

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Київський національний торговельно-економічний університет
Освітня програма	31896 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
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	31896
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	ОКР «молодший спеціаліст»
Термін навчання на освітній програмі	1 р. 10 міс.
Форми здобуття освіти на ОП	заочна, очна денна
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Циклова комісія економіки, управління та адміністрування
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	циклова комісія туризму та соціально-гуманітарних дисциплін
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	м.Харків, вул. Клочківська 202
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	274144
ПІБ гаранта ОП	Болотова Тетяна Миколаївна

Посада гаранта ОП	Викладач
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	partsyrynatetiana@htek.com.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(050)-302-57-77
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(068)-064-65-65

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

Спеціальність «Маркетинг» є відносно новою для України і водночас надзвичайно актуальною та важливою для розвитку її економіки. Без ґрунтовних знань сутності й принципів маркетингу практично неможливо ані розпочати, ані ефективно здійснювати підприємницьку діяльність. Робота кожної компанії починається з ретельного вивчення ринку, його споживачів, товарів та послуг, які їм пропонуються, з дослідження умов, необхідних для того, щоб діяльність підприємства була успішною. Компанія повинна вільно орієнтуватися в тому, які саме товари та послуги потрібні споживачам, які характеристики цих товарів найбільше їм підходять, точно знати, за якою ціною вони готові їх купувати тощо. І саме маркетолог на основі досліджень визначає, яким має бути товар та його особливості, якою має бути інформація про це і як її найкраще довести до потенційного споживача, яким чином товар від виробника слід доставити до вибагливого споживача відповідно до його мінливих запитів, зокрема в потрібний час і місце та в необхідній якості й кількості. Враховуючи перспективність цієї професії та те, що вона дає можливість виявляти та використовувати свої творчі здібності, успішно й надійно забезпечувати матеріальні потреби власної родини та прислужитися суспільству й компанії, все більше молодих людей серед усіх економічних спеціальностей обирають саме маркетинг.

Освітня програма «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти була розроблена викладачами циклової комісії економіки та маркетингу у 2018 році. Освітня програма складається з профілю ОП; структурно-логічної схеми; відомостей про форму атестації здобувачів вищої освіти; матриці відповідності програмних компетентностей компонентам ОП; матриці забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами ОП. У профілі ОП зазначені тип та обсяг програми, відомості про ліцензію, ступінь, що присвоюється, форма навчання, відомості про кваліфікацію, що отримують здобувачі вищої освіти, опис предметної області, академічні права випускників, цілі програми, предметна область та напрям, особливості програми, програмні компетентності, результати навчання. Структурно-логічна схема дозволяє візуально усвідомити логічність вивчення навчальних компонентів та поділяє їх за семестрами. У відомостях про форми атестації здобувачів вищої освіти, зазначений порядок проведення їх атестації. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам ОП та матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами ОП представлені у вигляді таблиць. Основною метою ОП є формування та розвиток загальних і фахових компетентностей з організації та ведення маркетингової діяльності на внутрішніх і зовнішніх ринках, визначення пріоритетних напрямів з ведення бізнесу на засадах маркетингових стратегій, здатність використання набутих знань з питань маркетингу в практичній діяльності. Для цього в ОП запропоновано комплексний підхід до здійснення діяльності в сфері освіти і науки, що реалізується через навчання та практичну підготовку. Дисципліни, включені до програми, орієнтовані на актуальні напрями, в рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра здобувача. Передумовою навчання за ОП є наявність у здобувача вищої освіти освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст».

Впровадження ОП в освітній процес засвідчило усвідомлення здобувачами освіти правильності свого професійного вибору, що виявилось у високому рівні зацікавленості освітніми компонентами програми, в реалізації права на вільний вибір навчальних дисциплін та ін.

Випуск перших здобувачів вищої освіти за ОП відбувається в поточному році і вже тоді можна буде робити обґрунтовані висновки про її переваги і недоліки.

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 році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2019 - 2020	34	27	7	0	0
2 курс	2018 - 2019	10	5	5	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 33272 Рекламний бізнес 31896 Маркетинг 27614 Маркетинг 27615 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	6554	3837
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	5050	2334
Приміщення, які використовуються на іншому праві, ніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	1503	1503
Приміщення, здані в оренду	0	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	MD5- хеш файла
Освітня програма	<i>id31896osvprogr.pdf</i>	gUpWyRt7o/NfsH34obbiEvjzx+DKYIsYg4HN4BvYPfs=
Навчальний план за ОП	<i>id31896navchplan.pdf</i>	SUKBFmAYJHzS0i+QQtoBGvcd4XXxW9I2WkaCnbV9iul=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>id31896vidguk.pdf</i>	0L2Zau2Dc9sVoZOWzwyEalhbnzFmWG/7hBN+0/dDZvM=

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Цілями ОП «Маркетинг» є формування та розвиток загальних і фахових компетентностей з організації та здійснення маркетингової діяльності на внутрішніх і зовнішніх ринках, визначення пріоритетних напрямків ведення бізнесу на засадах маркетингових стратегій, здатність використання набутих знань з питань маркетингу в практичній діяльності.

ОП «Маркетинг» є особливою, тому що дає можливість підвищувати рівень знань та навичок ефективної реалізації діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатопрофільної підготовки фахівців з планування, збору, аналізу та поширення інформації стосовно сучасних процесів розвитку підприємства. Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних маркетологів, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації в умовах зростання турбулентного середовища.

Крім того, особливості ОП «Маркетинг» полягають у ґрунтовній практичній підготовці на основі формування компетентностей маркетингової діяльності за допомогою принципів інноваційного розвитку та сучасних інформаційних технологій. Набуття компетентностей дозволяє студентам здобути вищу освіту за скороченим терміном навчання на базі освіти, отриманої за освітньо-кваліфікаційним рівнем «молодший спеціаліст» з орієнтацією на торгівельну галузь.

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

Місія ХТЕК КНТЕУ – формування нової конкурентоспроможної генерації фахівців, спроможних максимально повно використовувати свої освітні можливості для особистого успіху та суспільного добробуту в інтеркультурному просторі; створення сприятливої атмосфери для розвитку інтелектуального потенціалу викладачів, співробітників і студентів, становлення їх національної світоглядної позиції.

Стратегія розвитку ХТЕК КНТЕУ розміщена на офіційному сайті (<https://bit.ly/30PDRcD>) та передбачає закріплення провідних позицій коледжу, як інноваційно-орієнтованого закладу освіти, інтегрованого до європейського освітнього простору, спрямованого на підготовку висококваліфікованих фахівців; виховання соціально та професійно значущих якостей майбутніх фахівців. Перелік освітніх компонент ОП «Маркетинг» та їх логічна послідовність забезпечують ефективну реалізацію цілей ОП, що відповідає місії та стратегії розвитку ХТЕК КНТЕУ.

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

ХТЕК КНТЕУ, орієнтуючись на потребу у студоцентрованому підході, враховує ініціативи здобувачів вищої освіти щодо формування загальних та спеціальних компетентностей у сфері маркетингу, спрямованих на удосконалення взаємодії між суб'єктами освітнього процесу, інтеграції потреб здобувачів вищої освіти та практичного досвіду науково-педагогічних працівників. Моніторинг інтересів та пропозицій здобувачів вищої освіти надає можливість враховувати особливості студентської мотивації, саморефлексії, заохочення у студента почуття незалежності із забезпеченням підтримки з боку викладача, та реалізувати такі програмні результати навчання як формування вмінь здійснювати маркетингову діяльність та комплекс маркетингових заходів впливу на ринок і конкурентну позицію підприємства.

До формування цілей та визначення програмних результатів ОП залучалися здобувачі освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст. Серед пропозицій здобувачів освіти: посилення практичної підготовки (кейси реальних підприємств, розширення переліку баз практики) (відображено у протоколах засідань ЦК).

Враховання інтересів здобувачів вищої освіти при формуванні цілей ОП виявилось у передбаченні формування фахових компетентностей шляхом включення до ОП основних компонент, які мають інтегрований характер, використання в процесі викладання міждисциплінарних зв'язків. Також в ОП передбачена достатня кількість вибірових компонент, які складають 25 % загального обсягу ОП і є основою для формування індивідуального навчального плану здобувачів вищої освіти.

- роботодавці

Інтереси роботодавців враховані в аспекті досягнення мети навчання – підготовки кваліфікованих маркетологів, які будуть здатними до швидкої адаптації в умовах зростання турбулентного середовища. Досягнення окресленої мети забезпечується системною співпрацею з державними органами, науковими установами, бізнес-структурами, промисловістю, громадськістю щодо забезпечення їх участі у формуванні та організації освітнього процесу, наближення ОП «Маркетинг» до потреб ринку праці. Роботодавці беруть активну участь у круглих столах, що проводяться цикловою комісією економіки, управління та адміністрування. До формування цілей та визначення програмних результатів ОП «Маркетинг» залучаються роботодавці, від яких надходять пропозиції щодо удосконалення змісту освітніх компонентів, завдань програм практик, оновлення тематик курсових робіт. Обговорення з цією категорією стейкхолдерів проблем, пов'язаних зі складанням та удосконаленням ОП відбувається на засіданнях циклових комісій, де розглядаються питання коригування змісту навчальних дисциплін з урахуванням вимог ринку праці.

- академічна спільнота

Інтереси академічної спільноти враховуються при формуванні цілей ОП «Маркетинг» та програмних результатів навчання, які визначаються з врахуванням пропозицій всіх груп зацікавлених сторін й орієнтовані на глибоку спеціальну підготовку сучасних маркетологів підприємств, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасних умов ведення діяльності, працевлаштування і подальшого навчання.

До формування ОП було залучено представників академічної спільноти. Доктор економічних наук, професор Савицька Н. Л., кандидат економічних наук, доцент Василик С. К. запропонували підсилити такі елементи ОП: здатність до усної та письмової ділової комунікації іноземною мовою для спілкування у професійній сфері, здатність до моделювання поведінки організацій та споживачів з врахуванням особливостей формування комплексу маркетингу, приділення уваги процесу вироблення навичок оцінювати ефективність маркетингової діяльності, організувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю.

Інтереси академічної спільноти також враховані при впровадженні сучасних педагогічних форм і методів навчання та інноваційних освітніх технологій. Формування цілей та програмних результатів навчання ОП реалізовано зважаючи на результати (пропозиції) стажувань викладачів циклових комісій у вітчизняних та закордонних закладах вищої освіти.

- інші стейкхолдери

ХТЕК КНТЕУ, орієнтуючись на реформування сфери публічної влади та активізацію розбудови громадянського суспільства, враховує інтереси і пропозиції органів державної влади та органів місцевого самоврядування, громадських організацій та представників професійної спільноти. Задля виявлення пропозицій цих груп стейкхолдерів було проведено дослідження медіа-простору. Враховувались пропозиції, які були викладені в аналітичних звітах державних органів та органів місцевого самоврядування, дослідженнях громадських організацій, публічних виступах та інтерв'ю представників професійної спільноти. Інтереси громадських організацій інтегровані до ОП. Програмні результати навчання з урахуванням пропозиції та інтересів означених стейкхолдерів передбачають формування соціально-гуманітарної ерудованості та комунікації, навичок професійної самоорганізації, що є нагальним у сфері маркетингу.

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

Цілі ОП та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності «Маркетинг», ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

Щодо основних тенденцій ринку праці, було визначено, що на цей час маркетологи є одними з найзатребуваніших фахівців в Україні:

- за даними порталу rabota.ua, попит на маркетологів не просто існує, він ще й зростає останнім часом. У порівнянні із груднем 2018 року – у грудні 2019 року приріст кількості вакансій склав майже 170 %;

- найбільший попит на ринку праці у 2019 році був на фахівців: менеджер з продажів, менеджер зі збуту, торговий представник.

З розвитком Інтернету, як унікального комунікаційного середовища, що функціонує на принципах: глобальності, децентралізованості, відкритості, місткості, інтерактивності та пристосовуваності до потреб користувачів формується потреба у фахівцях сфери онлайн-бізнесу, ринок потребує фахівців з Інтернет-маркетингу та Інтернет-продажів.

Зазначені тенденції ринку праці відображаються в ОП «Маркетинг» у вигляді включення освітніх компонент, таких як «Інформаційні системи і технології в управлінні підприємством», «Медіапланування», що дозволяють досягати цілей та програмних результатів навчання.

У цілях та програмних результатах формується усвідомлення того, що сучасний маркетолог має бути ініціативним та здатним до швидкої адаптації в реальних умовах ведення діяльності, орієнтованим на подальше навчання.

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

Як відомо, державна регіональна політика має міжгалузевий характер і є важливим інструментом проєкції секторальних політик, насамперед, у сфері економічного розвитку. Тому доцільно говорити про регіонально-галузевий контекст, який було враховано при формуванні цілей та програмних результатів навчання за ОП.

При формуванні цілей та програмних результатів навчання за ОП «Маркетинг» щодо відповідності вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, було враховано галузевий та регіональний контекст. Наразі, визначення загальних сучасних пріоритетів ринку праці Харківської області свідчить, що найбільш затребуваними в регіоні є працівники сфери комунікації. На другому місці за кількістю пропозицій і на першому – за кількістю резюме, є сфера продажів. На сфері маркетингу, медицини, банківської справи та виробництва припадає майже третина пропозицій для кваліфікованих працівників. Близько 95 % пошукувачів роботи за маркетинговою спеціальністю не

мають профільної освіти.

Більшість вакансій і резюме переважало у м. Харків, 10 % припадало на м. Чугуїв, м. Вовчанськ і м. Куп'янськ. Конкуренція на ринку праці Харківської області загалом не є гострою, за винятком окремих професій. При цьому, попит на маркетологів у Харківській області перевищує пропозицію. Для практичної підготовки здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» укладено договори про співпрацю з провідними регіональними підприємствами.

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

При формуванні цілей та програмних результатів навчання ОП «Маркетинг» було враховано досвід аналогічних вітчизняних програм підготовки бакалавра з маркетингу та досвід іноземних програм закладів вищої освіти розвинених країн із сформованою ринковою економікою, які спрямовані на підвищення рівня особистої професійної підготовки, на вміння враховувати окремі елементи маркетингу в різних країнах світу, шляхом обміну інформацією на щорічній Всеукраїнській конференції завідувачів кафедр маркетингу та суміжних дисциплін, що проходить у КНТЕУ, де беруть участь представники відомих наукових маркетингових шкіл України.

В Україні близько 130 закладів вищої освіти здійснюють підготовку здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг», з них у м. Харків – 8 закладів.

Викладачами ЦК регулярно проводиться моніторинг сайтів відомих іноземних закладів вищої освіти з метою вивчення кращих практик реалізації освітніх програм, досвід яких враховано під час формування цілей та програмних результатів навчання. А саме: напрацювання проекту Тьюнінг, досвід Європейської Асоціації забезпечення якості вищої освіти (ENQA), Європейського союзу студентів (ESU), Асоціації університетів Європи (EUA), Європейської асоціації закладів вищої освіти (EURASHE), Європейської Маркетингової Конфедерації (EMC), Світової асоціації професіоналів соціологічних та маркетингових досліджень (ESOMAR).

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

Зміст ОП «Маркетинг» враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту» та Національної рамки кваліфікацій для кваліфікаційного рівня бакалавр з маркетингу, дає можливість досягти результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 № 1343.

