді // Вісник КНТЕУ. – 2017 р. – №2. п.п.3:</p> <p>Морозов А. Ю. Інтуїція в пошуках добра : [Монографія]. / А. Ю. Морозов. – К.: Логос, 2013. – 406 с. п.п.8:</p> <p>Член редакційної колегії фахових видань України: «Вісник КНТЕУ» та «Ноосфера і цивілізація» п.п.12:</p> <p>Диплом доктора філософських наук (2015 рік)</p>
47455	Латигіна Алла Григорівна	Завідувач кафедри		0	Іноземна мова академічного спілкування	<p>Структурний підрозділ: кафедра іноземної філології та перекладу</p> <p>Кваліфікація: Доцент кафедри іноземних мов, 1997 р., Спеціаліст</p> <p>Київський ордена Леніна державний університет ім. Т.Г. Шевченка, 1973 р.</p> <p>спеціальність «Романо-германські мови і література», кваліфікація «Філолог, викладач англійської мови»</p> <p>Стаж науково-педагогічної роботи: 40 років</p> <p>Підпункти п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.3:</p> <p>1. Basic English of Economics: підр. для студ. вищ. навч. закл.: А.Г. Латигіна. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – 2013. – 459 с. (з грифом МОНУ Лист № 1/11-8126 від 13.05.2013 (власний внесок – 28 друк. арк).</p> <p>2. Mastering Business English for Customs Officers: Навч. посіб. (з грифом МОН) / Латигіна А.Г., Бербенєць Л.І., Зощенко Л.А. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014.</p> <p>3. Essential English for Psychologists: Навч. посіб./ Латигіна А.Г., Буленок С.М. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. п.п.7:</p> <p>Член робочої групи з розроблення стандартів вищої освіти України зі спеціальності «Філологія» спеціалізації «Германські мови та літератури (переклад включно)» п.п.10:</p> <p>1. Участь у складі оргкомітету з підготовки та проведення літературно-мистецького заходу «Шекспірівські читання»</p> <p>2. Участь у складі оргкомітету з підготовки та проведення літературного проєкту «Роберт Бернс – поетичний геній шотландського народу»</p> <p>3. Участь у складі оргкомітету з підготовки та проведення літературно-мистецького заходу «Муза струн душі».</p> <p>4.Завідувач кафедри іноземної філології та перекладу п.п.13:</p> <p>1. Ділова іноземна мова (англійська). Збірник текстів та завдань для самостійної роботи студентів / Латигіна А.Г., Тютченко Е.П. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015.</p>

						2. Методичні рекомендації для навчання англomовної академічної комунікації здобувачів ОС «Доктор філософії» (у співавторстві з Бербенєць Л.І.) – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2017. 3. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Міжнародний протокол та етикет», спеціальність «Філологія», ОС «бакалавр» – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2017.
105583	Бланк Ігор Олександрович	Професор			0	<p>Методологія наукових досліджень</p> <p>Структурний підрозділ: кафедра економіки та фінансів підприємства Кваліфікація: Професор кафедри економіки торгівлі, 1992 р. Доктор економічних наук за спеціальністю 08.07.05 «Економіка торгівлі та послуг», 1991 р. Спеціаліст Львівський торгово-економічний інститут, 1959 р., спеціальність «Економіка торгівлі», кваліфікація «Економіст» Стаж науково-педагогічної роботи: 54 роки Підпункти п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.3: 1. Бланк І.А. Управление финансовыми ресурсами. – М.: Омега-Л., 2010. 2. Бланк І.А. Основы финансового менеджмента: в 2-х томах. – М.: Омега-Л, 2011. 3. Бланк І.О., Ситник Г.В. Управление финансами підприємств : підр. – К.: КНТЕУ, 2006. 4. Бланк І.О., Ситник Г.В. Управление финансами підприємств і об'єднань: навч.пос. – К.: КНТЕУ, 2006. 5. Бланк І.О., Ситник Г.В., Андрієць В.С. Управление финансами підприємств : підр. – К.: КНТЕУ, 2017. п.п.4: 1. Докієнко Л.М., 2003. 2. Демченко О.В., 2004. 3. Павлюк Т.В., 2017. п.п.8: 1. Член редакційної колегії наукового фахового журналу «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право». 2. Член редакційної колегії наукового фахового журналу «Вісник КНТЕУ». 3. Керівник НДР «Фінансове забезпечення розвитку підприємств України» (2008-2011). п.п.10: Керівник науково-методичного семінару кафедри економіки та фінансів підприємства. п.п.11: 1) Блакита Г.В. (на здобуття н.с. д.е.н.), 2011 р. 2) Баліцька В.В. (на здобуття н.с. д.е.н), 2008 р. 3) Член спеціалізованої вченої ради КНТЕУ: Д 26.055.01 до 2019 року п.п.13: 1. Бланк І.О. Методологія наукових досліджень. – К.: КНТЕУ, 2016. – 20 с. 2. Бланк І.О., Блакита Г.В., Ситник Г.В., Нагорнюк О.В., Андрієць В.С. Фінансовий менеджмент : ОКЛ. – К.:КНТЕУ, 2018. 3. Бланк І.О., Ситник Г.В., Андрієць В.С. Управление финансами підприємств та об'єднань : Програма та робоча програма.– К.:КНТЕУ, 2014. 4. Бланк І.О., Ситник Г.В. Корпоративні фінанси : Програма.– К.:КНТЕУ, 2017. 5. Бланк І.О., Ситник Г.В., Андрієць В.С. Корпоративні фінанси : Робоча програма. – К.:КНТЕУ, 2018. п.п.18: -Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємств; -ТОВ «Баядера».</p>
112304	Головня Юлія Ігорівна	Доцент			0	<p>Педагогіка вищої освіти</p> <p>Структурний підрозділ: кафедра публічного управління та адміністрування Кваліфікація: Доцент кафедри міжнародної економіки, 2013 р. Кандидат економічних наук за</p>