Зокрема, ОП «Маркетинг» встановлює вимоги до: попереднього рівня освіти здобувачів; обсягу програми та його розподілу за основною та вибірковою частинами; терміну навчання; очікуваних результатів навчання; змісту робочих програм навчальних дисциплін; оцінювання; системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти; переліку дисциплін і послідовність їх вивчення. Окремими результатами навчання, зазначеними у Стандарті вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» є «Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних та наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності», «Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта», «Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію». На досягнення цих результатів навчання, як це відображено в матриці відповідності, спрямоване формування відповідних компетентностей, які досягаються під час вивчення дисциплін: «Основи маркетингу», «Маркетингові дослідження», «Поведінка споживача», «Менеджмент», «Промисловий маркетинг», «Основи реклами», «Маркетинг послуг», «Web-дизайн», «Організація PR», «Медіапланування», «Міжнародний маркетинг».

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?

Для спеціальності 075 «Маркетинг» діє затверджений Міністерством освіти і науки України (наказ від 05.12.2018 № 1343) Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

120

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)?

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

30

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

Обсяг ОП «Маркетинг» ХТЕК КНТЕУ та окремих освітніх компонентів відповідає вимогам законодавства щодо навчального навантаження для відповідного рівня вищої освіти та відповідного Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Метою навчання за ОП «Маркетинг» відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти є підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для впровадження ефективної маркетингової діяльності.

Метою ОП визначається її зміст. Зміст ОП відповідає предметній області заявленої для неї спеціальності, має чітку структуру: освітні компоненти, включені до освітньої програми, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.

Зміст ОП «Маркетинг» визначається відповідно до заявленого переліку дисциплін, практик та інших видів освітньої діяльності, необхідних для набуття означених Стандартом компетентностей. ОП розкриває суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіку 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. Відповідно до предметної області ОП «Маркетинг» застосовуються загальнонаукові методи пізнання та дослідницької діяльності, спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності; сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень, а також інструменти та обладнання.

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

Формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти ХТЕК КНТЕУ регулюється Положенням про організацію освітнього процесу студентів у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2SwNfya>), Положенням про індивідуальний навчальний план студента ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/31BBryL>). Формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти ХТЕК КНТЕУ здійснюється через реалізацію особистісного потенціалу, що складається зі здібностей, інтересів, потреб, мотивації, можливостей і досвіду. Особистісні інтереси виявляються у виборі видів, форм і темпу здобуття освіти за ОП, структура якої передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через самостійне визначення здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін для вивчення. Вибіркові навчальні дисципліни складають 25 % обсягу ОП.

Формування індивідуальної освітньої траєкторії у ХТЕК КНТЕУ включає в себе такі етапи: ознайомлення здобувачів вищої освіти з поняттям індивідуальної освітньої траєкторії; організація вибору здобувачами вищої освіти дисциплін вибіркового блоку з урахуванням власних потреб і уподобань стосовно майбутньої фахової діяльності; опитування здобувачів вищої освіти щодо мотивації їх вибору; формування гарантій освітніх програм внутрішньої мобільності здобувачів вищої освіти протягом періоду навчання.

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

З метою реалізації права на вибір навчальних дисциплін у ХТЕК КНТЕУ створена електронна база вибіркового блоку дисциплін, що постійно оновлюється (<https://bit.ly/2GRFq0u>). До електронної бази входять дисципліни, які можуть кадрово та організаційно забезпечити список вибіркового блоку компонент ОП «Маркетинг».

Відповідно до Положення про індивідуальний навчальний план студента ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/31BBryL>) на початку навчального року (30 серпня – 2 вересня) до відома здобувачів вищої освіти першого курсу першого (бакалаврського) рівня доводять перелік дисциплін за вільним вибором у межах навчальних семестрів (перелік та анотації цих дисциплін наведено в електронній базі вибіркового блоку спеціальності 075 «Маркетинг»). Здобувачі вищої освіти, ознайомившись з цими матеріалами, до 3 вересня заповнюють анкети щодо вибору дисципліни на поточний навчальний рік. Завідувач відділення економіки та бізнесу ХТЕК КНТЕУ узагальнює інформацію про вибір здобувачами навчальних дисциплін, формує списки груп для вивчення тих чи інших вибіркового блоку дисциплін та до 10 вересня передає інформацію до навчального відділу. Ця інформація є підставою для включення обраних дисциплін до навчального навантаження циклової комісії на навчальний рік.

До відома здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня другого курсу завідувач відділення

економіки та бізнесу ХТЕК КНТЕУ до 10 лютого поточного навчального року доводить перелік навчальних дисциплін за вільним вибором на наступний навчальний рік. Здобувачі вищої освіти обирають за власним бажанням дисципліни та заносять їх до анкет. До 17 лютого узагальнені дані передаються до навчального відділу для розрахунку обсягу навчального навантаження циклової комісії на наступний навчальний рік.

При формуванні індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти на наступний рік враховується фактичне виконання ним індивідуальних навчальних планів поточного та попередніх навчальних років за умови засвоєння обов'язкових компонентів ОП «Маркетинг».

У разі відсутності необхідної кількості здобувачів вищої освіти для вивчення обраної ними вибіркової дисципліни, завідувач відділення економіки та бізнесу ХТЕК КНТЕУ пропонує їм обрати іншу дисципліну з переліку навчальних дисциплін за вибором.

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

У навчальному плані ОП передбачена практична підготовка здобувачів вищої освіти, яка здійснюється відповідно до Положення про проведення практики студентів ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2Stfq13>).

Відповідно до графіку навчального плану здобувачі вищої освіти ступеня бакалавр ОП проходять виробничу практику. Зміст практики та послідовність її проведення визначаються програмою практики, яка розроблена цикловою комісією економіки, управління та адміністрування ХТЕК КНТЕУ згідно з навчальним планом відповідно до ОП.

Практична підготовка формує загальні та фахові компетентності: здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології, знаходити, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел; уміння працювати в команді, розвивати власну індивідуальність; здатність працювати автономно; здатність володіти базовими поняттями, здатність до вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, розрахунку його місткості, визначення прогнозних показників збуту продукції, аналізу поведінки споживачів і конкурентів; використання програмного забезпечення у професійній діяльності.

При виборі бази практики здобувачів вищої освіти ОП враховується наявність відділу маркетингу на підприємстві, кваліфікованого персоналу, який може забезпечити належне керівництво практикою здобувача вищої освіти. Офіційною підставою для проходження практики є договір, який укладається між ХТЕК КНТЕУ та керівництвом підприємств: ПАТ КБ «Приватбанк», мережа ТОВ «Епіцентр К», ТОВ Українська компанія «Украгроінвест», мережа ТОВ «Метро Кеш енд Кері Україна».

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

Для здобувачів ОП «Маркетинг» формування соціальних навичок є важливим аспектом, оскільки сучасний маркетолог повинен вміти презентувати себе, працювати у команді, управляти інформацією, формувати власну думку, вести переговори, критично мислити та бути креативним. Наразі, соціальні навички для фахівців в сфері маркетингу є тригером, що приводить в дію емоційний інтелект здобувачів вищої освіти, а вміння його застосовувати важливо для кожного, хто прагне розвиватися, досягати високих результатів навчання, поліпшувати свої стосунки з рідними, близькими, друзями, партнерами, колегами по роботі.

Навчання за ОП «Маркетинг» дозволяє здобути соціальні навички через освітні компоненти, що формують як загальні компетентності (іноземна мова за професійним спрямуванням, історія економіки та економічної думки, психологія, діловодство, етика ділового спілкування), так і опосередковано – через фахові освітні компоненти, зокрема основи маркетингу, маркетингові дослідження, поведінка споживача, основи реклами, організація PR. На заняттях з цих дисциплін неодмінним компонентом є робота в команді, уміння формувати власну думку, приймати рішення, швидко адаптуватися до нових умов.

Яким чином зміст ОП ураховує вимоги відповідного професійного стандарту?

Зміст ОП орієнтований на набуття компетентностей, які є основою професій, згідно Національного класифікатора України «Класифікатор професій ДК 003:2010» (<https://bit.ly/39bObyL>).

Випускники-здобувачі освітнього ступеня «бакалавр» ОП зі спеціальності 075 «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і обіймати посади, визначені Класифікатором професій ДК 003:2010: 3411 Фахівець з біржових операцій; 3415 Агент комерційний; 3415 Мерчандайзер; 3415 Торговець комерційний; 3419 Організатор із збуту; 3419 Організатор з постачання; 3429 Агент рекламний; 3429 Представник з реклами; 3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами). При цьому вони спроможні використовувати набуті: загальні компетенції (здатність застосовувати знання на практиці, виявляти, ставити і вирішувати проблеми); фахові компетенції (здатність до вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, розрахунку його місткості, визначення прогнозних показників збуту продукції, аналізу поведінки споживачів і конкурентів, конкурентного середовища; здатність до розробки пропозицій з удосконалення організації маркетингу на підприємстві); програмні результати навчання (уміти розробляти маркетингові програми та алгоритм планування перспективних і поточних планів маркетингової діяльності; планувати розвиток організації в напрямі підвищення її

конкуренентоспроможності; уміти оцінювати ефективність маркетингової діяльності). Після завершення навчання за ОП здобувачам вищої освіти присвоюється кваліфікація – бакалавр з маркетингу.

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

У ХТЕК КНТЕУ розроблені загальні вимоги щодо розподілу обсягу окремих освітніх компонентів ОП із фактичним навантаженням здобувачів вищої освіти. Обсяг ОП «Маркетинг» та окремих освітніх компонентів (у кредитах ЄКТС) відповідає фактичному навантаженню здобувачів, досягненню цілей та програмних результатів навчання та становить 60 кредитів ЄКТС на навчальний рік з розподілом за семестрами і не перевищує 5 дисциплін на кожний навчальний семестр.

ОП «Маркетинг» передбачає освітні компоненти, визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня: навчальні заняття – менше 50%; самостійна робота – понад 50% бюджету часу; практична підготовка становить 6 кредитів ЄКТС – 5% обсягу освітніх компонентів; контрольні заходи передбачають складання кваліфікаційного екзамену (атестація становить 3 кредити ЄКТС – 2,5% обсягу освітніх компонентів).

У ХТЕК КНТЕУ періодично проводиться опитування здобувачів вищої освіти щодо їх ймовірного перевантаження та визначення реальної необхідності кількості годин на виконання самостійної роботи.

Організація самостійної роботи здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про самостійну роботу студентів ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2uvsIM8>).

Зміст самостійної роботи при вивченні певної дисципліни визначається робочою програмою навчальної дисципліни, методичними рекомендаціями до самостійної роботи.

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

За ОП «Маркетинг» не здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти.

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://bit.ly/37oHLfc>

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

Правила прийому розроблені Відбірковою комісією Харківського торговельно-економічного коледжу Київського національного торговельно-економічного університету відповідно до умов прийому на навчання до закладів вищої освіти України в 2020 році, затверджених наказом Міністерства освіти і науки України від 11.10.2019 № 1285 (<https://bit.ly/2NUBEri>) та зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 02.12.2019 року за № 1192/34163 та Правил прийому до Київського національного торговельно-економічного університету в 2020 році.

Правила прийому на навчання за ОП є чіткими та зрозумілими, не містять дискримінаційних положень оприлюдненні на офіційному веб-сайті ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2Gk9zp8>).

Конкурсний відбір для вступу на навчання на перший (зі скороченим терміном навчання) курс для здобуття ступеня бакалавра на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста здійснюється у формі іспиту з фаху (тестування) та з української мови (диктант).

Обсяг прийому за ОП «Маркетинг» здійснюється на небюджетну конкурсну пропозицію та визначається ХТЕК КНТЕУ в межах ліцензованого обсягу 50 осіб.

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 закладах вищої освіти регулюються Положенням про організацію освітнього процесу у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2OFkZs7>). Здобувач вищої освіти, який був переведений з іншого закладу освіти у ХТЕК КНТЕУ, має право звернутися до завідувача відділення про перезарахування вивченої ним раніше навчальної дисципліни. Для цього, під час складання індивідуального навчального плану на наступний навчальний рік, але не пізніше першого тижня відповідного семестру студент, який претендує на перезарахування оцінки, пише на ім'я завідувача відділення заяву, в якій зазначає назву навчальної дисципліни, кількість годин та раніше отриману оцінку. Завідувач відділення разом з завідувачем циклової комісії, за якою закріплена дисципліна, приймають рішення про перезарахування оцінки або відмову, про що

вказують на заяві. Процедура перезарахування навчальної дисципліни визначена в Положенні про оцінювання результатів навчання студентів у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2OHFMLM>). Перезарахування погоджується з гарантом ОП. Результати фіксуються в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти, що регулюється Положенням про індивідуальний навчальний план студента ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/39nMnmv>). При поновленні на навчання аналізуються набуті компетентності відповідно академічної довідки, що дає підстави поновити здобувача вищої освіти без втрати року з мінімальною академічною різницею, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2OFkZs7>).

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

Практика застосування вказаних правил на освітній програмі відсутня.

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 регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті в ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2OGyo37>).

Неформальна освіта здійснюється в таких формах: професійні курси (тренінги), майстер-класи, семінари, професійне стажування, онлайн-курси.

Визнання результатів навчання у неформальній освіті розповсюджується лише на обов'язкові дисципліни освітньої програми, оскільки вибіркові дисципліни здобувач може обирати самостійно.

Коледж може визнати результати навчання у неформальній освіті в обсязі не більше 10 % від загального обсягу за конкретною ОП.

Здобувач вищої освіти звертається з заявою до директора коледжу з проханням про визнання результатів навчання у неформальній освіті. До заяви додаються отримані в результаті неформальної освіти документи (сертифікати, свідоцтва). Завідувачем відділення створюється предметна комісія, до якої входять: завідувач відділення; гарант ОП за якою навчається здобувач; науково-педагогічні працівники, які викладають дисципліни, що пропонуються для перезарахування.

За підсумками оцінювання предметна комісія оформлює протокол, в якому міститься висновок для відділення про визнання чи невизнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті.

Якщо здобувач отримав за 100-бальною шкалою оцінювання менше 60 балів, то результати навчання, отримані у неформальній освіті, не зараховуються.

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

Практика застосування вказаних правил на освітній програмі відсутня.

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

Форми та методи навчання і викладання за ОП у ХТЕК КНТЕУ сприяють досягненню визначених цілей та програмних результатів навчання, вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи.

Освітній процес за ОП здійснюється у таких формах: навчальні заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи. В залежності від характеру організації процесу викладання, специфіки побудови змісту навчального матеріалу, а також методів та засобів навчання за ОП науково-педагогічними працівниками використовуються різноманітні методи навчання і викладання, що сприяють досягненню програмних результатів навчання. Найефективнішими методами навчання і викладання є проблемні, пошукові, дослідницькі методики.

Методи навчання, використовувані в освітньому процесі, описані в робочих програмах навчальних дисциплін, форма яких затверджена Інструкцією до розробки робочої програми навчальної дисципліни (<https://bit.ly/2Uzv7Gu>) та передбачає опис методів навчання відповідно до очікуваних результатів навчання.

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?

У ХТЕК КНТЕУ розроблені методичні рекомендації щодо реалізації студентоцентрованого підходу в навчанні за освітніми програмами (<https://bit.ly/2vg7WQG>). Втілення студентоцентрованого навчання за ОП передбачає створення навчального середовища, в якому зміст програм навчальних дисциплін,

наукових програм, матеріально-технічні засоби відповідають потребам здобувачів вищої освіти. Форми і методи навчання обираються викладачами відповідно до змісту освітніх компонент з урахуванням практик викладання та можливістю ефективного формування компетентностей та програмних результатів навчання, стимулюють здобувачів вищої освіти до активної участі у організації свого освітнього процесу; мотивують до відповідального ставлення до навчання; формують бажання брати участь у життєдіяльності циклової комісії; формують відчуття незалежності здобувачів вищої освіти із забезпеченням наставництва і підтримки їх з боку викладачів. Кожного року в ХТЕК КНТЕУ проводиться анкетування студентів, які оцінюють викладачів за запропонованими критеріями, такими, як об'єктивність в оцінці знань, уміння викликати інтерес до предмету, наявність консультацій в поза аудиторний час, принциповість і вимогливість тощо. За результатами цього анкетування, визначається рейтинг викладачів, що регламентується відповідним положенням (<https://bit.ly/38abvNa>), кожної циклової комісії. Таке опитування дозволяє суттєво удосконалити роботу педагогічного колективу коледжу, враховувати запити та пріоритети студентів, а також запобігати проявам корупції.

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

Академічна свобода викладачів у виборі методів викладання гарантується Законом України «Про вищу освіту» і Положенням про організацію освітнього процесу в ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2tCkxne>). Науково-педагогічні працівники користуються такими академічними свободами: свобода викладання; свобода проведення наукових досліджень та поширення їх результатів; свобода вираження власної фахової думки; свобода від втручання у професійну діяльність; свобода вибору й використання педагогічного обґрунтованих форм, методів і засобів навчання, виховання й оцінювання рівня засвоєння студентами освітніх програм у т.ч. робочих програм окремих навчальних дисциплін, модулів. Викладачі, що беруть участь в реалізації ОП постійно підвищують рівень своєї професійної компетентності, передають набутий досвід здобувачам, забезпечують умови для набуття ними знань, умінь, навичок для майбутньої професійної діяльності, що робить студентоцентризований підхід безальтернативним. Академічна свобода здобувачів, окрім вибору навчальних дисциплін, відображається у виборі тематики наукових досліджень: курсових робіт, баз практик, залучення до різноманітних науково-практичних заходів. Керівництво коледжу звертає особливу увагу на дотримання принципу академічної свободи. Кожного семестру проводиться опитування студентів відповідно до Положення про рейтинг викладачів ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/3786RhD>) на визначення таких основних моментів, як толерантність викладача, його професіоналізм, ставлення до студентів, відповідність навчального матеріалу викликам сьогодення.

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 *

Усім учасникам освітнього процесу надається доступна й зрозуміла інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонент.

Викладачами циклової комісії щорічно оновлюються та доповнюються робочі програми навчальних дисциплін. З поточного навчального року з метою підтримки студента в процесі здобуття освіти розробляються силабуси навчальних дисциплін. Ці матеріали містять відомості про те, що має знати й уміти майбутній фахівець після опанування курсу, мету й завдання дисципліни, її зміст, плани самостійної та аудиторної роботи, рекомендовану літературу та інформаційні джерела до курсу, критерії оцінювання знань, форми контролю та методи викладання дисципліни. Учасники освітнього процесу мають змогу на початку нового навчального року (семестру) ознайомитися з цими матеріалами, як на циклової комісії, на якій викладаються потрібні дисципліни, так і на сайті коледжу (<https://dl.htek.com.ua/>).

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

Поєднання навчання і досліджень в освітньому процесі є необхідним складником якісної підготовки майбутніх фахівців. Студентами наукові дослідження здійснюються як у процесі навчання, так і в позааудиторній навчально-пізнавальній діяльності. ХТЕК КНТЕУ забезпечує таке поєднання відповідно до цілей і програмних результатів ОП. Керівництво науково-дослідною роботою здобувачів вищої освіти здійснюють всі науково-педагогічні працівники циклової комісії економіки, управління та адміністрування. Здобувачі вищої освіти виконують курсові роботи з елементами НДР, готують тези доповідей, повідомлення, наукові реферати, беруть участь у роботі наукових конференцій, а саме: Міжнародній науково-практичній конференції викладачів, науковців та аспірантів «Інноваційно-інвестиційна стратегія сталого розвитку України: сучасний стан та перспективи», ХТЕК КНТЕУ 29–31 травня 2018 р. (Левченко В.), II Всеукраїнській науково-практичній студентській конференції «Геоелементні та політико-правові виклики структурної перебудови міжнародних зв'язків України», КНТЕУ 6–7 березня 2018 р. (Дем'янов М., Дудник А.), Щорічній студентській науково-практичній конференції «Економічні пріоритети розвитку України у XXI столітті», ХТЕК КНТЕУ 27 квітня 2018 р. (Давидов Д.), Всеукраїнській науково-практичній конференції «Трансформація фінансової системи та обліку в умовах інноваційної глобалізації національної економіки», Одеський торговельно-економічний інститут КНТЕУ 25–26 жовтня 2018 р. (Коваленко Я.), Всеукраїнській науково-

практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Інноваційні технології розвитку у сфері харчових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу, економіки та підприємництва: наукові пошуки молоді», Харківський державний університет харчування та торгівлі 03 квітня 2019 р. (Дудник А.), «Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі», Харківський державний університет харчування та торгівлі 03 жовтня 2018 р. (Коваленко Я.), Міжнародній науково-практичній конференції науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків «Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку», ХТЕК КНТЕУ 29–30 травня 2019 р. (Дем'янов М.) та ін. Студенти, що навчаються за ОП є членами наукового гуртка «Топ-Маркетолог», беруть участь в науково-практичних конференціях, конкурсах наукових робіт, фахових наукових конкурсах, олімпіадах за спеціальністю, де отримують дипломи та сертифікати. Поєднання навчання і наукових досліджень здобувачів вищої освіти сприяє формуванню освітнього середовища, яке впливає на рівень якості освіти за ОП.

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

Необхідною умовою забезпечення навчання за ОП є оновлення змісту її освітніх компонент. Науково-педагогічні працівники циклової комісії економіки, управління та адміністрування використовують з цією метою власні наукові досягнення, аналізують сучасні практики у сфері маркетингу. Оновлення змісту освітніх компонент на основі сучасних практик у галузі маркетингу відбувається за результатами зустрічей з кращими фахівцями галузі з метою проведення тренінгів та семінарів, під час яких обговорюються програми навчальних дисциплін та формулюються рекомендації щодо оновлення змісту навчального матеріалу. Значне місце в процесі оновлення освітніх компонент посідає проведення науково-методичних семінарів циклової комісії економіки, управління та адміністрування, присвячених тенденціям сучасних маркетингових практик.

Науково-педагогічні працівники та здобувачі вищої освіти систематично беруть участь у наукових заходах професійного спрямування, зокрема у круглих столах:

- «Використання мережевого маркетингу в системі формування компетентностей фахівців з маркетингу і менеджменту», 05.02.2020 (студенти гр. МСБ-1-18: Рошин О., Дудник А., Мальченко Т., викладачі: Богоявленський О. В., Кулинич Т. В., Гузенко Г. М., Кривошеєва Н. М., Болотова Т. М., Непран А. В, Руденко І. В., Постольна Н. О., Голованова О. М.);
- «До питання формування професійних компетентностей майбутніх бакалаврів спеціальностей «Маркетинг» і «Менеджмент», 16.01.2020 (студенти гр. МСБ-1-18: Рошин О., Мальченко Т., викладачі: Богоявленський О.В., Кулинич Т. В., Гузенко Г. М., Кривошеєва Н. М., Непран А. В, Руденко І. В., Постольна Н. О., Голованова О. М.);
- Ї «Інноваційні тенденції розвитку маркетингу» (за участю провідних науковців закладів вищої освіти м. Харків: д-ра екон. наук, проф., зав. кафедрою маркетингу і комерційної діяльності ХДУХТ Савицької Н. Л.; канд. екон. наук, доцента кафедри менеджменту ХНЕУ імені Семена Кузнеця Шишмарьової Л. О.), 25.04.2018 (студентка: гр. МСБ-1-18 Коваленко Я, викладачі: Руденко І. В., Кривошеєва Н. М.);
- Ї «Корпоративний імідж і його формування в сучасних умовах господарювання» від 29.03.2019 (студенти гр. МСБ-1-18: Давидов Д. В., Коваленко Я. В., Одерій Є. В., Толочко А. М., Цегельський О. М., викладачі: Гузенко Г. М., Кривошеєва Н. М., Болотова Т. М., Руденко І. В., Постольна Н. О., Голованова О. М., Приходько Т. М.);
- Ї Сучасні нові технології та актуальні тренди маркетингу в Україні» від 25.05.2019 (студенти гр. МСБ-1-18: Давидов Д. В., Коваленко Я. В., Одерій Є. В., Рошин О. І., викладачі: Болотова Т. М., Гузенко Г. М., Голованова О. М., Кривошеєва Н. М., Постольна Н. О., Приходько Т. М., Руденко І.В.) Молоді викладачі щомісяця беруть участь у засіданнях Школи молодого викладача ХТЕК КНТЕУ, діяльність якої регламентується відповідним положенням (<https://bit.ly/2uxTPwl>).

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

Навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності ХТЕК КНТЕУ. Такий зв'язок є важливим у напрямі забезпечення якісної підготовки за ОП: підвищується відповідальність студентів і викладачів за результати своєї діяльності; збагачується змістова частина ОП; удосконалюються й оновлюються методи партнерства викладача та здобувача освіти. Учасники освітнього процесу за ОП ведуть плідну академічну і наукову співпрацю з іноземними освітніми установами та міжнародними організаціями (Укладено угоди з The Academy of Hotel Management and Catering Industry (Poznan, Poland), Hotel Education Center. Faculty for International Tourism and Hospitality Management (Budva, Montenegro).

Наукові досягнення в межах ОП, пов'язані із інтернаціоналізацією діяльності ХТЕК КНТЕУ, були враховані при формуванні програмних результатів навчання.

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?

Згідно з Положенням про оцінювання результатів навчання студентів у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2SuAkGf>) застосовуються такі види контрольних заходів:

Вхідний контроль застосовується як передумова успішної організації вивчення дисципліни, дає змогу визначити наявний рівень знань студентів і є орієнтиром для реалізації індивідуального підходу в процесі викладання дисципліни та визначенні форм і методів організації освітнього процесу. Поточний контроль проводиться на кожному семінарському, практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів під час роботи на семінарських заняттях та набутих практичних навичок під час виконання практичних робіт.

Підсумковий модульний контроль проводиться з метою визначення стану успішності студентів, здійснюється по завершенню вивчення всіх тем модуля на останньому занятті з модуля. До підсумкового контролю допускаються студенти, які виконали всі види робіт, передбачені навчальною програмою і набрали кількість балів, не меншу за мінімальну. Модульні контролю передбачають різнорівневі види завдань.

Курсові роботи (проекти) виконуються студентами протягом семестру з метою набуття навичок самостійної роботи з науковими джерелами і оволодіння методикою дослідження. Основні вимоги щодо організації підготовки та захисту курсових робіт (проектів) визначені в Положенні про організацію виконання та захисту курсових робіт (проектів) у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/37fpS1j>).

Підсумковий (семестровий) контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання студентів на окремих його завершених етапах та здійснюється у формі екзамену.

Екзамен проводиться як контрольний захід під час екзаменаційної сесії для очної форми навчання та лабораторно-екзаменаційної сесії для заочної форми навчання. Контроль спрямований на комплексне оцінювання якості засвоєння навчального матеріалу, ступеня відповідності програмним результатам навчання.

Форми контролю на заняттях розробляються з метою перевірки досягнення програмних результатів навчання. Завдання до підсумкового контролю складаються на основі робочої програми навчальної дисципліни і охоплюють її зміст, цілісно відображають обсяг теоретичних знань і практичних умінь, що перевіряються, відповідно до змісту дисципліни та ОП. Завдання до підсумкового контролю з навчальної дисципліни оновлюються не рідше одного разу на рік.

Контрольні заходи проводяться в усній та письмовій формі. Усне опитування допомагає контролювати не лише знання, а й вербальні здібності. Письмовий контроль забезпечує глибоку й всебічну перевірку засвоєного матеріалу, дозволяє виявити теоретичні знання, практичні навички, їх застосування та носить більш об'єктивний характер. Всі форми контролю направлені на перевірку досягнення програмних результатів навчання.

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

Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень визначено Положенням про оцінювання результатів навчання студентів у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2w434F9>).

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється за 100-баловою шкалою.

Студентам, які:

- повністю оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, можуть дати повні відповіді на всі питання курсу, опанували рекомендовану літературу, виставляють 90–100 балів;
 - оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, проте дали неповні відповіді або у відповідях допустили неточності – 82–89 балів;
 - основному оволоділи програмою навчальної дисципліни на продуктивному рівні, проте у відповідях допускають несуттєві помилки – 75–81 балів;
 - показали задовільні результати оволодіння навчальною програмою дисципліни на репродуктивному рівні й при відповідях допускають помилки – 69–74 балів;
 - виявили мінімально достатній рівень знань з дисципліни, необхідний для продовження навчання, вивчили основні терміни дисципліни та орієнтуються в матеріалі базового підручника – 60–68 балів.
- Студенти, які демонструють незнання основного матеріалу, допускають грубі помилки у визначенні основних термінів, не вміють працювати з джерелами інформації і за результатами вивчення дисципліни отримали незадовільні результати навчання (0–59 балів), повинні додатково виконати індивідуальні завдання для підвищення рівня своїх знань і повторно перескласти підсумковий контроль.

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

Форма контрольного заходу з кожної освітньої компоненти визначається навчальним планом, де також наведено графік навчального процесу на кожний навчальний рік, який складається навчальним відділом на підставі робочих навчальних планів з урахуванням визначеного Кабінетом Міністрів України графіку перенесення робочих днів з урахуванням встановлених законом святкових і неробочих днів, та затверджується директором, є публічним і доводиться до відома усіх учасників освітнього процесу.

Складений розклад екзаменаційної сесії студентів очної форми навчання узгоджується завідувачем

відділення, завідувачем навчально-методичної лабораторії та затверджується заступником директора з навчально-методичної роботи за місяць до початку екзаменаційної сесії. Розклад екзаменаційної сесії розміщується на стенді відділення та навчального відділу.

Критерії оцінювання відображені в Положенні про оцінювання результатів навчання студентів у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2w434F9>), робочих програмах навчальних дисциплін та силабусах і доводяться до відома здобувачів вищої освіти на першому занятті.

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

Атестація здобувачів освіти Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ здійснюється відповідно до Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії їх діяльності», постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій», стандартів вищої освіти, інших нормативних актів України з питань освіти, Положення про ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2veoVcu>), Положення про організацію освітнього процесу в ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2SwOeym>), Положення про оцінювання результатів навчання студентів у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2w434F9>). Порядок організації та проведення атестації в ХТЕК КНТЕУ регламентується Положенням про атестацію т здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію з атестації ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/37eijrM>).

Особі, яка успішно виконала освітню програму та пройшла атестацію, ХТЕК КНТЕУ на підставі рішення екзаменаційної комісії присуджує ступінь вищої освіти – бакалавр та присвоює відповідну кваліфікацію і видає документ про вищу освіту встановленого зразка.