спеціальністю 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка», 2011 р.
Магістр
Київський Національний економічний університет імені Тараса Шевченка, 2000 р., спеціальність «Економічна і соціальна географія», кваліфікація «Магістр економічної і соціальної географії, соціо-економіко-географ, менеджер регіонального розвитку, викладач»
Спеціаліст
Східно-європейський університет економіки і менеджменту, 2010 р., спеціальність «Економіка підприємства», кваліфікація «Економіст»
Стаж науково-педагогічної роботи: 19 років
Підпункти п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:
п.п.1:
Yuliia Holovnia, Ganna Kotsiurubenko, Mykola Husiatynskyi, Iryna Martyniuk. Methodology for Determining the Factors that Affect the Current State of Implementation of Investment Strategies in Public Administration // International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT) ISSN: 2249 – 8958, Volume-8 Issue-6, August 2019, pp. 4484-4487 – Scopus
п.п.2:
1. Головня Ю.І. Конкурентне позиціонування регіонів у просторовому розвитку України / Ю.І. Головня// Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: Збірник наукових праць. – Маріуполь: ДВНЗ «ПДТУ», 2015. – Вип. 2, Т. 2. – С. 294-298. (Google Scholar, РІНЦ, Index Copernicus)
2. Головня Ю.І. Принципи позиціонування регіону в системі просторового розвитку/ Ю.І. Головня// Вісник Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2015. – № 40. – С. 78-89. (Google Scholar, РІНЦ, Index Copernicus).
3. Головня Ю.І. Соціальна інфраструктура регіону: еволюція поняття в контексті сучасних економічних змін / Ю.І. Головня // Вісник Черкаського університету (Серія: Економічні науки). – 2017. – № 4 (Частина 2). – С.24-28. (фахове видання, Scholar Google)
4. Головня Ю.І. Соціальна інфраструктура у формуванні туристичного бренду Полтавщини/ Ю.І. Головня// Інфраструктура ринку. – 2017. – № 9. – С. 112-117. (фахове видання, Index Copernicus)
5. Головня Ю.І., Ільченко В.М., Трубей О.М. Екологічний брендинг в умовах сталого розвитку економіки. Ефективна економіка. – 2019. – № 8. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7224> (фахове видання, Index Copernicus)
п.п.3:
1. Зовнішня торгівля України: ХХІ ст.: монографія: / А.А. Мазаракі / Мазаракі А.А., Т.М Мельник, Л.П. Кудирко, К.І. Ладиченко, Ю.І. Головня, Дугінець Г.В., Дьяченко О.В. [та ін.]; за заг.ред.: А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. – 700 с. (особистий внесок – 0,8 д.а.)
2. Golovnya Y.I. Small and Medium Business: Regional Aspect/ Ukrainian economy growth imperatives : Monograph / edited by Anatolii A. Mazaraki. – Prague : Coretex CZ SE, 2018. – 310 p. P. 126-142.
4. Головня Ю.І. Стан та особливості розвитку малого та середнього бізнесу в Україні у вимірі євроінтеграційних пріоритетів // Євроінтеграційні пріоритети національного бізнесу: монографія; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2018. – 660 с. (особистий внесок – 0,7 д.а.)
п.п.10:
Заступник декана ФЕМП з навчальної роботи (2005-2012 р.р.)
Заступник керівника Вищої школи педагогічної майстерності КНТЕУ

						<p>п.п.11: Офіційний опонент здобувачів Пригодюк О.М., Рогової О.В., Денисенка С.А., Олініченко І.В., Пепчука С.М., Бахматюка О.Р. тощо. Член спеціалізованої ради К 26.055.06 (КНТЕУ)</p> <p>п.п.13: 1. Головня Ю.І. Збірник задач з дисципліни «Просторова економіка», КНТЕУ, 2018. 2. Головня Ю.І. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Просторова економіка», КНТЕУ, 2017. 3. Головня Ю.І. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів з дисципліни «Міжнародний екологічний менеджмент», КНТЕУ, 2017.</p> <p>п.п.14: 1. II місце на I Всеукраїнському економічному турнірі у м. Рівне (Шуль Валерія, Куцай Юлія, Приходько Карина) 2019. 2. I місце на Всеукраїнській студентській олімпіаді з науки «Регіональна економіка» (Дудка Валерія) 2018. 3. Член журі Всеукраїнської студентської олімпіади з науки «Регіональна економіка» (2011-2018)</p> <p>п.п.16 Член Всеукраїнської спілки вчених-економістів.</p>
306186	Семенець Олена Олександрівна	Професор			0	<p>Науковий текст</p> <p>Структурний підрозділ: кафедра журналістики та реклами Кваліфікація: Професор кафедри видавничої справи та редагування, 2008 р. Доктор філологічних наук за спеціальністю 10.02.01 «Українська мова», 2006 р. Спеціаліст Кіровоградський державний педагогічний інститут ім. О. С.Пушкіна, 1984 р., Спеціальність «Російська мова і література», кваліфікація «Вчитель російської мови і літератури» Стаж науково-педагогічної роботи: 28 років Підпункти п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.2: 1. Синергетичні аспекти формування медійних дискурсивних практик // Нова філологія : 36. наук. праць. - Запоріжжя : ЗНУ, 2018. - № 73. - С. 122-129. 2. Публічна історія у фаховій журналістській освіті (на прикладі міста Запоріжжя) // Наукові записки Інституту журналістики. - Т. 2 (71). - 2018. - С. 21-31. 3. Проблеми ідентичності журналіста і аудиторії в сучасних соціальних комунікаціях // Вісник Львівського університету. - Серія Журналістика. - Вип. 39. - Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. - С. 103-108. 4. «Дискурсивна людина» в сучасних соціальних комунікаціях // Вісник Одеського національного університету. Серія: Філологія. - Том 19. Вип. 4 (10). - Одеса : ОНУ, 2014. - С. 183-187. 5. Проблема цілісності індивідуальної свідомості в дискурсивних практиках мас-медіа // Нова філологія : 36. наук. праць. - Запоріжжя : ЗНУ, 2014. - № 64. - С. 250-253. 6. Public history through the eyes of future media professionals // Média a vzdělávání 2018 - Media & Education 2018 : Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference - Reviewed Papers of the International Scientific Conference / Ed. Jan Chromý. - Praha : Extrasystem Praha, 2018. - P. 201-204. 7. Дискурс міста, енактивоване пізнання та фахова підготовка журналістів // VIII. Internationale virtuelle Konferenz der Ukrainistik «Dialog der Sprachen - Dialog der Kulturen. Die Ukraine aus globaler Sicht». Bd. 2017 / Herausgegeben von Olena Novikova und Ulrich Schweier. München : Verlag readbox unipress Open Access LMU, 2018. - S. 467-474.</p>

8. Медиаобразовательный сайт как интеграционный ресурс в становлении гражданского общества // Медиафера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве [Электронный ресурс] : сборник статей / М во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венидиктов (отв. ред.) [и др.]. – Могилев : Могилев. институт МВД, 2017. – С. 192-198.

9. Project-Based Learning in Students' Media Education // Média a vzdělávání 2016 – Media & Education 2016 : Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference – Reviewed Papers of the International Scientific Conference / Ed. Jan Chromý. – Praha : Extrasystem Praha, 2016. – P. 105-109.

10. (IN)DIVIDUUM: екологія цілісної особистості у світі медіа // Діалог мов – діалог культур. Україна і світ : Щорічний наук. збірник Шостої міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції з україністики / Під ред. Олени Новікової, Петра Гількеса, Ульріха Шваера. – Вип. 2015. – München – Dortmund : readbox unipress – readbox publishing gmbh Open Publishing LMU, 2016. – С. 477-488.