Форма атестації здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» – кваліфікаційний екзамен, що відповідає вимогам стандарту вищої освіти України: першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

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

Процедура проведення контрольних заходів регулюється такими документами: Положення про організацію освітнього процесу студентів у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2SwOeym>); Положенням про оцінювання результатів навчання студентів у Харківському торговельно-економічному коледжі КНТЕУ (<https://bit.ly/2w434F9>); Положенням про організацію виконання та захисту курсових робіт (проектів) у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/31ClbxD>); Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію з атестації у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/37eijrM>); Положенням про самостійну роботу студентів ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2H9XvHA>); Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань здобувачів освіти ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2UAZpbX>), де визначено чіткі та зрозумілі правила проведення контрольних заходів, які охоплюють процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, визначають порядок оскарження результатів контрольних заходів і їх повторного проходження.

Процедура здійснення контрольних заходів за окремими освітніми компонентами містяться у робочих програмах та силабусах навчальних дисциплін.

Моніторинг обізнаності здобувачів вищої освіти з процедурою проведення контрольних заходів проводиться безпосередньо викладачем під час занять, а також куратором академічної групи. Відділення і циклові комісії знайомлять здобувачів вищої освіти із графіком освітнього процесу, графіком консультацій викладачів, розкладом основного та додаткового складання контрольних заходів.

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

Відповідно до Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними та здобувачами освіти ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2Ozgdwj>) в коледжі створено Комісію з питань етики та академічної доброчесності.

Процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів визначені в Положенні про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію з атестації у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/37eijrM>) та Положенні про апеляцію результатів підсумкового контролю знань здобувачів освіти ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2UAZpbX>), Положенні про політику і процедуру вирішення конфліктних ситуацій у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2OGiwgW>).

За результатами підсумкового контролю проводиться опитування-анкетування студентів з метою моніторингу випадків необ'єктивної оцінки результатів їх навчання. За результатами опитування здобувачів вищої освіти за ОП запобігання та врегулювання конфлікту інтересів сприяє застосування в навчальній діяльності доброзичливого ставлення викладача до студентів, принцип відкритості та гласності. У випадку виникнення конфліктних ситуацій здобувачі вищої освіти мають можливість звернутись до куратора групи, завідувача циклової комісії, відділення для розв'язання конфлікту інтересів.

Випадків конфлікту інтересів при реалізації ОП зафіксовано не було.

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

Порядок ліквідації академічної заборгованості регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання студентів ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2w434F9>), відповідно до якого ліквідація академічної заборгованості проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом (як правило, не пізніше наступного тижня після сесії), складеним завідувачем відділення та узгодженим із заступником директора з навчально-методичної роботи. Повторне проведення підсумкового контролю з кожної дисципліни допускається не більше двох разів. При незадовільній оцінці з першої спроби викладачу, що проводив підсумковий контроль, другий раз – комісії, яка створюється завідувачем відділення. Повторна ліквідація академічної заборгованості може бути призначена не раніше наступного дня після першої спроби. Для здобувача вищої освіти, який не з'явився на складання підсумкового контролю за графіком освітнього процесу та/або під час ліквідації академічної заборгованості, оцінка, отримана під час ліквідації академічної заборгованості на комісії, є остаточною. Здобувач вищої освіти, який не склав екзамен чи залік на комісії під час ліквідації академічної заборгованості відраховується з коледжу. Прикладом застосування відповідних правил на освітній програмі «Маркетинг» є повторне проходження контрольних заходів студентом Роциним І. О.

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

Оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів регламентується Положенням про апеляцію результатів підсумкового контролю знань здобувачів освіти ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2UAZpbX>). Згідно з Положенням створюється апеляційна комісія ХТЕК КНТЕУ з метою захисту прав осіб щодо оскарження оцінки з дисципліни, отриманої під час підсумкового (семестрового) контролю знань здобувачів освіти. Діяльність апеляційної комісії здійснюється відповідно до законодавства України та діючих положень ХТЕК КНТЕУ на принципах демократичності, прозорості, об'єктивності та відкритості. Випадків оскарження результатів контрольних заходів та атестації здобувачів вищої освіти за ОП не було.

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

Політика, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності в коледжі урегульовані в таких документах: Статут Київського національного торговельно-економічного університету (<https://bit.ly/3bceqXR>), Антикорупційна програма ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2Uz3kGu>), Положення про ХТЕК КНТУ (<https://bit.ly/2w5ewQZ>). З метою досягнення ефективного забезпечення місії коледжу щодо створення та поширення знань, ідей та інновацій для формування людського капіталу та міжнародної конкурентоспроможності України у коледжі розроблене і затверджене Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2Ozgdwj>), згідно з яким дотримання академічної доброчесності забезпечується, зокрема, такими процедурами: комісійним оцінюванням знань і вмінь здобувачів вищої освіти та із залученням до складу комісії представників студентського самоврядування; обов'язковою перевіркою студентських робіт на відсутність плагіату та ступінь їх оригінальності через спеціальні комп'ютерні програми; роботою Комісії ХТЕК КНТЕУ з питань академічної доброчесності; визначенні видів порушень академічної доброчесності, за які передбачена відповідальність згідно чинного законодавства України.

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

У коледжі в якості технологічних рішень щодо протидії порушенням академічної доброчесності на ОП для антиплагіату використовується програма Advego Plagiatius (<https://dl.htek.com.ua/antypagiat/>), швидкий доступ до якої забезпечується через портал інформаційної підтримки освітнього процесу ХТЕК КНТУ (<https://dl.htek.com.ua/>). Також викладачі в своїй роботі зі здобувачами освіти користуються комп'ютерними програмами UNICHECK (<https://unicheck.com/education>) для внутрішньої перевірки текстів на наявність академічного плагіату. З метою попередження порушень академічної доброчесності проводиться інформаційно-роз'яснювальна робота з питань наукової етики, запобігання плагіату у наукових роботах серед студентів на лекціях, семінарах; ознайомлення педагогічних, науково-педагогічних працівників та здобувачів освіти з Положенням про академічну доброчесність ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2Ozgdwj>).

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

У коледжі визначена чітка політика, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності, яких дотримуються всі учасники освітнього процесу. Для попередження недотримання норм і правил

академічної доброчесності у ХТЕК КНТЕУ використовується комплекс профілактичних заходів: інформування здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників про необхідність дотримання правил академічної доброчесності, професійної етики; розповсюдження методичних матеріалів щодо дотримання норм і правил академічної доброчесності; проведення роз'яснювальної роботи з питань інформаційної грамотності, правильності написання наукових і навчальних робіт, правил опису джерел та оформлення цитувань; ознайомлення здобувачів вищої освіти й науково-педагогічних працівників з Положенням про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2Ozgdwj>); технічна перевірка та експертна оцінка щодо ознак академічного плагіату. Коледж активно сприяє популяризації академічної доброчесності серед здобувачів освіти. Радою студентського самоврядування ХТЕК КНТЕУ постійно здійснюється робота щодо інформування студентів про вимоги дотримання академічної доброчесності, запобігання правопорушень, норм етики та поведінки студентів.

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

Випадків порушення академічної доброчесності при реалізації ОП не виявлено. Але, у разі потреби, ХТЕК КНТЕУ буде вирішувати проблему, спираючись на Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2Ozgdwj>), згідно з яким за порушення правил академічної доброчесності науково-педагогічні працівники притягуються до таких форм відповідальності: дисциплінарна; адміністративна та кримінальна інші форми відповідно до вимог чинного законодавства України. Порушення норм Положення може передбачати накладання санкцій, зокрема звільнення з посади за поданням Комісії з питань академічної доброчесності.

За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, екзамен, залік тощо); повторне проходження відповідної освітньої компоненти ОП; відрахування з коледжу; позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих коледжем пільг з оплати навчання; відмова у присудженні відповідного ступеня освіти.

6. Людські ресурси

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

Необхідний рівень професіоналізму науково-педагогічних працівників за ОП визначається відповідно до Правил внутрішнього розпорядку в ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2UrGINq>). Здійснюється він поетапно. Перший етап – попередній відбір кандидатур з орієнтацією на Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності (<https://bit.ly/38t8pUm>) та вимоги типової посадової інструкції викладача (<https://bit.ly/2Usxobg>). Відбираються ті, хто за формальними даними може відповідати висунутим вимогам. Другий етап – вивчення практичної діяльності, особистих якостей викладача, перевірка можливостей і здібностей займатися викладацькою роботою в ході відвідування занять та позанавчальних заходів, а також індивідуальних бесід представників адміністрації та членів атестаційної комісії коледжу з викладачами. Третій етап – наприкінці року кадрова комісія аналізує діяльність педагогічних працівників згідно з критеріями комплексної рейтингової оцінки їх роботи (Положення про систему рейтингової оцінки діяльності викладачів ХТЕК КНТЕУ) (<https://bit.ly/3b1MOzc>). Ефективність роботи з кадрами забезпечується своєчасною атестацією викладачів.

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

Залучення роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу за ОП відбувається шляхом:

- створення умов для проходження виробничих практик здобувачів вищої освіти у майбутніх роботодавців;
- залучення до обговорення компетентностей і результатів навчання за освітньою програмою «Маркетинг», а також визначення дисциплін, за рахунок яких ці компетентності та результати навчання отримуються;
- залучення представників роботодавців до атестації здобувачів вищої освіти у якості голів кваліфікаційних комісій;
- участь у наукових та навчально-методичних заходах коледжу, майстер-класах, тренінгах, зустрічах з власниками бізнесу, екскурсіях та ін. (інформація про заходи регулярно розміщується на сайті коледжу (<https://htek.com.ua/>)).

Зацікавленість роботодавців у співпраці з ХТЕК КНТЕУ зростає, про що свідчить кількість укладених договорів з цією категорією стейкхолдерів.

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

До проведення аудиторних занять залучені представники таких компаній, як маркетингове агентство «МАВР», діловий клуб «Партнер», ПАТ КБ «Приватбанк», ТЦ «Метро», ТОВ «Харківський м'ясокомбінат». За останні 2 роки проводились майстер-класи і тренінги на теми: «Event marketing: теорія та реальність» (Р. О. Чванін, «MUZEUM INTERIOR»), «Бізнес в інстаграм» (К. Полевич), «Просування в соціальних мережах: SMM-маркетинг» (Т. Беседовська, «OHANA SMM AGENCY»), «Європейська кар'єра: перспективи та можливості реалізації в Україні» (Сільван Піголе, аташе з питань наукового та університетського співробітництва посольства Франції в Україні), «Система створення початкового капіталу» (С. Івагло, тренер і співавтор гри «Життєвий капітал»), «Принципи складання ефективного резюме» (Г. Козакова, «Achievement House»).

Професіонали-практики приймали участь у круглих столах: «Сучасні напрями інтернет-маркетингу», «Проблеми розвитку прямих продаж і мережевого маркетингу в Україні і світі», «Корпоративний імідж та його формування в сучасних умовах господарчого маркетингу в Україні», «Сучасні технології та активні тренди», «Інноваційні тенденції розвитку маркетингу», «До питання формування професійних компетентностей майбутніх бакалаврів спеціальності «Маркетинг», «Використання мережевого маркетингу в системі формування компетентностей фахівців з маркетингу і менеджменту», де вони долучаються до обговорення проблем, які виникають у фахівців з маркетингу при працевлаштуванні після закінчення закладу вищої освіти.

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

Сприяння професійному розвитку науково-педагогічних працівників освітньої програми є складовою внутрішньої системи забезпечення якості вищої освіти у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/31FhNCg>) та становить цілісну систему, яка організована у формі наставництва. У коледжі працює Школа молодого викладача, яка опікується професійним розвитком викладачів (<https://bit.ly/2GYODnQ>). Стандартною процедурою є підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних працівників, яка регулюється Положенням про підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних і педагогічних працівників ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/31qEOZg>). Цільовими завданнями навчання працівників є: набуття досвіду формування змісту навчання з урахуванням його цільового спрямування, здобутої освіти, досвіду практичної роботи та професійної діяльності; розроблення пропозицій щодо удосконалення освітнього процесу, впровадження у практику навчання кращих досягнень науки, техніки і виробництва; застосування інноваційних технологій реалізації змісту навчання, що передбачає його диференціацію, індивідуалізацію, запровадження дистанційних, інформаційно-комунікативних технологій навчання. Наразі відбувається оновлення процедури підвищення кваліфікації та стажування відповідно до нового Порядку підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників, що відображено в перспективному плані підвищення кваліфікації педагогічних працівників на 2020-2024 рр., затвердженому Постановою Педагогічної ради ХТЕК КНТЕУ від 16.12.2019 протокол № 3, пункт 6.

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Процедури, за якими коледж стимулює розвиток викладацької майстерності, включають матеріальне стимулювання й професійне заохочення. Матеріальне стимулювання регулюється Положенням про преміювання та надання матеріальної допомоги працівникам коледжу (додаток 2 Колективного договору на 2017-2022 роки – (<https://bit.ly/2OD02y7>) та Положенням про систему рейтингової оцінки діяльності викладачів ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2ScNxLy>). Професійне заохочення передбачає такі заходи: 1) в коледжі впроваджена система рейтингової оцінки діяльності викладачів, у рамках якої рейтинг враховується при моральному та матеріальному стимулюванні, подовженні трудових відносин, призначенні на іншу посаду; 2) згідно з Положенням про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних і науково-педагогічних працівників в коледжі (<https://bit.ly/37a1CPB>), науково-педагогічні працівники мають можливість підвищувати кваліфікацію та проходити стажування як на національних, так і на закордонних підприємствах та ін. Професійному розвитку викладачів сприяє проведення на постійній основі науково-методичних семінарів.

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-технічні ресурси забезпечують досягнення визначених ОП цілей та програмних результатів навчання. Освітній процес забезпечений спеціальними кабінетами, обладнанням, устаткуванням, необхідним для виконання навчального плану. У ЗВО функціонує бібліотека, наповнення фондів якої (наявність методичних матеріалів, рекомендацій, практикумів, підручників, посібників та довідників) відповідає потребам освітніх компонент ОП (загальний обсяг фондів навчальної, наукової літератури – 1052 примірників; читальний зал площею 70 м² на 34 місця; наявність електронної бібліотеки, а в читальному залі – електронної картотеки статей з періодичних видань). Досягнення визначених ОП цілей та програмних результатів навчання забезпечується діяльністю комп'ютерних класів (5 класів, загальна кількість комп'ютерів складає 60 одиниць (менше

8 років з дати випуску) та аудиторій, які обладнані відповідно до потреб ОП. Передбачена можливість використання обладнання та матеріально-технічних ресурсів ЗВО для здійснення наукових досліджень здобувачами освіти за ОП.

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 ХТЕК КНТЕУ має потужний потенціал для формування інформаційно-аналітичної компетентності студентів спеціальності «Маркетинг» та дозволяє задовольнити їхні потреби та інтереси. Освітнє середовище включає: безкоштовний доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання; викладацької та/або наукової діяльності в межах освітньої програми; створення умов для формування професійної спрямованості здобувачів (участь у міжнародних, всеукраїнських та вузівських конференціях, участь у регіональному турнірі з фінансової грамотності на кубок Голови Харківської обласної державної адміністрації; конкурси «Бізнес-проектів», «Бізнесландія», «Старт-3»; виступи з презентаціями «Вступ до фаху»; публікація статей і тез; стимулювання їх участі у позанавчальній роботі; проведення майстер-класів за участі провідних маркетологів (Майстер-клас «Бізнес в Instagram» 24.04.2017; Майстер-клас «Просування в соціальних мережах: SMM-маркетинг» 26.04.2017; високий рівень міжособистісних відносин (довіра, доброзичливість, схвалення, толерантність) та забезпечення безпечності в освітньому середовищі; проведення різноманітних конкурсів, олімпіад, що дає можливість визначити цінності для здобувачів стосовно їхнього середовища та сприяє вихованню відповідальності.