п.п.3:

1. Лінгвосинергетика : підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів / Л. С. Піхтовнікова, Т. І. Домброван, С. М. Єнікєєва, О. О. Семенець; за загальною редакцією проф. Л. С. Піхтовнікової. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. – 296 с. (особистий внесок автора – 4,5 д.а.)

2. Методологія досліджень мас-медіа : робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьової. – Запоріжжя : ЗНУ, 2017. – 156 с. (особистий внесок автора – 1,4 д.а.)

3. Основи медіакультури : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра всіх напрямів підготовки / За заг. ред. В. М. Манакіна ; відп. ред. О. О. Семенець. – Запоріжжя : Кераміст, 2016. – 124 с. (особистий внесок автора – 0,7 д.а.)

4. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень : монографія / за загал. наук. ред. В. В. Березенко, М. А. Лепського, О. О. Семенець ; відп. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьова. – Запоріжжя : Кераміст, 2017. – 309 с. (особистий внесок автора – 0,7 д.а.)

5. Прикладні соціально-комунікаційні технології: теорія та практика : монографія / За заг. ред. В. М. Манакіна; відп. ред. В. В. Березенко, О. О. Семенець. – Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. – 332 с. (особистий внесок автора – 0,7 д.а.)

6. Синергетика в філологічних дослідженнях : Монографія / Под общ. ред. проф. Л. С. Піхтовніковой. – Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2015. – 340 с. (особистий внесок автора – 1,6 д.а.)

п.п.4:

П'ять захищених кандидатських дисертацій (2004 – 2012), спец. 10.02.01 – українська мова:

1. Пикалюк Р. В. Синергетика модальностей мовно-системної організації художньої прози Івана Багряного: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова / Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара. – Дніпропетровськ, 2012. – 20 с.

2. Криворученко С. В. Дискурсна модальна семантика малої прози Володимира Дрозда: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова / Національний

авіаційний університет. – Київ, 2011. – 20 с.

3. Шабуніна В. В. Засоби діалогічної організації науково-навчальних текстів технічної галузі в сучасній українській мові: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова / Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара. – Дніпропетровськ, 2010. – 20 с.

4. Кравченко О. В. Мовно-філософські аспекти вербалізації часу і простору в історичних романах Павла Загребельного: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова / Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка. – Кіровоград, 2010. – 20 с.

5. Желтоногова Т. В. Заголовок як компонент структури українського поетичного тексту: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова / Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка. – Кіровоград, 2004. – 20 с.

Керівництво 4 аспірантами, спеціальність «Журналістика» (Запорізький національний університет, з 2016 р.)

п.п.7:

Акредитаційна комісія:

1. магістратура з освітньо-професійної програми «Рекламні та PR-комунікації», Українська академія друкарства, м. Львів (2018)
2. магістратура з напрямку підготовки «Зв'язки з громадськістю», Києво-Могилянська академія (2017)
3. бакалаври з напрямку підготовки «Видавнича справа та редагування», Київський університет імені Бориса Грінченка (2016)
4. ОКР «Молодший спеціаліст» спеціальність «Видавнича справа та редагування», Лисичанський педагогічний коледж (2016).

п.п.8:

Член редколегії фахових видань:

1. «Вісник Запорізького національного університету» (Серія: Філологічні науки) 2014–2019
2. «Нова філологія : Збірник наукових праць», Запорізький національний університет 2016–2019

п.п.10:

1. Завідувач кафедри теорії комунікації, реклами та зв'язків із громадськістю, Запорізький національний університет (2013–2018)
2. Завідувач кафедри видавничої справи та редагування, Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка (2007–2012)

п.п.11:

Член спеціалізованої вченої ради К 17.051.02 у Запорізькому національному університеті (2014–2018)

Офіційний опонент на захисті дисертацій:

1. Дроздова А. В. «Авторське редагування художнього твору в параметрах соціального простору і соціального часу: творча лабораторія Олеся Гончара» : Дис. на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій, 27.00.05 – теорія та історія видавничої справи та редагування / Класичний приватний університет, спецрада Д 17.127.05. – Запоріжжя, 21 січня 2013 р.
2. Кондратенко Н. В. «Український модерністський і постмодерністський і комунікативно-прагматичний та текстова-синтаксичний аспекти»: Дис. на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук, 10.02.01 – українська мова / Інститут української мови НАН України, спецрада Д 26.173.01. – Київ, 24 жовтня 2012 р.
3. Мініч Л. С. «Лінгвосинергетика ідіостилу Миколи

Вінграновського»: Дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, 10.02.01 – українська мова / Волинський національний університет імені Лесі Українки, спецрада К 32.051.02. – Луцьк, 30 березня 2012 р.

4. Назаренко О. М. «Реалізація категорії діалогічності в сучасному українському газетному тексті»: Дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, 10.02.01 – українська мова / Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, спецрада Д 41.051.02. – Одеса, 16 лютого 2012 р.

5. Комар О. С. «Етнокультурна парадигматика національно-маркованих мовних одиниць»: Дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, 10.02.01 – українська мова / Інститут філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, спецрада Д 26.001.19. – Київ, 28 жовтня 2009 р.

6. Вільчинська Т. П. «Розвиток концептосфери сакрального в українській поетичній мові XVII – XX ст.»: Дис. на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук, 10.02.01 – українська мова / Інститут філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, спецрада Д 26.001.19. – Київ, 29 травня 2009 р.

7. Рогальська І. І. «Флористичні концепти української мовно-художньої картини світу (на матеріалі поетичного мовлення XX ст.)»: Дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, 10.02.01 – українська мова / Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, спецрада К 41.051.02. – Одеса, 27 червня 2008 р.

п.п.14:

Робота у складі журі:

1. Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт (Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ 2018, 2019 рр.)

2. Всеукраїнська студентська олімпіада з видавничої справи та редагування (Українська академія друкарства, Львів 2013 р.)

п.п.15:

1. Конструктивна журналістика та її завдання в сучасному суспільстві // Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Буча, березень 2019 р. – К. : Міленіум, 2019. – С. 69–70.

2. Комунікаційний простір міста: медіатизація, дискурсивні практики // Соціально-гуманітарні науки та сучасні виклики : Матеріали ІІІ Всеукр. наук. конфер. 25–26 травня 2018 р., м. Дніпро. Ч. І. / Наук. ред. О. Ю. Висоцький. – Дніпро : СПД «Охотнік», 2018. – С. 291–292.

3. Дискурс медійної публічної історії як ресурс миротворення та консолідації суспільства // Матеріали VIII Міжнародної наукової конференції «Соціальне прогнозування та проектування майбутнього країни: світогляд миротворення» (23 березня 2018 року, м. Запоріжжя) / М.А. Лепський (гол. ред.), І.О. Кудінов (наук. ред.), ред. кол. О.А. Безрукова, Т.І. Бутченко, В.О. Скворець, Є.Г. Цокур. – Запоріжжя : КСК-Альянс, 2018. – С. 10–11.

4. Медіаосвіта, громадянське суспільство та соціальний капітал // Медіасфера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве [Электронный ресурс] : сборник статей / М во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: С. В. Венедиктов (отв. ред.) [и др.]. –

						<p>Могилев : Могилев. институт МВД, 2016. – 1 електрон. опт. диск (CD R). – Загл. с екрана. – С. 213-220.</p> <p>5. Візуальні фрактали національної самоорганізації в добу Революції Гідності // Діалог мов – діалог культур. Україна і світ : Щорічний наук. збірник П'ятої міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції з україністики / Під ред. Олени Новікової, Петра Гількеса, Ульріха Шваєра. – Вип. 2014. – München – Berlin : Verlag Otto Sagner, 2015. – С. 648-655. п.п.16:</p> <p>Член Національної спілки журналістів України. п.п.17:</p> <p>Досвід фахової підготовки студентів спеціальності «Журналістика» – 12 років (2007-2019 рр.).</p>
302819	Дубовик Тетяна Віталіївна	Професор на 0,5 ставки		0	Наукові семінари (Інтегровані маркетингові комунікації)	<p>Структурний підрозділ: кафедра журналістики та реклами</p> <p>Кваліфікація:</p> <p>Доцент кафедри маркетингу та реклами, 2011 р.</p> <p>Доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», 2015 р.</p> <p>Магістр Київський державний торговельно-економічний університет, 1998 р., спеціальність «Маркетинг», кваліфікація «Магістр з маркетингу»</p> <p>Магістр Київський національний економічний університет, 2002 р., спеціальність «Правознавство», кваліфікація «Магістр з правового регулювання економіки»</p> <p>Стаж науково-педагогічної роботи: 20 років</p> <p>Підпункти п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.1:</p> <p>1. Дубовик Т.В.Інноваційна спрямованість розвитку підприємств роздрібної торгівлі / Дубовик Т.В., Бучацька І.О. // Маркетинг і менеджмент інновацій – 2017.– № 1. – С. 223-230. (WebofScience) п.п.2:</p> <p>1. Дубовик Т.В. Методологічні підходи до класифікації інтернет-магазинів / Т.В. Дубовик // Формування ринкових відносин. – 2014. – № 5 – С. 89 –94.</p> <p>2. Дубовик Т.В. Концептуальна модель довіри споживачів до інтернет-магазинів / Т.В. Дубовик // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія «Економіка». – 2014. – № 7 (160). – С. 33–37.</p> <p>3. Дубовик Т.В. Класифікаційні ознаки Інтернет-маркетингових комунікацій / Т.В. Дубовик // Вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Випуск 9-1, частина 4. – С. 218-222.</p> <p>4. Дубовик Т.В. Лояльність споживачів в Інтернеті / Т.В. Дубовик // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2014. – No5. Том 2. – С. 57-60.</p> <p>5. Дубовик Т.В. Взаємодія груп громадськості при формуванні е-довіри / Т.В. Дубовик // Формування ринкових відносин. – 2015. – № 1 (164) – С. 88-91.</p> <p>6. Дубовик Т.В. Управління інтегрованими інтернет-маркетинговими комунікаціями підприємств / Т.В. Дубовик, В.В. Ортинська // Формування ринкових відносин. – 2015. – № 11 (174). – С. 68-71.</p> <p>7. Дубовик Т.В. Міжнародна електронна торгівля / Т.В. Дубовик, І.В. Гамова // Вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – 2018 (1). – No 1 (17). – С. 51-55.</p> <p>п.п.3:</p> <p>1. Зв'язки з громадськістю. Базовий курс : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Є.В. Ромат, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. –</p>

284 с.

2. Ділові переговори : навч. посіб. для студ. ВНЗ / І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик; МОНМС України, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2016. – 251 с.

3. Стійкий розвиток регіонів України на базі кластеризації та корпоратизації : колективна монографія / [К.Ф. Ковальчук, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик та ін.] ; під заг. ред. К.Ф. Ковальчука. – Дніпропетровськ: ІМА-прес, 2012. – 280 с. (особистий внесок полягає у дослідженні тенденцій розвитку ринку української роздрібно торгівлі на основі тенденцій впровадження інформаційних технологій, 0,43 друк. арк.).

4. Проблеми та перспективи стійкого розвитку підприємств малого та середнього бізнесу України : колективна монографія / [К.Ф. Ковальчук, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик та ін.] ; під заг. ред. К.Ф. Ковальчука. – Дніпропетровськ : ІМА-прес, 2012. – 171 с. (особистий внесок – обґрунтовано чинники, що впливають на розвиток роздрібно торгівлі в Україні, 0,4 друк. арк.).

5. Сучасні концепції, передумови та перспективи розвитку підприємств України (управлінський аспект) : колективна монографія / [К.Ф. Ковальчук, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик та ін.] ; під заг. ред. К.Ф. Ковальчука. – Донецьк : ЛАНДОН-XXI, 2012. – 344 с. (особистий внесок – надано рекомендації щодо взаємодії підприємств торгівлі та їх партнерів у сфері управління інтернет-маркетинговими комунікаціями, 0,13 друк. арк.).

6. Соціально-етичний маркетинг : монографія / [А.А. Мазаракі, Є.В. Ромат, Г. В. Алданькова та ін.] ; за ред. А. А. Мазаракі та Є. В. Ромата. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 328 с. (особистий внесок – обґрунтовано положення соціально-етичної взаємодії інтернет-маркетингових комунікацій та цільової аудиторії, 0,4 друк. арк.).

7. Социально-экономические проблемы адаптации реального сектора в современных условиях : монография. – Донецк : Ноулидж (Донецкое отделение), 2013. – 256 с. (особистий внесок – визначено основні елементи етичної інтерактивності ІпМК підприємств торгівлі, 0,5 друк. арк.).

8. Дубовик Т. В. Інтернет-маркетингові комунікації : монографія / Т. В. Дубовик. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 332 с. (одноосібно – 17,15 друк. арк.).

9. Стабілізація економіки України: новітні механізми досягнення : монографія / [Г.О. Дорошенко, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик та ін.] під заг. ред. Г.О. Дорошенко. – Дніпропетровськ, 2015. – 201 с. (Дубовик Т. В. – розділ «Вплив споживчих трендів на розвиток роздрібно торгівлі в Україні») (особистий внесок – 0,5 друк. арк.).

10. Ромат Є.В. Соціально-етичний маркетинг : монографія / Є.В. Ромат, Г.В. Алданькова, К.В. Березовик та ін.; за ред. А.А. Мазаракі та Є.В.Ромата. – Вид. 2-е, перероб. і допов. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 372 с. (особистий внесок – обґрунтовано положення соціально-етичної взаємодії інтернет-маркетингових комунікацій та цільової аудиторії, 0,4 друк. арк.).