Для виявлення та врахування потреб та інтересів здобувачів освіти проводиться систематичне опитування щодо задоволеності якістю освітнього процесу.

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

Освітнє середовище ХТЕК КНТЕУ є безпечним для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти, що навчаються за ОП, та дає можливість задовольнити їхні потреби та інтереси. У ЗВО безпечно проведення освітнього процесу здійснюється згідно з Положенням про службу охорони праці (<https://bit.ly/2StQZAH>). У коледжі розроблені комплекс заходів з організації забезпечення життя та здоров'я усіх учасників освітнього процесу:

- доступ на територію ХТЕК КНТЕУ осіб, які не беруть безпосередньої участі в освітньому процесі обмежений, вхід облаштований турнікетом;
 - будівля забезпечена первинними засобами пожегогасіння;
 - на кожному поверсі встановлені відеокамери, інформація з яких передається черговому;
 - регулярно проводяться спеціальні об'єктові тренування евакуації;
 - медичне обслуговування студентів проводиться в міській поліклініці № 26. Медичний пункт, що знаходиться в приміщенні коледжу, обладнаний усім необхідним для надання першої медичної допомоги. Щорічно для студентів працівники поліклініки проводять диспансеризацію, флюорографію, щеплення, медичні огляди;
 - ознайомлення здобувачів із відповідними правилами та проведення інструкціями з охорони праці (ведуться журнали з техніки безпеки);
- регулярно проводяться цільові інструктажі із студентами перед екскурсіями та спортивними змаганнями тощо.

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?

Освітня, організаційна, інформаційна, консультативна та соціальна підтримка здобувачів, що навчаються за ОП «Маркетинг», забезпечується роботою директора, відділень, структурних підрозділів та безпосередньо викладачами циклової комісії економіки, управління та адміністрування. Інформаційна підтримка забезпечується роботою сайту ХТЕК КНТЕУ (<https://htek.com.ua/>), де можна знайти посилання на нормативні документи, отримати доступ до публічної інформації. Така підтримка здійснюється під час спілкування студентів з кураторами, викладачами, адміністрацією. Студентам надається зі сторони керівництва коледжу організаційна підтримка у вирішенні адміністративних та організаційних питань навчання та побуту. Соціальна підтримка забезпечується відповідною інфраструктурою (гуртожиток, їдальня, медичний пункт). Активну участь у підтримці студентства з різних питань приймає студентське самоврядування ХТЕК КНТЕУ, яке має досить високий рівень автономії.

Оцінювання рівня задоволеності здобувачів вищої освіти освітньою, організаційною, інформаційною, консультативною та соціальною підтримкою здійснюється шляхом опитувань та аналізу його результатів. Рівень задоволеності здобувачів вищої освіти рівнем цієї підтримки відповідно до результатів опитувань (анкетувань) є достатнім.

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)

У ХТЕК КНТЕУ організація навчального процесу за ОП «Маркетинг» осіб з особливими освітніми потребами здійснюється відповідно до чинних норм законодавства. Для забезпечення умов доступності навчальних приміщень для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення в коледжі та на прилеглий території є в наявності: пандус з поручнем перед центральним входом в будівлю для безперешкодного доступу інвалідів; кабінка у туалеті загального користування для осіб з обмеженими фізичними можливостями та інших маломобільних груп населення; у фойє коледжу зона очікування та відпочинку для людей з обмеженими фізичними можливостями; місця паркування автотранспорту осіб з обмеженими фізичними можливостями; візуальна інформація (стенди, телевізійні екрани на кожному поверсі) та гучномовний зв'язок; обробка в зимовий період пандусу та підходу до коледжу протиожеледними матеріалами.

Особи з особливими освітніми потребами мають дистанційний доступ до навчально-методичних матеріалів.

Здобувачі вищої освіти з інвалідністю (I-III група) (загальна кількість здобувачів за ОП «Маркетинг» – 1 особа) отримують соціальну стипендію відповідно до Постанови КМУ «Деякі питання виплати соціальних стипендій студентам (курсантам) закладів вищої освіти» (зі змінами) від 28.12.2016 року, № 1045 (<https://bit.ly/2NX7rrH>).

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?

У ХТЕК КНТЕУ існує чітка та зрозуміла політика і процедури вирішення конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо), яка доступна для ознайомлення всім учасникам освітнього процесу. Зокрема, вона регулюється Правилами внутрішнього розпорядку (<https://bit.ly/38bvjrr>), Положенням про політику і процедуру вирішення конфліктних ситуацій у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/39e98sO>), Антикорупційною програмою ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/39jo4G7>). З метою врегулювання конфліктних ситуацій у ХТЕК КНТЕУ створено комісію з питань протидії корупції та комісію з питань етики та академічної доброчинності. У коледжі є телефон довіри, номер якого розміщений на сайті, а також скринька довіри, де студенти можуть залишати свої скарги в письмовому вигляді.

Під час реалізації ОП «Маркетинг» випадків, пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією, не було.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Процедура розробки, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2StwXX0>), Положенням про розроблення та реалізацію освітніх програм у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2StTWkL>), Положенням про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/39lrxnM>).

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

У коледжі функціонує система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності, яка складається з низки процедур і заходів. До таких процедур, безперечно, належить перегляд освітніх програм і, за необхідністю, внесення змін до них, що має на меті забезпечення відповідності змісту освітніх компонент встановленим програмним результатам навчання. Спонукає до перегляду можуть поточні зміни у законодавстві, новинки /відкриття (асортимент, технології, техніка); наукові дослідження у галузі; новітня інформація тощо.

Процедуру перегляду та внесення змін до ОП описано в Положенні Положенням про розроблення та реалізацію освітніх програм у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2StTWkL>).

Регулярний моніторинг та удосконалення освітніх програм ХТЕК КНТЕУ в процесі їх реалізації організовує гарант ОП із залученням членів робочої групи з метою забезпечення належного рівня освітніх послуг, формування конкурентоспроможних компетентностей та створення сприятливого й ефективного освітнього середовища для студентів. При цьому аналізуються: зміст освітніх програм за результатами останніх досліджень у відповідній галузі знань з метою забезпечення їх відповідності сучасним вимогам; зміни потреб суспільства; очікування, потреби та ступеня задоволення студентів стосовно освітньої програми.

Освітня діяльність ХТЕК КНТЕУ за ОП першого (бакалаврського) рівня здобуття вищої освіти почала здійснюватися у вересні 2018 року. За освітньою програмою, що проходить процедуру акредитації навчаються студенти, які здобули освіту за освітньо-кваліфікаційним рівнем «молодший спеціаліст»

спеціальності 075 «Маркетинг». Термін навчання за ОП – 1 рік 10 місяців. У 2020 відбудеться перший випуск бакалаврів. За Положенням (<https://bit.ly/2StTWkL>) освітні програми переглядаються регулярно, але не рідше одного разу на три роки. Але на запити стейкхолдерів вже розробляються певні зміни до ОП, зміст яких буде подано при самооцінці за критерієм «Перспективи подальшого розвитку ОП».

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

Зі здобувачами вищої освіти, які навчаються за ОП, цикловими комісіями налагоджений постійний зворотній зв'язок як необхідна складова внутрішнього забезпечення якості ОП. Проводяться періодичні опитування (<https://bit.ly/36TM8h2>). За результатами опитування, виявлено побажання молоді щодо посилення мовленнєвої підготовки, приділення значнішої уваги використанню технічних засобів навчання тощо.

Активну участь в обговоренні забезпечення якості ОП, беруть участь члени Ради студентського самоврядування І. Олішевко, А. Почепцова.

Складання освітніх програм, їх перегляд, внесення змін підпорядковане реалізації принципів студентоцентрованого навчання, що передбачено в Методичних рекомендаціях щодо реалізації студентоцентрованого підходу в навчанні за освітніми програмами в ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2ScaK0L>).

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

Згідно з Положенням про Раду студентського самоврядування ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/397IQbx>), члени органів студентського самоврядування мають право: брати участь в управлінні ХТЕК КНТЕУ у порядку, встановленому Законом України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 (<https://bit.ly/2vkAEq8>) та Положенням про ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/39jCFRR>); брати участь у заходах щодо забезпечення якості вищої освіти; вносити пропозиції щодо змісту навчальних планів і програм; звертатися з пропозиціями, заявами, клопотаннями до адміністрації щодо питань, що належать до кола повноважень студентського самоврядування, та отримувати відповіді щодо порушених питань; аналізувати та узагальнювати зауваження та пропозиції студентів щодо організації освітнього процесу, інших питань життєдіяльності ХТЕК КНТЕУ та звертатися до адміністрації з пропозиціями щодо їх вирішення; виносити на розгляд адміністрації питання, що потребують відповідних рішень; вносити пропозиції щодо контролю за якістю освітнього процесу, брати участь у вирішенні конфліктних ситуацій, що виникають між студентами, студентами та представниками адміністрації або викладачами.

Складником моніторингу питань, пов'язаних з ОП, є опитування студентів.

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

Для залучення роботодавців до процесу періодичного перегляду освітньої програми та забезпечення її якості розроблено анкети для виявлення недоліків і переваг ОП (<https://bit.ly/36TM8h2>); розроблено систему запитань для проведення інтерв'ювання потенційних роботодавців з метою визначення їх очікувань від рівня засвоєння компетентностей здобувачами вищої освіти, їх вмінь та навичок. ОП передбачено виробничу практику. У зв'язку з цим розроблено та впроваджено механізм надання роботодавцями індивідуальних характеристик здобувачів вищої освіти, які проходять практику на підпорядкованих їм підприємствах, організаціях, установах, що дозволяє визначити рівень сформованості компетентностей у кожного студента, виявити недоліки у їх формуванні, які мають системний характер, для подальшого їх усунення.

Найбільш гострою проблемою реалізації ОП для роботодавців є недостатність поєднання теоретичних знань та практичних навичок студентів. Постійні контакти з роботодавцями дозволяють отримувати актуальні вакансії з працевлаштування.

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

За ОП перший випуск здобувачів освіти очікується в червні 2020 року. Допомогти майбутнім випускникам у працевлаштуванні покликаний фахівець підрозділу сприяння працевлаштуванню випускників коледжу, який організовує роботу зі статистичною інформацією, з ознайомлення із організацією виробничих процесів в компаніях потенційних роботодавців. Використовує мережу Інтернет для постійного поновлення банку вакансій.

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?

У ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості освіти за час реалізації ОП «Маркетинг» були виявлені певні недоліки. Програма містить освітні компоненти, які не повністю відповідають її завданням. Це стосується таких дисциплін, як «Національні інтереси в світовій геополітиці та геоekonomіці», «Макроекономіка», «Фінанси, гроші та кредит». Частина освітніх компонент ОП передбачає формування лише загальних компетентностей.

До недоліків ОП можна віднести недостатність можливостей для формування у здобувачів вищої освіти соціальних навичок (soft skills), до яких належать навички комунікації, лідерські здібності, здатність брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, вміння вирішувати конфліктні ситуації, працювати в команді, управляти своїм часом, розуміння важливості дедлайнів, здатність логічно і системно мислити, креативність тощо. Пропозиції щодо виправлення вказаних недоліків будуть надіслані до КНТЕУ для обговорення на кафедрі «Маркетингу» і потім у визначеному порядку внесені в якості змін до ОП, яка відповідним чином буде перезатверджена.

До недоліків ОП можна віднести те, що здобувачі вищої освіти не були достатньо проінформовані щодо змін змісту певної освітньої компоненти, вимог, які висуваються задля успішного формування компетентностей були використані різноманітні форми стимулювання науково-педагогічних працівників та студентів. З метою вирішення означеної проблеми було рекомендовано використання науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти Порталу навчальних ресурсів та інформаційної підтримки освітнього процесу ХТЕК КНТЕУ (<https://dl.htek.com.ua/>)

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 враховані під час удосконалення цієї ОП?

Підготовка здобувачів освіти за ОП розпочалася у 2018 році. ОП проходить первинну акредитацію. Інші освітні програми, за якими здійснюється підготовка в коледжі, процедуру акредитації не проходили.

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

Для належного внутрішнього забезпечення якості ОП відбувається безперервний професійний розвиток педагогічних та науково-педагогічних працівників коледжу, що забезпечується системою наукових та методичних заходів різного рівня, зокрема: наукові (методологічні) семінари з актуальних питань науки, за участі науково-педагогічних працівників, студентів, роботодавців, практиків; методичні семінари з освітніх інновацій, актуальних питань якості навчання, викладання, оцінювання результатів навчання. На засіданнях циклових комісій розглядаються можливості реалізації результатів стажування, підвищення кваліфікації, результатів науково-дослідної роботи для забезпечення якості навчання за ОП.

Систематично проводяться заходи щодо ознайомлення здобувачів вищої освіти із сучасними тенденціями розвитку маркетингової науки та практики, зокрема, круглі столи «Інноваційні тенденції розвитку маркетингу» та «Актуальні концепції сучасного маркетингу: новий погляд», конкурси професійної майстерності та майстер-класи: Всеукраїнський студентський Конкурс торговельної реклами «Відеореclama [V]», Майстер-клас «Бізнес в Instagram», Майстер-клас «Просування в соціальних мережах: SMM-маркетинг».

Відбувається взаємодія з науково-педагогічними працівниками закладів вищої освіти України (Харківський державний університет харчування і торгівлі, Харківський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи», Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця), в ході якої обговорюються питання щодо удосконалення ОП.

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

Загальне керівництво і контроль реалізації освітніх програм у ХТЕК КНТЕУ здійснюється директором. Відповідальним за розроблення та реалізацію ОП є її гарант (керівник групи забезпечення спеціальності).

Якість освітньої діяльності забезпечується за рахунок взаємодії таких груп стейкхолдерів: Ї реалізація освітніх програм, поточний моніторинг (циклові комісії, гарант ОП, викладачі, які забезпечують освітні компоненти та ініціативні групи здобувачів освіти за програмою, роботодавці); Ї впровадження та адміністрування освітніх програм, моніторинг програм і потреб галузевого ринку праці (структурні підрозділи, які здійснюють освітню діяльність, Рада студентського самоврядування, роботодавці);

Ї рівень розроблення, експертизи, апробації, моніторингу академічної політики, документів, процедур, проектів (підрозділу сприяння працевлаштуванню випускників коледжу, навчально-методичний відділ, зовнішні стейкхолдери).

прийняття на рівні коледжу рішень щодо формування стратегії і політики забезпечення якості, затвердження нормативних актів, програм дій і конкретних заходів, затвердження та закриття освітніх програм (адміністративна рада, директор, педагогічна рада).

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

Правила і процедури, що регулюють права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу, визначені такими нормативними документами: Положення про організацію освітнього процесу у Харківському торговельно-економічному коледжі КНТЕУ (<https://bit.ly/2H6CAoD>); Положення про оцінювання результатів навчання у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2tDmvinc>); Положення про атестацію здобувачів освіти та екзаменаційну комісію з атестації у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/39gXZrl>); Положення про внутрішню систему якості освіти у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/39iypSB>); Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань здобувачів освіти у ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/37eq5ls>); Положення про індивідуальний навчальний план студента ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2SyUsxG>); Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти Харківського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ (<https://bit.ly/2OEbE3O>); Положення про порядок організації та проведення наукових заходів в Харківському торговельно-економічного коледжі КНТЕУ (<https://bit.ly/2tHAVfT>); Положення про організацію самостійної роботи студента в ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/376jsBK>); Положення про переведення студентів на вакантні місця державного замовлення в ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/2uv3CmZ>); Положення про відкриті заняття науково-педагогічних працівників в ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/3bn717Z>); Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність в ХТЕК КНТЕУ (<https://bit.ly/39l5Y6y>).