п.п.7:
Робота у складі робочої групи з розроблення стандартів вищої освіти України.

п.п.8:
Член редакційної колегії наукового видання «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право», включеного до переліку наукових фахових видань України, член редакційної ради та рецензент статей іноземного видання «Journal of Economics&Finance System».

						<p>п.п.10: Організаційна робота у закладах освіти на посаді зав. кафедри.</p> <p>п.п.11: Участь в атестації наукових кадрів як офіційного опонента.</p> <p>п.п.14: Керівництво студентом – Яриновська К., яка зайняла призове місце на Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт.</p> <p>п.п.16: Куратор академічної групи.</p> <p>п.п.18: Наукове консультування установ.</p>
112268	Ромат Євгеній Вікторович	Завідувач кафедри			0	<p>Наукові семінари (Брендинг в системі маркетингу)</p> <p>Структурний підрозділ: кафедра маркетингу Кваліфікація: Професор кафедри маркетингу та комерційної діяльності, 2006 р. Доктор наук з державного управління за спеціальністю 25.00.02 «Механізми державного управління», 2004 р. Спеціаліст Харківський інститут громадського харчування, 1980 р., спеціальність «Економіка торгівлі», кваліфікація «Економіст» Стаж науково-педагогічної роботи: 34 роки Підпункти п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.1: 1. Romat Ye. Algorithm of Forming the Category Management in the Diy Market Segment / Ye. Romat, Yu. Biliavska // Montenegrin Journal of Economics, Vol. 14, No. 3 (2018), P. 099-112 (Scopus). 2. Romat Ye. Element «price» in the public marketing complex // Public management. — № 5 (10). — December 2017. — Kyiv : ВД Персонал, 2017. — 306 р. (Index Copernicus) 3. Romat Є. В. Маркетинг у публічному управлінні : основні підходи. — Вісник КНТЕУ. — 2016. — №4. — С. 24-30. (IndexCopernicus) 4. Romat Є. В. Реалізація інструментів маркетингу в механізмах державного управління // Публічне урядування / Є. В. Ромат, І. В. Чаплай. — 2016. — №1. — С. 15-28 (IndexCopernicus). п.п.2: 1. Romat Є.В. Основні тенденції розвитку глобального ринку реклами // Вісник КНТЕУ. — 2009. — № 3. — С. 47-53. 2. Romat Є.В. Маркетинг у публічному управлінні: основні підходи / Є.В. Ромат // Вісник КНТЕУ, 2016. — № 4. — С. 24-30. 3. Romat Є.В. Динаміка розподілів попиту споживачів та обсягів пропозицій в цінових сегментах ринку підприємств ресторанного господарства / Є. В. Ромат, Е. В. Юрчак // Інвестиції: практика і досвід. — 2017. — № 1. — С. 34-39. 4. Romat Є.В., Кашпур А.О., Романченко Т.В. Моделювання репутації підприємства засобами маркетингу // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. — 2018. — № 21. — С. 74-78. 5. Romat Є.В. Організація майбутнього в контексті еволюції менеджменту та маркетингу / Є.В. Ромат, Ю.В. Білявська // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. — 2019. — № 33. — С. 80-85. п.п.3: 1. Romat Є.В. та ін. Соціально-етичний маркетинг: моногр. / За ред. А.А. Мазаракі, Є.В. Ромата. — К. : КНТЕУ, 2013. — 540 с. 2. Romat Є. В. Соціально-етичний маркетинг : монографія / Є. В. Ромат, Г. В. Алданькова, К. В. Березовик та ін.; за ред. А. А. Мазаракі та Є.В.Ромата. — Вид. 2-е, перероб. і допов. — Київ : КНТЕУ, 2017. — 372 с. 2. Romat Є. В. Маркетинг у публічному управлінні : моногр. / Є. В. Ромат, Ю. В. Гаврилечко. — К.: КНТЕУ, 2018. — 288 с. 3. Romat Є. В. Зв'язки з громадськістю: навч. пос. / Є. В.</p>

Ромат, І. О. Бучацька, Т. В. Дубовик. – К.: КНТЕУ, 2016. – 288 с. п.п.4:

1. Яцюк Д. В. Управління рекламною діяльністю в системі брендингу на ринку продовольчих товарів. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня к.е.н., 2008 р., м. Київ, КНТЕУ.
2. Кулінич О. В. Механізми взаємодії органів державного управління та громадських організацій в реалізації молодіжної політики в Україні. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня к.держ.упр., 2009 р., м. Харків, Хар РІ НАДУ ПУ.
3. Чикусова М. В. Формування брендів торговельних посередників на ринку легкових автомобілів в Україні. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня к.е.н., 2014 р., м. Київ, КНТЕУ.
4. Ніколаєва Я. В. Формування маркетингових комунікативних стратегій підприємств на ринку послуг експрес-доставки. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня к.е.н., 2015 р., м. Київ, КНТЕУ.
5. Конопляникова М. А. Управління маркетинговою діяльністю підприємств у сфері картографічних послуг. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня к.е.н., 2016 р., м. Київ, КНТЕУ.
6. Іртлач М. О. Управління портфелем брендів телевізійної компанії. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня к.е.н., 2016 р., м. Київ, КНТЕУ.
7. Гамова І. В. Управління маркетингом підприємств у сфері роздрібної електронної торгівлі. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня к. е. н., 2016 р., м. Київ, КНТЕУ.
8. Чаплай І. В. Маркетинговий механізм у системі державного управління. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня к.держ.упр., 2016 р., м. Київ, Академія муніципального управління.
9. Федорів Т. В. Управління репутацією органів державної влади. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня доктора наук з держ.упр., 2013 р., м. Київ, НАДУ.
10. Кіслов Д. В. Розвиток системи державних маркетингових комунікацій в Україні. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня доктора наук з держ.упр., 2017 р., м. Київ, НАДУ.

п.п.7:
Член підкомісії з маркетингу Науково-методичної комісії Міністерства освіти і науки України

п.п.8:
Науковий керівник науково-дослідної теми: «Управління маркетингом підприємства роздрібною торгівлю» (№ ДР 0117U000061).

п.п.10:
Завідувач кафедри маркетингу та реклами КНТЕУ (2010-2018), завідувач кафедри маркетингу КНТЕУ (2018-по т.ч.)

п.п.11:
Голова Спеціалізованої вченої ради КНТЕУ К 26.055.07 (механізми державного управління)

п.п.13:

1. Осика В. А. Стандарт вищої освіти КНТЕУ ступеню вищої освіти «Магістр» спеціальності «Маркетинг» спеціалізації «Бренд-менеджмент» / Осика В. А., Ромат Є. В., Корж М. В., Гурджиян К. В. – К.:КНТЕУ, 2018. – 15 с.
2. Ромат Є. В. Публічні закупівлі в міжнародній торгівлі : Програма дисципліни / Ромат Є. В., Ткаченко Н. Б. – К. : КНТЕУ, 2018. – 10 с.
3. Ромат Є. В. Програма дисципліни «Бренд-стратегії» / Ромат Є. В., Лабурцева О. І., Яцишина Л.К. – К. : КНТЕУ, 2017. – 10 с.
4. Осика В.А. Стандарт вищої освіти КНТЕУ ступеню вищої освіти «бакалавр» спеціальності

						<p>«Маркетинг» спеціалізації «Маркетинг» / Осика В.А., Ромат Є.В., Ткаченко Н.Б., Гурджиян К.В. – К.:КНТЕУ, 2018.– 15 с.</p> <p>п.п.14:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Керівництво студентською командою «BeNuts», яка виборола 1 місце на Міжнародній заочній студентській предметній олімпіаді зі спеціальності «Маркетинг» під егідою Казахстанської Асоціації Маркетингу, м. Алмати, TuranUniversity, 18 березня 2019 р. (студенти Березюк В., Вишняк О., Гавриленко І.) 2. Керівництво студенткою щодо участі в II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг», м. Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 11 квітня 2019 р.:Красновид В.В., ФТМ, 1м курс, 2м гр., диплом I ступеня. 3. Керівництво студенткою щодо участі в II турі III Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за рівнями вищої освіти бакалавр, спеціаліст, магістр, м. Хмельницький, Хмельницький національний університет, 12 квітня 2019 р.:Турчина К., ФТМ, 2 к., 4м гр., диплом I ступеня. <p>п.п.15:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ромат Є.В. Роль реклами в реалізації маркетингових технологій // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 1. – С. 16-25. 2.Ромат Є.В. Социальная реклама: основные подходы и особенности // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 2-3. – С. 18-23. 3.Ромат Є.В. Образ женщины в рекламе во времена Клары Цеткин и Розы Люксембург // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 2-3. – С. 48-55. 4.Ромат Є.В. Образ женщины в рекламе 1920-х гг. // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 4. – С. 44-51. 5.Ромат Є.В. Неформальные вербальные маркетинговые коммуникации (НВМК) // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 5-6. – С. 44-51. 6.Ромат Є.В. Образ женщины в рекламе 1930-х гг. // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 5-6. – С. 48-53. 7.Ромат Є.В. Неформальные вербальные маркетинговые коммуникации (НВМК) // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 7-8. – С. 24-31. 8.Ромат Є.В. Образ женщины в рекламе 1940-х годов. – Часть 1. Женщина на войне // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 7-8. – С. 44-51. 9.Ромат Є.В. Образ женщины в рекламе 1940-х годов. Часть 2. Коммерческая реклама во время войны // Маркетинг и реклама. – 2017. – №9. – С. 44-51. 10.Ромат Є.В. Сущность и понятие системы маркетинговых коммуникаций // Маркетинг и реклама. – 2017. – № 10. – С. 32-45. <p>п.п.16:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Голова загальнонаціональної професійної громадської організації «Спілка рекламистів в Україні». 2. Голова Громадської організації «Об'єднання маркетологів України».
63284	Гуржій Анна Валеріївна	Доцент			0	<p>Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері</p> <p>Структурний підрозділ: кафедра адміністративного, фінансового та інформаційного права Кваліфікація: Доцент кафедри адміністративного, фінансового та інформаційного права, 2019 р. Кандидат юридичних наук за спеціальністю 12.00.07 «Адміністра-тивне право і процес; Фінансове право; Інформаційне право», 2014 р. Магістр Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університета, 2018 р.</p>

Спеціаліст
Дніпропетровський державний
університет внутрішніх справ,
2012 р.,
спеціальність «Правознавство»,
кваліфікація «Юрист»
Стаж науково-педагогічної
роботи: 6 років
Підпункти п.30 Ліцензійних умов
провадження освітньої діяльності:
п.п.1:
1. Gurzhii A. Public Administration of
Personal Data Protection in Modern
Ukraine / T. Gurzhii, A. Gurzhii, V.
Seliukov // Politické vedy. – 2018. –
№ 2. – P. 138-158. (Web of Science)
2. Gurzhii A. Leading approaches to
modernization of state financial
control: a case of Ukraine / Novikova
N., Deshko L., Gurzhii A. //
Proceedings of the 2nd International
Conference on Social, Economic and
Academic Leadership (ICSEAL 2018).
Prague: Prague Institute for
Qualification Enhancement, 2018. –
P. 149-156. (Web of Science)
3. Gurzhii T. State Audits in Modern
Ukraine: Issues, Challenges,
Perspectives / T.Gurzhii, L.Deshko,
A.Gurzhii, et al. // Public Policy and
Administration. – 2019. – №2 (18).
P.281-298. (Scopus)
п.п.2:
1. Гуржій А.В. Політика безпеки
дорожнього руху: організаційно-
правові проблеми та перспективи
цілепокладання / А. В. Гуржій //
Науковий вісник Херсонського
державного університету. Серія:
«Юридичні науки». – 2014. – № 6-1.
– Т.2. – С. 141-144.
2. Гуржій А.В. Суб'єкти
провадження в справах про
порушення правил перевезення
небезпечних вантажів / А.В.Гуржій
// Науковий вісник Ужгородського
національного університету .
Серія: «Право». – 2015. – № 31. –
Т.2. – С. 117-120.
3. Гуржій А.В. Об'єкт
правопорушення як критерій
структуризації адміністративно-
деліктного законодавства / А.В.
Гуржій, Ю.О. Мельник // Юридична
наука. – 2015. – № 4. – С. 14-19.
4. Гуржій А.В. Поняття
адміністративно правової
кваліфікації / А.В. Гуржій //
Юридичний електронний
науковий журнал. – 2016. – № 2. –
С. 187-188.
5. Гуржій А.В., Вернигора В.В.
Правові аспекти вдосконалення
безпеки суб'єктів господарювання
/ А.В. Гуржій. В.В. Вернигора //
Вісник університету «Україна». –
2018. – №1. – С. 98-105.
п.п.3:
1. Розвиток національного права в
контексті Європейської інтеграції :
монографія / [Бакалінська О.В.,
Гуржій А.В., Гуржій Т.О., Дешко
Л.М.]. – Варшава : Вид-во «Erida»,
2018. – 245 с.
2. Gurzhii A. The system of public
administration in the field of personal
data protection. Development of
National Law in the Context of
Integration Into the European Legal
Space / [O. Bakalinska, A.Gurzhii, T.
Gurzhii, L. Deshko, O. Stukalenko
and others]. – Warsaw : BMT Eridia
Sp. z o.o. Wydawnictwo Erida, 2018.
– P. 203-214 (244 p.)
3. Теорія та практика здійснення
адміністративного судочинства в
Україні : навчальний посібник /
[Гуржій А.В. Гончарук С.Т., Гуржій
Т.О., Мосьондз С.О. та ін.]. –
Тернопіль : Вектор, 2016. – 352 с.
п.п.8:
Член редакційної колегії
наукового журналу «Зовнішня
торгівля: економіка, фінанси,
право» Київського національного
торговельно-економічного
університету.
п.п.13:
1) Інтелектуальна власність :
Програма та робоча програма для
студентів освітнього ступеня
«бакалавр» галузей знань: 08
«Право»; 12 «Інформаційні
технології»; 29 «Міжнародні
відносини» спеціальностей: 081
«Право»; 122«Комп'ютерні науки»;
293 «Міжнародне право». – Київ:
Видавничо-редакційний відділ
ЦПНМВ КНТЕУ, 2017. – 74 с.