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

Адреса веб-сторінки, де розміщено ОП «Маркетинг» з метою ознайомлення зацікавлених сторін (здобувачів вищої освіти та роботодавців: <https://bit.ly/2Oc8pjF>)
Наразі, зауваження та пропозиції заінтересованих сторін (стейкхолдерів) приймаються з метою їх узагальнення та подальшого внесення до ОП в якості змін.

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

<https://bit.ly/2tgcRa7>

10. Навчання через дослідження

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

не застосовне

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

не застосовне

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

не застосовне

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

не застосовне

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)

не застосовне

Проаналізуйте, як ЗВО забезпечує можливості для долучення аспірантів (ад'юнктів) до

міжнародної академічної спільноти за спеціальністю, наведіть конкретні проекти та заходи не застосовне

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

не застосовне

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

не застосовне

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

не застосовне

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони ОП:

- розроблена на основі сучасних тенденцій розвитку науки і практики маркетингу та має міждисциплінарний характер;
- включає навчальні дисципліни, що дозволяють сформувати у студентів основні фахові компетентності програмні компетентності та програмні результати навчання відповідно до кваліфікаційних вимог, які висуваються до професії «Маркетолог»;
- розроблена на основі позитивного досвіду реалізації ОП інших ЗВО України, в першу чергу Київського національного торговельно-економічного університету, структурним підрозділом якого є ХТЕК КНТЕУ;
- поєднує дисципліни, що дозволяє студентам досягти як фахових і загальних компетентностей, так і програмних результатів навчання;
- враховує специфіку ХТЕК КНТЕУ, що дозволяє проводити підготовку бакалаврів з маркетингу на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»;
- спирається на якісне матеріально-технічне забезпечення: навчання відбувається в сучасні аудиторіях, обладнаних відповідно до потреб освітнього процесу;
- дозволяє залучати студентів до міжнародних програм зав'язків та обміну ХТЕК КНТЕУ, брати участь у міжнародних конкурсах та проходити практику у закордонних партнерів;
- зручна інфраструктура ХТЕК КНТЕУ створює студентам комфортні умови для навчання, наукової роботи, відпочинку та проведення дозвілля;
- формує у студентів загальні компетентності щодо аналізу та синтезу та формує гнучкість мислення;

Слабкі сторони ОП:

- велика кількість обов'язкових та вибіркових дисциплін, що формують загальні компетентності (зокрема, «національні інтереси в світовій геополітиці та геоекономіці», «макроекономіка», «фінанси, гроші та кредит» та ін.);
- незначна кількість дисциплін, що формують фахові компетентності та програмні результати навчання в сфері теорії та практики логістичного управління, методів, засобів транспортного забезпечення;
- недостатнє залучення практиків, експертів галузі та роботодавців до позааудиторних занять;
- обмежені фінансові можливості щодо вдосконалення освітньої програми шляхом залучення зовнішніх фахівців-практиків, топ-лекторів з даної сфери, професіоналів міжнародного рівня;
- недостатня кількість у програмі дисциплін, пов'язаних з торгівельною діяльністю та інформаційними технологіями у мережі Інтернет.

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

У ХТЕК КНТЕУ визначено перспективи розвитку ОП «Маркетинг»:

- з більшою ретельністю привести у відповідність фахових компетентностей та програмних результатів навчання відповідно до стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343;
- збільшити кількість дисциплін та проблемних питань стосовно торгівельної діяльності, маркетингу в мережі Інтернет та соціальних мережах;
- замінити окремі вибіркові дисципліни, які формують загальні компетенції (національні інтереси в світовій геополітиці та геоекономіці, макроекономіка, фінанси, гроші та кредит), на дисципліни що формують переважно фахові компетенції та програмні результати (ціни та ціноутворення; товарна політика, логістика);

- з метою формування професійних компетентностей щодо розробки маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності ввести дисципліну «Стратегічне управління» до циклу обов'язкових дисциплін;
- внести до переліку обов'язкових дисциплін «Психологію», яка в ОП включена до вибіркових. Це пов'язано із тим, що дана дисципліна формує основні загальні та професійні компетенції;
- кількісне та якісне вдосконалення наукової роботи шляхом реалізації практичних проектів з бізнес-структурами, органами місцевої влади, підприємствами регіону та міжнародними партнерами;
- удосконалення ресурсного забезпечення освітньої програми шляхом підвищення кваліфікації викладачів у маркетингових компаніях та бізнес-структурах, збільшення використання в освітньому процесі та науково-дослідній роботі прикладних програм, що сприяє підвищенню якості освіти. активізація участі студентів у програмах національної та міжнародної академічної мобільності (участь в програмі обміну студентів з іноземними країнами, проходження практики студентів за кордоном та ін.).

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: 24.02.2020 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	MD5- хеш файла	
ОК 13 Фінанси, гроші та кредит	навчальна дисципліна	OK13.pdf	xl3vSA126JEUCA1V1JKVfV5XuszEqg1OCyqzj7P26k=	Ноутбук Lenovo IdeaPad 330-15JGM, відеопроєктор BIG DLP42009
ОК 12 Основи реклами	курслова робота (проект)	OK12KP.pdf	Q2US3UfyGEKOCPEFzajlXINuu7LOBVz5pU62ay1ow6o=	Інтерактивна дошка Elite Panaboard UB-T880, відеопроєктор BenQ M5535
ОК 12 Основи реклами	навчальна дисципліна	OK12.pdf	xN2i/qblWaka64093aROteDhHUV9rwPqaz+KeZozq4+A=	Інтерактивна дошка Elite Panaboard UB-T880, відеопроєктор BenQ M5535
ОК 11 Промисловий маркетинг	навчальна дисципліна	OK11.pdf	rnwgRueLDhNEw7++aDbHQpezMmhBP9CD6Rz/dsX6yLA=	Інтерактивна дошка Elite Panaboard UB-T880, відеопроєктор BenQ M5535
ОК 10 Інформаційні системи і технології в управлінні підприємством	навчальна дисципліна	OK10.pdf	qXX/d9ULh/pkGUKGfiHm54MY3nccAlvmzRM8xoVqlaM=	Системні блоки Expert PC Basic, монітори Philips V-line, клавіатури Real-El Standard 502, миші комп'ютерні Maxxter MC-107, Багатофункціональний пристрій Canon i-SENSYS MF 3010, Інтерактивна дошка Panasonic Panaboard UB-T580-G
ОК 9 Менеджмент	навчальна дисципліна	OK9.pdf	NT7J3b+LW677nRHhgZeS8YkyasyL0/BKA4tQAFsVYxQ=	Ноутбук HP 250 G6, відеопроєктор Optoma S331
ОК 8 Поведінка споживача	навчальна дисципліна	OK8.pdf	m10AshfjHdzD9Kx8VyKEX0V+URb4WVQG87E1ZRj0hc=	Ноутбук HP 250 G6, Відеопроєктор Optoma S331
ОК 7 Економіко-математичне моделювання	навчальна дисципліна	OK7.pdf	We+GuYBb6unZCK6EfyqBu4gqqvLY6aLzSfND0n1rYMo=	Ноутбук Lenovo IdeaPad 330-15JGM, відеопроєктор BIG DLP4200-09
ОК 6 Маркетингові дослідження	курслова робота (проект)	OK6KP.pdf	mmRmxudWvyvC/OzR0WyeFzpvVPJALEuoLed1+XJSmKzl=	Інтерактивна дошка Elite Panaboard UB-T880, відеопроєктор BenQ M5535
ОК 6 Маркетингові дослідження	навчальна дисципліна	OK6.pdf	/U+Mfv/XG8Gt4LFz/TaK+nOEv36lyws1HJKUMDDVY=	Інтерактивна дошка Elite Panaboard UB-T880, відеопроєктор BenQ M5535
ОК 5 Макроекономіка	навчальна дисципліна	OK5.pdf	G3MFN/5CsDZHFCFAEekocfK5R1MIALAe7UbYdZGcwEQ=	Ноутбук Lenovo IdeaPad 330-15JGM, відеопроєктор BIG DLP4200-09
ОК 4 Основи маркетингу	навчальна дисципліна	OK4.pdf	fye3EszU2f+yT6TWZrRLRK3xDiY9+fjdMiqJffH6Ks=	Інтерактивна дошка Elite Panaboard UB-T880, відеопроєктор BenQ M5535
ОК 3 Мікроекономіка	навчальна дисципліна	OK3.pdf	XtsDTik8g6I9kYpqfLTdjUfVgYt4sL7KW7/ecudUyO0=	Ноутбук Lenovo IdeaPad 330-15JGM, відеопроєктор BIG DLP4200-09
ОК 2 Вища та прикладна математика	навчальна дисципліна	OK2.pdf	cyBrxalPSTW2zjZaPuLkjuoAtDsyNhiGfYaGfXsaBdg=	Системні блоки LENOVO M58P, монітори Dell E1715S, Клавіатури Logitech K120, миші комп'ютерна Omega OM-07, багатофункціональний пристрій Canon i-SENSYS MF 3010, інтерактивна дошка Panasonic Panaboard UB-T580-G
ОК 1 Іноземна мова за професійним спрямуванням	навчальна дисципліна	OK1.pdf	xaa36GPxkqj4Onl52fhlBrd/CXfy9vC+MTenMjBh/Zc=	Ноутбук Dell Inspiron 3552, відеопроєктор InFocus INV30, MP3-плеєр Auna RCD 220
ОК 14 Маркетинг послуг	навчальна дисципліна	OK14.pdf	sAgHTEdpUohN+JcNk+H3xpnlHs16gYwRAK0epgbPKKQ=	Інтерактивна дошка Elite Panaboard UB-T880, відеопроєктор BenQ M5535
ОК 15 Виробнича практика	практика	OK15.pdf	fDRRunPNAzza6DkDw30eh15yKfMxnxw7TftrN/22kVLs=	

* 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
311252	Непран Андрій Володимирович	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	Диплом кандидата наук ДК 051112, виданий 28.04.2009, Атестація доцента 12ДЦ 045488, виданий 15.12.2015	10	ОК 13 Фінанси, гроші та кредит	Підпункти 2, 3, 10, 13, 15, 17, 18 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. 30.2 1. Непран А. В. Формування та використання фінансового потенціалу інвестиційної діяльності в Україні. Фінанси України. 2016. № 9. С. 111–127. 2. Непран А. В. Удосконалення державної політики в сфері оновлення основних виробничих засобів. Фінанси України. 2016. № 11. С. 109–125. 3. Колупаєва І. В., Непран А. В. Податок на прибуток і його роль у нагромадження капіталу. Вісник КНТЕУ. 2017. № 4. С.157–174. 4. Гурова К. Д., Непран А. В. Аналіз зовнішньоторговельної діяльності на доходи економіки

						<p>України. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. № 2. С. 31-49.</p> <p>5. Непран А. В., Тимченко І. Е., Каменева Н. Н. Фискальна ефективність податку на додану вартість: економіка транспорту і промисловості. 2017. № 57. С. 66-75.</p> <p>6. Непран А. В., Тимченко І. В., Каменева Н. М. Роль запозичень у фінансуванні інвестиційної діяльності підприємств реального сектору економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2017. № 60. С. 216-223.</p> <p>30.3</p> <p>1. Страхування: підручник / За ред. І. В. Колупаєвої. Харків: Смуґаста типографія. 741 с. (гл. гл. 1, 5, 10-18). (ISBN 978-617-7602-22-3).</p> <p>2. Непран А. В., Тимченко І. Е. Основні проблеми, ризики та виклики розвитку державних фінансів. Реформування системи державних фінансів: завдання, пріоритети, механізми: монографія; за ред. І. В. Колупаєвої. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2018. С. 36-51. (ISBN978-617-7675-32-6)</p> <p>30.10</p> <p>01.09.2013-06.10.2015 р. завідувач кафедри обліку і аудиту Харківського економіко-правового університету</p> <p>30.13</p> <p>1. Непран А. В., Тимченко І. Е., Левчук О. М. Податкова система: Практикум Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2019. 255 с. (ISBN 978-617-7675-71-5).</p> <p>2. Непран А. В., Тимченко І. Е., Левчук О. М. Страхування: Практикум. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2019. 130 с. (ISBN 978-617-7675-70-8)</p> <p>3. Непран А. В., Левицька Є. Г. Методичні рекомендації та завдання до виконання курсових робіт з дисципліни «Організація, планування та управління» для студентів галузі знань 18 «Виробництво та технології» спеціальності 181 «Харчові технології» ступінь вищої освіти «молодший спеціаліст». Усі форми навчання. Харків: ХТЕК КНТЕУ. 2019. 42 с.</p> <p>30.15</p> <p>1. Непран А. В. Міжбюджетні відносини і фінансові основи місцевого самоврядування. Стан та перспективи розвитку невиробничої сфери економіки: регіональні особливості: зб. тез доповідей Міжнар. наук. інтернет-конф., 17 листопада 2017 р., Харків: КНТЕУ, ХТЕК КНТЕУ, 2017. С. 126-127.</p> <p>2. Непран А. В. Стратегічні завдання та заходи щодо зниження ризиків та загроз державних фінансів України. Фінансова система України: актуальні питання, досягнення та можливості розвитку: матеріали XI симпозиуму, 22 листопада 2018 р. Харківський інститут фінансів. 2018. С. 159-160.</p> <p>3. Непран А. В., Даудова Г. В. Міжбюджетні відносини і фінансові основи місцевого самоуправління. Стан та перспективи розвитку невиробничої сфери економіки: регіональні особливості: зб. тез доповідей Міжнар. наук. інтернет-конф., 17 листопада 2017 р. КНТЕУ, ХТЕК КНТЕУ. 2017. С. 126-127.</p> <p>4. Непран А. В. Про можливість повернення до прогресивного оподаткування заробітної плати в Україні. Трансформація економіки та права в умовах системних реформ України: зб. наукових праць за матеріалами Всеукр. наук.-практ. конф., 27 жовтня 2017 р., Одеса, ОТЕК КНТЕУ, 2017. С. 150-151.</p> <p>5. Непран А. В., Нечволод М. О., Терлецька А. В. Розвиток ринку страхування кредитів як важливий елемент забезпечення стабільності банківської системи України. Актуальні проблеми сьогодення у сфері фінансів, обліку та аудиту: тези доповідей інтернет-конференції, 24-25 травня 2018 р. Хмельницький: ХКТЕК. 2018. С. 529-532.</p> <p>6. Непран А. В. Роль банків в фінансовому забезпеченні інвестицій в основний капітал. Фінансово-економічні важелі розвитку невиробничої сфери в умовах нестабільності. зб. тез доповідей Міжн. наук.-практ. конф. Харків, 17-18 листопада 2016. С. 149-150.</p> <p>30.17</p> <p>20.05.1997-31.12.2004 - економіст I категорії відділу науково-виробничих формувань Інституту аграрної економіки УААН (м. Харків).</p> <p>18)</p> <p>Надання інформаційно-консультативних послуг ТОВ (науково-виробнича фірма) «МІДІЕСЛ» (договір № 30 від 14 вересня 2017 р.).</p>
58034	Кривошеєва Надія Михайлівна	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	29	ОК 12 Основи реклами	<p>Підпункти 2, 3, 10, 13, 14, 15, 16, 17 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>30.2</p> <p>1. Кривошеєва Н. М. Інформаційне забезпечення потреб сучасного підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. Вип. 1 (17). Ч. 2. Харків: ХДУХТ, 2013. С. 170-178.</p> <p>2. Кривошеєва Н. М., Дюкарева Г. І., Соколовська О. О. Формування ринку кондитерських виробів в Україні. Прогресивні техніки та технології харчових виробництв, ресторанного господарства і торгівлі: зб. наук. праць. Вип. 2 (18). Харків: ХДУХТ, 2013. С. 187-195.</p> <p>3. Дюкарева Г. І., Кривошеєва Н. М., Гасанова Г. Е. Дослідження споживчого сприйняття бісквітів лікувально-профілактичного призначення. Вісник Львівської комерційної академії. Серія товарознавча: зб. наук. праць. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. Вип. 13. С. 17-25.</p> <p>4. Кривошеєва Н. М., Соболев В. Л. Кулхантинг - новітній інструмент маркетингових досліджень. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. Вип. 1 (13). Харків: ХДУХТ, 2011. С. 658-663.</p> <p>5. Кривошеєва Н. М., Дюкарева Г. І., Білецька Я. О. Дослідження впливу споживчих переваг на формування асортименту зефіру у роздрібній мережі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. Харків: ХДУХТ, 2011. Вип. 1 (13). С. 674-683.</p> <p>30.3</p> <p>3. Савицька Н. Л., Афанасьєва О. П., Кривошеєва Н. М. та ін. Маркетинг: Навч. посіб. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 296 с. (18,5 д. а.).</p> <p>4. Радченко Л. О., Гасанова А. Е., Кривошеєва Н. М. Дипломне проектування підприємств хлібопекарської, кондитерської, макаронної та харчоконцентратної</p>