						<p>2) Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері : Програма для здобувачів освітньо-наукового ступеня «доктор філософії» галузей знань: 03 «Гуманітарні науки»; 05 «Соціальні та поведінкові науки»; 07 «Управління та адміністрування»; 08 «Право»; 12 «Інформаційні технології»; 18 «Виробництво та технології»; 28 «Публічне управління та адміністрування»; 29 «Міжнародні відносини» для всіх спеціальностей. – Київ: Видавничо-редакційний відділ ЦПНМВ КНТЕУ, 2020. – 19 с.</p> <p>3) Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері ; Робоча програма для здобувачів освітньо-наукового ступеня «доктор філософії» галузей знань: 03 «Гуманітарні науки»; 05 «Соціальні та поведінкові науки»; 07 «Управління та адміністрування»; 08 «Право»; 12 «Інформаційні технології»; 18 «Виробництво та технології»; 28 «Публічне управління та адміністрування»; 29 «Міжнародні відносини» для всіх спеціальностей. – Київ: Видавничо-редакційний відділ ЦПНМВ КНТЕУ, 2020. – 17 с.</p>
--	--	--	--	--	--	--

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

Програмні результати навчання ОП	Методи навчання	Форми оцінювання
<i>Іноземна мова за професійним спрямуванням</i>		
ПРН 7. Демонструвати навички наукової комунікації, достатньої для участі в міжнародному співробітництві з широкою науковою спільнотою та громадськістю у сфері маркетингу.	Лекційні та практичні заняття, самостійна робота. Використання традиційних та інноваційних методів і технологій навчання: пояснювально-ілюстративний, проблемно-пошуковий, комунікативний методи; методи інтерактивного навчання (презентація, дискусія, моделювання ситуацій, комп'ютерні технології).	Поточний контроль: усне опитування, тестовий контроль, перевірка підготовлених презентацій і реферативних повідомлень. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 11. Презентувати результати власних наукових досліджень державною та іноземними мовами в усній та письмовій формі.	Лекційні та практичні заняття, самостійна робота. Використання традиційних та інноваційних методів і технологій навчання: пояснювально-ілюстративний, проблемно-пошуковий, комунікативний методи; методи інтерактивного навчання (презентація, дискусія, моделювання ситуацій, комп'ютерні технології).	Поточний контроль: усне опитування, тестовий контроль, перевірка підготовлених презентацій і реферативних повідомлень. Підсумковий контроль: екзамен.
<i>Наукові семінари (Інтегровані маркетингові комунікації)</i>		
ПРН 19. Управляти інтегрованими маркетинговими комунікаціями підприємств і організацій з позицій системного підходу.	Колективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 14. Застосовувати науково-педагогічні технології, формулювати зміст, цілі навчання, способи їх досягнення, форми контролю, нести відповідальність за ефективність освітнього процесу.	Колективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 11. Презентувати результати власних наукових досліджень державною та іноземною мовами в усній та письмовій формі.	Колективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 13. Демонструвати значну авторитетність, інноваційність, послідовну відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності.	Колективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 10. Формулювати та аргументувати висновки і пропозиції щодо розвитку концептуальних та методологічних знань в сфері маркетингу.	Колективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 6. Застосовувати при проведенні наукових досліджень сучасні інформаційні технології.	Колективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.

ПРН 8. Розв'язувати комплексні науково-практичні проблеми у сфері маркетингу на основі переосмислення наявних та генерації нових цілісних знань.	Коллективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 1. Демонструвати системний науковий світогляд, знання сучасних наукових теорій та концепцій у сфері маркетингу, володіння науковою термінологією.	Коллективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 2. Здійснювати критичний аналіз та узагальнення результатів наукових досліджень з метою генерування нових ідей, аналізу та синтезу цілісних знань.	Коллективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
<i>Сучасні економічні теорії</i>		
ПРН 16. Аналізувати функціонування ринків та підприємств з позицій сучасної економічної теорії.	Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (тематичні, проблемні) з використанням мультимедійних засобів; практичні заняття (традиційні, тренінгові завдання, виступи аспірантів з презентаціями, тестування); застосування елементів дистанційного навчання.	Поточний контроль: опитування, тестування. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 4. Вибирати та використовувати загальнонаукові та спеціальні методи наукових досліджень в сфері маркетингу.	Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (тематичні, проблемні) з використанням мультимедійних засобів; практичні заняття (традиційні, тренінгові завдання, виступи аспірантів з презентаціями, тестування); застосування елементів дистанційного навчання.	Поточний контроль: опитування, тестування. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 1. Демонструвати системний науковий світогляд, знання сучасних наукових теорій та концепцій у сфері маркетингу, володіння науковою термінологією.	Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (тематичні, проблемні) з використанням мультимедійних засобів; практичні заняття (традиційні, тренінгові завдання, виступи аспірантів з презентаціями, тестування); застосування елементів дистанційного навчання.	Поточний контроль: опитування, тестування. Підсумковий контроль: екзамен.
<i>Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері</i>		
ПРН 15. Демонструвати високий ступінь самостійності, академічної та професійної добросовісності в процесі проведення наукових досліджень, оприлюднення та впровадження їх результатів.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові / тематичні); семінарські / практичні заняття.	Поточний контроль: тестування, усне / письмове опитування, вирішення юридичних задач тощо. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 20. Використовувати в професійній діяльності основи правового забезпечення наукових досліджень, комерціалізації інтелектуальної власності.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові / тематичні); семінарські / практичні заняття.	Поточний контроль: тестування, усне / письмове опитування, вирішення юридичних задач тощо. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 12. Впроваджувати результати власних досліджень у сфері маркетингу.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові / тематичні); семінарські / практичні заняття.	Поточний контроль: тестування, усне / письмове опитування, вирішення юридичних задач тощо. Підсумковий контроль: залік.
<i>Педагогіка вищої освіти</i>		
ПРН 14. Застосовувати науково-педагогічні технології, формулювати зміст, цілі навчання, способи їх досягнення, форми контролю, нести відповідальність за ефективність освітнього процесу.	Проблемні та тематичні лекції, семінарські заняття із використанням презентацій, дискусії, роботи в малих групах тощо.	Поточний контроль: оцінювання презентацій, участі у дискусії, роботи в малих групах тощо. Підсумковий контроль: залік.
<i>Методологія наукових досліджень</i>		
ПРН 2. Здійснювати критичний аналіз та узагальнення результатів наукових досліджень з метою генерування нових ідей, аналізу та синтезу цілісних знань.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: - лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна); - семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 3. Організувати та проводити оригінальні наукові дослідження у	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування;