						<p>промисловості : Навч. посіб. Харків: Факт. 2016. 154 с. (9,6 д. а.).</p> <p>30.10 Завідувач циклової комісії економіки, маркетингу, обліку та фінансів ХТЕК КНТЕУ, 2015-2017 рр.</p> <p>30.13 1. Радченко Л. О. Часопис – 2018. Інформаційне історико-довідкове видання / Л. О. Радченко, Л. М. Біленко, Г. М. Гузенко, Л. В. Ершова, Н. М. Кривошеєва, А. О. Правда, Н. В. Скіндер / За заг. ред. канд. екон. наук, проф. Л. О. Радченко. Харків : Вид. «Goodprint», 2019. 218 с. (13,6 д. а.).</p> <p>2. Радченко Л. О. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29-30 травня 2019 р. / Л. О. Радченко, Л. М. Біленко, Г. М. Гузенко, Л. В. Ершова, Н. М. Кривошеєва, С. О. Руденко, М. В. Триняк / За заг. ред. Л. О. Радченко. Харків : Вид. «Goodprint», 2019. 243 с. (15,2 д. а.).</p> <p>5. Кривошеєва Н. М. Методичні рекомендації до виконання курсових робіт з дисципліни «Основи реклами» для студентів ступеня вищої освіти «бакалавр», спеціальності 075 «Маркетинг». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. 35 с.</p> <p>6. Кривошеєва Н. М. Методичні рекомендації до виконання курсових робіт з дисципліни «Основи маркетингу» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст», спеціальності 075 «Маркетинг» Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2017. 30 с.</p> <p>7. Кривошеєва Н. М. Методичні рекомендації до виконання курсових робіт з дисципліни «Комерційна діяльність» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст», спеціальності 075 «Маркетинг». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2018. 27 с.</p> <p>6. Кривошеєва Н. М. Методичні рекомендації до самостійної індивідуальної роботи студентів «Мій заклад туристичного бізнесу» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст», спеціальності 242 «Туризм». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2017. 35 с.</p> <p>30.14 Керівництво студентським науковим гуртком «ТОП-маркетолог».</p> <p>30.15 1. Кривошеєва Н. М., Гузенко Г. М. Парадигма розвитку цифрового маркетингу в Україні. Економіка, облік, фінанси і право: аналіз тенденцій і перспективи розвитку: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конфер. (24 жовтня 2019 р., м. Полтава). Полтава : ЦФЕНД. 2019. С. 33-35.</p> <p>2. Гузенко Г. М., Кривошеєва Н. М. Перспективи розвитку інновацій в економічній освіті України. Проблеми та перспективи розвитку системи вищої освіти в Україні: зб. тез доп. Всеукр. наук.-метод. інтернет-конфер. (7 жовтня 2019 р., м. Харків). Харків : ХНУБА. 2019. С. 16-18.</p> <p>3. Kryvosheyeva N., Koralewski J., Tsarenko Y. Problems of remote study implementation based on e-learning in the education system of Ukraine. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29-30 травня 2019 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. С. 168-172.</p> <p>4. Кривошеєва Н. М., Чобану О., Дем'янов М. Науково-дослідницький потенціал в освітньому середовищі закладу вищої освіти. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конфер., 29-30 травня 2019 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. С. 59-64.</p> <p>5. Guzenko G., Kryvosheyeva N., Grover A. Innovation of the educational process in the conditions of information society. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29-30 травня 2019 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. С. 164-168.</p> <p>30.16 Член Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу».</p> <p>30.17 Нормувальник планово-фінансового відділу Роздрібного об'єднання «Промтовари-1», 1980-1988 рр.</p> <p>30.18 Наукове консультування ТОВ «УКР СПЕЦ ТРЕЙД ТДС» за темою «Розробка рекомендацій щодо організації дистрибуторської діяльності торговельного підприємства», 2011-2012 рр.</p>	
311205	Богоявленський Олег Володимирович	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	Диплом кандидата наук ЕК 027721, виданий 22.02.1989, Атестат доцента АР 000841, виданий 11.10.1994	30	ОК 11 Промисловий маркетинг	<p>Підпункти 2, 3, 10, 11, 13, 15, 17, 18 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>30.2 1. Богоявленський О. В., Попова І. В. Маркетингові стратегії у розвитку фітнес-індустрії. Інфраструктура ринку. 2019. № 32. С. 89-94. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/32-2019</p> <p>2. Богоявленський О. В., Гриб С. В., Шеховцов С. С. Формування бренду промислового підприємства, орієнтованого на зовнішньоекономічну діяльність. Інфраструктура ринку. 2019. № 32. С. 75-80. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/32-2019</p> <p>3. Богоявленський О. В., Зінченко Д. С. Управління процесами формування лояльності клієнтів торгових мереж. Причорноморські економічні студії. Одеса, 2019. Випуск 42. С. 55-59. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/42_2019/12.pdf.</p> <p>4. Богоявленський О. В. Національний брендинг як шлях підвищення конкурентоспроможності української продукції. Інфраструктура ринку. 2018. № 17. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/17-2018.</p> <p>5. Богоявленський О. В., Остапенко О. Д. Особливості створення і просування українських брендів на міжнародних ринках. Економіка та суспільство. 2018. № 16. URL: http://economyandsociety.in.ua.</p> <p>6. Богоявленський О. В. Маркетингові чинники підвищення конкурентоспроможності української економіки в умовах економічної кризи. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2015. № 2 (79). С. 25-33.</p> <p>30.3</p>

						<p>1. Богоявленський О. В., Дорошенко Г. О. та ін. Менеджмент : навчальний посібник ; за заг. ред. Г. О. Дорошенко. Харків : ВСВ-Принт. 2015. 299 с.</p> <p>2. Богоявленський О. В., Дорошенко Г. О. та ін. Маркетинг : навчальний посібник ; за заг. ред. О. Г. Дорошенко. Харків : ТОВ «Тім Пабліш Груп». 2016. Темі 4, 8. С. 97-155, 239-313.</p> <p>30.10 Завідувач кафедри менеджменту ХІФ КНТЕУ (2015-2019 рр.).</p> <p>30.11</p> <p>1. Офіційний опонент здобувача наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.02 – менеджмент Зими Олександра Григоровича. Тема дисертації: «Активізація людського фактору в процесі виробництва на промисловому підприємстві». Харківський економічний університет, 1995 р.</p> <p>3. Офіційний опонент здобувача наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.03 – маркетинг Гатоматіса Панаягіотіса. Тема дисертації «Інформаційна підтримка маркетингових рішень». Харківський економічний університет, 1995 р.</p> <p>4. Офіційний опонент здобувача наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.03 – маркетинг Комарист Олени Іванівни. Тема дисертації «Організація цінової роботи на підприємстві». Харківський економічний університет, 1996 р.</p> <p>5. Офіційний опонент здобувача наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.07.03 – економіка будівництва Легейди Олени Володимирівни. Тема дисертації «Організаційно-економічний механізм фірмового сервісу складнотехнічного обладнання на принципах франчайзингу». Харківський державний політехнічний університет, 1997 р.</p> <p>30.13</p> <p>1. Богоявленський О. В., Кудінова М. М. Маркетинг : Збірник задач і ситуаційних вправ для студентів денної та заочної форми навчання, освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» напряму підготовки 6.030508 «Фінанси і кредит», 6.030509 «Облік і аудит». Харків : ХІФ УДУФМТ, 2010, 160 с.</p> <p>2. Богоявленський О. В. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг». Харків : УкрДАЗТ, 2002. ч. 1. 41 с.</p> <p>3. Богоявленський О. В. Конспект лекцій з дисципліни «Товарознавство» для студентів спеціальності «Маркетинг». Харків : УкрДАЗТ, 2003. 42 с.</p> <p>4. Богоявленський О. В. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингові дослідження» для студентів спеціальності «Маркетинг». Харків : УкрДАЗТ, 2002. 41 с.</p> <p>5. Богоявленський О. В. Конспект лекцій з дисципліни «Промисловий маркетинг» для студентів спеціальності «Маркетинг». Харків : УкрДАЗТ, 2003. 42 с.</p> <p>30.15</p> <p>1. Богоявленський О. В. Імідж країни як фактор конкурентоспроможності національної економіки. Удосконалення механізмів регулювання фінансово-економічного забезпечення сталого розвитку підприємств і регіонів: матеріали VIII Симпозіуму (19 листопада 2015 р.) Міністерство освіти і науки України; Харківський інститут фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі. Харків : ХІФ УДУФМТ, 2015. С. 349-351.</p> <p>2. Богоявленський О. В. Тенденції розвитку банківського маркетингу. Соціально-економічний розвиток системи фінансів і управління в інноваційному середовищі: проблеми, ефективність, перспективи : тези доповідей IX симпозіуму. Харків : ХІФ КНТЕУ, 2016. С. 267-270.</p> <p>3. Белянінова Ю. Ш., Богоявленський О. В. Проблеми становлення української моделі корпоративної культури. Удосконалення механізмів регулювання фінансово-економічного забезпечення сталого розвитку підприємств і регіонів : Матеріали VIII Симпозіуму (19 листопада 2015 р.), Харківський інститут фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі. Харків : ХІФ УДУФМТ, 2015. С. 346-349.</p> <p>4. Чехранова А. В., Богоявленський О. В. Особенности кросс-культурного менеджмента с бизнесом исламского мира. Scientific Journal «ScienceRise» 2014. № 5/3(5). С. 67-74. URL: http://journals.urau.ua/sciencerrise/article/view/32890/31909.</p> <p>5. Богоявленський О. В. Міжнародна конкурентоспроможність країни: теоретико-методологічний аспект. Соціально-економічні проблеми функціонування фінансових систем в умовах інтеграційних процесів : матеріали VII Симпозіуму Харківського інституту фінансів УДУФМТ. Харків : ХІФ УДУФМТ, 2014. С. 345-347.</p> <p>30.17 Директор ПФ «Марко Поло» червень 1997 р. – квітень 2013 р.</p> <p>30.18 Консультавання ТОВ «Харківське інструментальне підприємство (ХІП)» з січня 2017 року.</p>
9813	Водолаженко Олександр Володимирович	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	Диплом кандидата наук ФМ 031832, виданий 01.06.1988, Аттестат доцента ДЦАР 002855, виданий 06.10.1995	29	<p>OK 10 Інформаційні системи і технології в управлінні підприємством</p> <p>Підпункти 10, 13, 15, 16, 17 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>30.10 Організаційна робота на посаді заступника завідувача кафедри математики Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди з 2010 р.</p> <p>30.13</p> <p>1. Методичні вказівки з курсової роботи з курсу «Математичний аналіз» для студентів денної та заочної форм навчання напряму 014 Середня освіта (Математика) / Упоряд.: І. Г. Яловега, О. В. Водолаженко. Харків : ХНПУ імені Г. С. Сковороди. 2018. 31 с. (1,7 а. л.)</p> <p>2. Водолаженко О. В., Чувилюк В. І. Пакет динамічної геометрії GeoGebra як інструмент формування предметної компетентності студентів-математиків. Науково-дослідна робота студентів як чинник удосконалення професійної підготовки майбутнього вчителя : зб. наук. пр. / редкол. : Л. І. Білоусова та ін. Харків, 2018. Вип. 17. С. 61-64. (0,25 а. л.)</p> <p>3. Водолаженко О. В., Моргун М. О. Методика використання геометричних перетворень при розв'язуванні задач на побудову. Науково-дослідна</p>