сфері маркетингу на сучасному фаховому рівні.	використанням інноваційних технологій: – лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна); – семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 4. Вибирати та використовувати загальнонаукові та спеціальні методи наукових досліджень в сфері маркетингу.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: – лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна); – семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 5. Демонструвати здатність до пошуку, обробки, аналізу та узагальнення інформації для проведення самостійних наукових досліджень в сфері маркетингу.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: – лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна); – семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 8. Розв'язувати комплексні науково-практичні проблеми у сфері маркетингу на основі переосмислення наявних та генерації нових цілісних знань.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: – лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна); – семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 6. Застосовувати при проведенні наукових досліджень сучасні інформаційні технології.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: – лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна); – семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 12. Впроваджувати результати власних досліджень у сфері маркетингу.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: – лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна); – семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 10. Формулювати та аргументувати висновки і пропозиції щодо розвитку концептуальних та методологічних знань в сфері маркетингу.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: – лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна); – семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 20. Використовувати в професійній діяльності основи правового забезпечення наукових досліджень, комерціалізації інтелектуальної власності.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: – лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна); – семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 17. Використовувати при проведенні наукових досліджень в сфері маркетингу міжнародну статистику.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: – лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна);	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо.

	- семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 15. Демонструвати високий ступінь самостійності, академічної та професійної добросовісності в процесі проведення наукових досліджень, оприлюднення та впровадження їх результатів.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: - лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна); - семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 13. Демонструвати значну авторитетність, інноваційність, послідовну відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності.	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: - лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / дуальна); - семінарські / практичні/ лабораторні заняття (тренінг / презентація/ дискусія / імітація / моделювання ситуацій / тренажерні завдання/ метод кейс-стаді, робота в малих групах / інше).	Поточний контроль: оцінювання участі у дискусії; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ /дайджесту / бібліографічного огляду / наукової статті / конспекту / презентації / розрахунково-аналітичної роботи тощо. Підсумковий контроль: екзамен.
<i>Науковий текст</i>		
ПРН 7. Демонструвати навички наукової комунікації, достатньої для участі в міжнародному співробітництві з широкою науковою спільнотою та громадськістю у сфері маркетингу.	Лекції, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.	Поточний контроль: аналіз текстів, написання наукових текстів, тестування, перевірка індивідуальних завдань, захист проєктів. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 9. Готувати та редагувати наукові тексти.	Лекції, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.	Поточний контроль: аналіз текстів, написання наукових текстів, тестування, перевірка індивідуальних завдань, захист проєктів. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 11. Презентувати результати власних наукових досліджень державною та іноземними мовами в усній та письмовій формі.	Лекції, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.	Поточний контроль: аналіз текстів, написання наукових текстів, тестування, перевірка індивідуальних завдань, захист проєктів. Підсумковий контроль: екзамен.
<i>Філософський світогляд XXI століття</i>		
ПРН 1. Демонструвати системний науковий світогляд, знання сучасних наукових теорій та концепцій у сфері маркетингу, володіння науковою термінологією.	Лекції, семінарські, практичні заняття, самостійна робота.	Поточний контроль: опитування, колоквиуми, тестування. Підсумковий контроль: екзамен.
ПРН 2. Здійснювати критичний аналіз та узагальнення результатів наукових досліджень з метою генерування нових ідей, аналізу та синтезу цілісних знань.	Лекції, семінарські, практичні заняття, самостійна робота.	Поточний контроль: опитування, колоквиуми, тестування. Підсумковий контроль: екзамен.
<i>Іноземна мова академічного спілкування</i>		
ПРН 7. Демонструвати навички наукової комунікації, достатньої для участі в міжнародному співробітництві з широкою науковою спільнотою та громадськістю у сфері маркетингу.	Лекційні та практичні заняття, самостійна робота. Використання традиційних та інноваційних методів і технологій навчання: пояснювально-ілюстративний, проблемно-пошуковий, комунікативний методи; методи інтерактивного навчання (презентація, дискусія, моделювання ситуацій, комп'ютерні технології).	Поточний контроль: усне опитування, тестовий контроль, перевірка підготовлених презентацій і реферативних повідомлень. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 11. Презентувати результати власних наукових досліджень державною та іноземними мовами в усній та письмовій формі.	Лекційні та практичні заняття, самостійна робота. Використання традиційних та інноваційних методів і технологій навчання: пояснювально-ілюстративний, проблемно-пошуковий, комунікативний методи; методи інтерактивного навчання (презентація, дискусія, моделювання ситуацій, комп'ютерні технології).	Поточний контроль: усне опитування, тестовий контроль, перевірка підготовлених презентацій і реферативних повідомлень. Підсумковий контроль: залік.
<i>Наукові семінари (Брендинг в системі маркетингу)</i>		
ПРН 1. Демонструвати системний науковий світогляд, знання сучасних наукових теорій та концепцій у сфері маркетингу, володіння науковою термінологією.	Колективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 2. Здійснювати критичний аналіз та узагальнення результатів наукових досліджень з метою генерування нових ідей, аналізу та синтезу цілісних знань.	Колективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 18. Формувати маркетингові механізми створення та розвитку брендів в рамках сучасної концепції брендингу.	Колективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.

	доповідей.	
ПРН 8. Розв'язувати комплексні науково-практичні проблеми у сфері маркетингу на основі переосмислення наявних та генерації нових цілісних знань.	Коллективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 10. Формулювати та аргументувати висновки і пропозиції щодо розвитку концептуальних та методологічних знань в сфері маркетингу.	Коллективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 11. Презентувати результати власних наукових досліджень державною та іноземною мовами в усній та письмовій формі.	Коллективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 13. Демонструвати значну авторитетність, інноваційність, послідовну відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності.	Коллективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 14. Застосовувати науково-педагогічні технології, формулювати зміст, цілі навчання, способи їх досягнення, форми контролю, нести відповідальність за ефективність освітнього процесу.	Коллективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.
ПРН 6. Застосовувати при проведенні наукових досліджень сучасні інформаційні технології.	Коллективне, публічне обговорення наукової інформації для розвитку мислення через дискусію; модерація дискусії керівником семінару, виступи аспірантів з доповідями, опонування доповідей.	Поточний контроль: оцінювання доповідей, опонування, участі в дискусії. Підсумковий контроль: залік.