						<p>робота студентів як чинник удосконалення професійної підготовки майбутнього вчителя: зб. наук. пр. / редкол. : Л. І. Білоусова та ін. Харків, 2018. Вип. 17. С. 55-60. (0,38 а. л.).</p> <p>4. Водолаженко О. В., Кунічева Т. П., Храпач Я. О. Практичні роботи в Microsoft Word. Харків: Факт, 2016. 52 с. (2,17 а. л.).</p> <p>30.14 Керівництво постійно діючою студентською проблемною групою «Математичні пакети в науково-методичній роботі майбутнього вчителя».</p> <p>30.15 1. Водолаженко О. В., Кунічева Т. П. Когнітивні карти в навчальному курсі «Інтернет-реклама в туризмі» Наукова робота молоді – ефективна освіта, сильне суспільство : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих учених (22 березня 2016 р., м. Харків). Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2016. С. 262–264. (0,08 а. л.) 2. Водолаженко О. В., Кунічева Т. П. Математичні пакети – інструмент викладача коледжу. Удосконалення освітнього процесу на основі інформаційно-комунікаційних технологій: збірник матеріалів XVI обл. наук.-метод. конф. педагогічних працівників ВНЗ І-ІІ рівнів акредитації Харківської області, 24 лютого 2017 р. / ред. група: В. Д. Мороз та інші. Харків: ХДАК. 2017. С. 71–74. (0,125 а. л.) 3. Водолаженко О. В., Кунічева Т. П., Храпач Я. О., Шевченко К. М. Інформаційно-комунікаційні технології як основа формування концептуального простору при вивченні аналітичної геометрії. Science Rise. 2017. № 5(34). Р. 58–61. (0,11 а. л.). DOI: 10.15587/2313-8416.2017.101438. 4. Водолаженко О. В., Кунічева Т. П. Використання інформаційно-комунікаційних технологій для формування концептуального простору при вивченні аналітичної геометрії. Інтегративні функції життєтворчості: освітній вимір сучасних реалій : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 29–31 травня 2017 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ, 2017. С. 90–95. (0,11 а. л.) 5. Водолаженко О. В., Кунічева Т. П., Храпач Я. О., Шевченко К. М. Інформаційно-комунікаційні технології як основа формування концептуального простору при вивченні аналітичної геометрії. Science Rise, № 5(34), 2017, Р. 58–61. 6. Водолаженко А. В., Кунічева Т. П. Корректировка учебной деятельности студентов колледжа на основе комплексного анализа их успеваемости. Інноваційно-інвестиційна стратегія сталого розвитку України: сучасний стан та перспективи: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. викладачів, науковців та аспірантів (29-31 травня 2018 р. м. Харків) ; за заг. ред. Л. О. Радченко. Харків : Вид. «Goodprint». 2018. С. 77–80. (0,15 а. л.). 7. Водолаженко О. В., Моргун М. О. Методика використання геометричних перетворень при розв'язуванні задач на побудову. Науково-дослідна робота студентів як чинник удосконалення професійної підготовки майбутнього вчителя : зб. наук. пр. Харків, 2018. Вип. 17. С. 55–60. (0,38 а. л.).</p> <p>30.16 Участь у професійних об'єднаннях за спеціальністю: участь в роботі Харківського університетського консорціуму з удосконалення викладання математичних дисциплін на базі опорної кафедри (кафедра вищої математики та інформатики ХНУ імені В. Н. Каразіна).</p> <p>30.17 39 років.</p>	
274144	Болотова Тетяна Миколаївна	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	Диплом кандидата наук ДК 062869, виданий 10.11.2010, Атестат доцента 12ДЦ 037667, виданий 17.01.2014	0	OK 9 Менеджмент	<p>Підпункти 1, 2, 3, 10, 15 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>30.1 Болотова Т. М., Галушко В. П., Макаров В. И., Величко В. Ю. О теоретических основах модели CVP-анализа ITHEA International Journal "INFORMATION TECHNOLOGIES & KNOWLEDGE" (I ITK) Volume 12, Number 1, 2018 ISSN 1313-0455 (printed) ISSN 1313-048X (online).</p> <p>30.2 1. Болотова Т. М. Аналитические уравнения производственных функций в растениеводстве как следствие законов физиологии растений. Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучаєва. Серія: Економічні науки. 2018. № 1. С. 297–303. 2. Болотова Т. М. Критерии рисков в модели CVP – анализа. Регіональна економіка та управління. 2018. № 2(20). С. 13–16. 3. Онісіфорова В. Ю., Болотова Т. М., Остапенко Л. О. Аналіз ринку страхових послуг України. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2018. № 2. С. 137–149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2018_2_13. 4. Болотова Т. Н., Лушникова Е. Н. Производственные функции зерновых культур и севооборот. Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки. 2013. № 3. С. 61–71. 5. Болотова Т. Н. Методология экономического анализа агротехнологий в растениеводстве на базе трехфакторных производственных функций. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 2(5) Т. 3. 2012. С.35–49.</p> <p>30.3 1. Ульяновченко О. В., Цигігал П. Ф., Олійник О. В., Болотова Т. М. Управління проектами. Навчальний посібник. Харків : ХНАУ ім. В. В. Докучаєва. 2010. 522 с. 2. Болотова Т. М., Деділова Т. В., Онісіфорова В. Ю., Токар І. І. Економіка виробництва : Навчальний посібник (гриф МОН України). Харків : Вид-во ХНАДУ. 2014. 136 с.</p> <p>30.10 Виконання обов'язків завідувача ЦК економіки та маркетингу ХТЕК КНТЕУ, 2018–2019 навчальний рік</p> <p>30.15 1. Болотова Т. М., Крюкова О. М., Василик С. К., Кетова Т. Б., Левицька Є. Г., Грувер В., Мітрович В. Вплив рівня освіти населення на індекс людського розвитку. ScienceRise 2019; 0 (5) : 14-18; 10.15587/2313 - 8416.2019.168941; Language: UK/ 2. Крюкова О. М., Серова І. А., Болотова Т. М. Комунікаційна складова у формуванні інтерактивного рівня самостійної роботи студентів. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи</p>

						<p>розвитку: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29-30 травня 2019 р. Харків, 2019. С. 87-94.</p> <p>3. Кетова Т. Б. Василик С. К., Болотова Т. М. Посилення ролі самостійної роботи студентів для опанування цілей сталого розвитку при підготовці менеджерів. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29-30 травня 2019 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. С. 104-110.</p> <p>4. Кетова Т. Б. Болотова Т. М., Крюкова О. М. Імідж викладача та використання інформаційно-комунікаційних методів навчання як запорука висококваліфікованого фахівця. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків (29-30 травня 2019 р., м. Харків). Харків, 2019. С. 64-66.</p> <p>5. Болотова Т. Н., Макаров В. И. Геометрическая интерпретация законов физиологического развития растений. Algebraic and geometric methods of analysis» Book of abstracts: Interna'onal scien'fic conference. May 30 – June 4, 2018. Odesa. Ukraine. P. 97-98</p> <p>6. Болотова Т. М. Переваги та недоліки реформ вищої освіти. Тенденції розвитку сучасної вищої школи: проблеми впровадження освітньої та науково-інноваційної діяльності : матеріали Всеукр. наук.-метод. Інтернет-конф. 16 травня 2018 р. Харків : ХНАУ. С. 191-193.</p> <p>7. Болотова Т. М. Профессиональная адаптация преподавателей ВУЗов и проблемы с ней связанные. Тенденції розвитку сучасної вищої школи: проблеми впровадження освітньої та науково-інноваційної діяльності : матеріали Всеукр. наук.-метод. Інтернет-конф. 16 травня 2018 р. Харків : ХНАУ. С. 166-168.</p>
311205	Богоявленський Олег Володимирович	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	Диплом кандидата наук ЕК 027721, виданий 22.02.1989, Атестат доцента АР 000841, виданий 11.10.1994	30	<p>OK 8 Поведінка споживача</p> <p>Підпункти 2, 3, 10, 11, 13, 15, 17, 18 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності 30.2</p> <p>1. Богоявленський О. В., Попова І. В. Маркетингові стратегії у розвитку фітнес-індустрії. Інфраструктура ринку. 2019. № 32. С. 89-94. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/32-2019</p> <p>2. Богоявленський О. В., Гриб С. В., Шеховцов С. С. Формування бренду промислового підприємства, орієнтованого на зовнішньоекономічну діяльність. Інфраструктура ринку. 2019. № 32. С. 75-80. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/32-2019</p> <p>3. Богоявленський О. В., Зінченко Д. С. Управління процесами формування лояльності клієнтів торгових мереж. Причорноморські економічні студії. Одеса, 2019. Випуск 42. С. 55-59. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/42_2019/12.pdf.</p> <p>4. Богоявленський О. В. Національний брендинг як шлях підвищення конкурентоспроможності української продукції. Інфраструктура ринку. 2018. № 17. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/17-2018.</p> <p>5. Богоявленський О. В., Остапенко О. Д. Особливості створення і просування українських брендів на міжнародних ринках. Економіка та суспільство. 2018. № 16. URL: http://economyandsociety.in.ua.</p> <p>6. Богоявленський О. В. Маркетингові чинники підвищення конкурентоспроможності української економіки в умовах економічної кризи. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2015. № 2 (79). С. 25-33.</p> <p>30.3</p> <p>1. Богоявленський О. В., Дорошенко Г. О. та ін. Менеджмент : навчальний посібник ; за заг. ред. Г. О. Дорошенко. Харків : ВСВ-Принт. 2015. 299 с.</p> <p>2. Богоявленський О. В., Дорошенко Г. О. та ін. Маркетинг : навчальний посібник ; за заг. ред. О. Г. Дорошенко. Харків : ТОВ «Тім Пабліш Груп». 2016. Теми 4, 8. С. 97-155, 239-313.</p> <p>30.10</p> <p>Завідувач кафедри менеджменту ХІФ КНТЕУ (2015-2019 рр.).</p> <p>30.11</p> <p>1. Офіційний опонент здобувача наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.02 – менеджмент Зими Олександра Григоровича. Тема дисертації: «Активізація людського фактору в процесі виробництва на промисловому підприємстві». Харківський економічний університет, 1995 р.</p> <p>3. Офіційний опонент здобувача наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.03 – маркетинг Гатоматіса Пангіотіса. Тема дисертації «Информационная поддержка маркетинговых решений». Харківський економічний університет, 1995 р.</p> <p>4. Офіційний опонент здобувача наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.03 – маркетинг Комарист Олени Іванівни. Тема дисертації «Організація цінової роботи на підприємстві ». Харківський економічний університет, 1996 р.</p> <p>5. Офіційний опонент здобувача наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.07.03 – економіка будівництва Легейди Олени Володимирівни. Тема дисертації «Організаційно-економічний механізм фірмового сервісу складнотехнічного обладнання на принципах франчайзингу». Харківський державний політехнічний університет, 1997 р.</p> <p>30.13</p> <p>1. Богоявленський О. В., Кудінова М. М. Маркетинг : Збірник задач і ситуаційних вправ для студентів денної та заочної форми навчання, освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» напряму підготовки 6.030508 «Фінанси і кредит», 6.030509 «Облік і аудит». Харків : ХІФ УДУФМТ, 2010, 160 с.</p> <p>2. Богоявленський О. В. Конспект лекцій з дисципліни «Товарознавство» для студентів спеціальності «Маркетинг». Харків : УкрДАЗТ, 2002. ч. 1. 41 с.</p> <p>3. Богоявленський О. В. Конспект лекцій з дисципліни «Товарознавство» для студентів спеціальності «Маркетинг». Харків : УкрДАЗТ, 2003. 42 с.</p> <p>4. Богоявленський О. В. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингові дослідження» для студентів спеціальності «Маркетинг». Харків : УкрДАЗТ, 2002. 41 с.</p>

						<p>5. Богоявленський О. В. Конспект лекцій з дисципліни «Промисловий маркетинг» для студентів спеціальності «Маркетинг». Харків : УкрДАЗТ, 2003. 42 с. 30.15</p> <p>1. Богоявленський О. В. Імідж країни як фактор конкурентоспроможності національної економіки. Удосконалення механізмів регулювання фінансово-економічного забезпечення сталого розвитку підприємств і регіонів: матеріали VIII Симпозіуму (19 листопада 2015 р.) Міністерство освіти і науки України; Харківський інститут фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі. Харків : ХІФ УДУФМТ, 2015. С. 349-351.</p> <p>2. Богоявленський О. В. Тенденції розвитку банківського маркетингу. Соціально-економічний розвиток системи фінансів і управління в інноваційному середовищі: проблеми, ефективність, перспективи : тези доповідей ІХ симпозіуму. Харків : ХІФ КНТЕУ, 2016. С. 267-270.</p> <p>3. Белянінова Ю. Ш., Богоявленський О. В. Проблеми становлення української моделі корпоративної культури. Удосконалення механізмів регулювання фінансово-економічного забезпечення сталого розвитку підприємств і регіонів : Матеріали VIII Симпозіуму (19 листопада 2015 р.), Харківський інститут фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі. Харків : ХІФ УДУФМТ, 2015. С. 346-349.</p> <p>4. Чехранова А. В., Богоявленський О. В. Особенности кросс-культурного менеджмента с бизнесом исламского мира. Scientific Journal «ScienceRise» 2014. № 5/3(5). С. 67-74. URL: http://journals.urau.ua/sciencrise/article/view/32890/31909.</p> <p>5. Богоявленський О. В. Міжнародна конкурентоспроможність країни: теоретико-методологічний аспект. Соціально-економічні проблеми функціонування фінансових систем в умовах інтеграційних процесів : матеріали VII Симпозіуму Харківського інституту фінансів УДУФМТ. Харків : ХІФ УДУФМТ, 2014. С. 345-347.</p> <p>30.17 Директор ПФ «Марко Поло» червень 1997 р. - квітень 2013 р. 30.18 Консультавання ТОВ «Харківське інструментальне підприємство (ХІП)» з січня 2017 року.</p>
58034	Кривошеєва Надія Михайлівна	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	29	ОК 14 Маркетинг послуг	<p>Підпункти 2, 3, 10, 13, 14, 15, 16, 17 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності 30.2</p> <p>1. Кривошеєва Н. М. Інформаційне забезпечення потреб сучасного підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. Вип. 1 (17). Ч. 2. Харків : ХДУХТ, 2013. С. 170-178.</p> <p>2. Кривошеєва Н. М., Дюкарева Г. І., Соколовська О. О. Формування ринку кондитерських виробів в Україні. Прогресивні техніка та технології харчових виробництв, ресторанного господарства і торгівлі: зб. наук. праць. Вип. 2 (18). Харків : ХДУХТ. 2013. С. 187-195.</p> <p>3. Дюкарева Г. І., Кривошеєва Н. М., Гасанова Г. Е. Дослідження споживчого сприйняття бісквітів лікувально-профілактичного призначення. Вісник Львівської комерційної академії. Серія товарознавча : зб. наук. праць. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. Вип. 13. С. 17-25.</p> <p>4. Кривошеєва Н. М., Соболев В. Л. Кулхантинг – новітній інструмент маркетингових досліджень. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. Вип. 1 (13). Харків : ХДУХТ, 2011. С. 658-663.</p> <p>5. Кривошеєва Н. М., Дюкарева Г. І., Білецька Я. О. Дослідження впливу споживчих переваг на формування асортименту зефіру у роздрібній мережі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. Харків : ХДУХТ, 2011. Вип. 1 (13). С. 674-683.</p> <p>30.3</p> <p>3. Савицька Н. Л., Афанасьєва О. П., Кривошеєва Н. М. та ін. Маркетинг : Навч. посіб. Харків : Видавництво Іванченко І. С., 2017. 296 с. (18,5 д. а.).</p> <p>4. Радченко Л. О., Гасанова А. Е., Кривошеєва Н. М. Дипломне проектування підприємств хлібопекарської, кондитерської, макаронної та харчоконцентратної промисловості : Навч. посіб. Харків: Факт. 2016. 154 с. (9,6 д. а.).</p> <p>30.10 Завідувач циклової комісії економіки, маркетингу, обліку та фінансів ХТЕК КНТЕУ, 2015-2017 рр.</p> <p>30.13</p> <p>1. Радченко Л. О. Часопис – 2018. Інформаційне історико-довідкове видання / Л. О. Радченко, Л. М. Біленко, Г. М. Гузенко, Л. В. Ершова, Н. М. Кривошеєва, А. О. Правда, Н. В. Скіндер / За заг. ред. канд. екон. наук, проф. Л. О. Радченко. Харків : Вид. «Goodprint», 2019. 218 с. (13,6 д. а.).</p> <p>2. Радченко Л. О. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29-30 травня 2019 р. / Л. О. Радченко, Л. М. Біленко, Г. М. Гузенко, Л. В. Ершова, Н. М. Кривошеєва, С. О. Руденко, М. В. Триняк / За заг. ред. Л. О. Радченко. Харків : Вид. «Goodprint», 2019. 243 с. (15,2 д. а.).</p> <p>5. Кривошеєва Н. М. Методичні рекомендації до виконання курсових робіт з дисципліни «Основи реклами» для студентів ступеня вищої освіти «бакалавр», спеціальності 075 «Маркетинг». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. 35 с.</p> <p>6. Кривошеєва Н. М. Методичні рекомендації до виконання курсових робіт з дисципліни «Основи маркетингу» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст», спеціальності 075 «Маркетинг» Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2017. 30 с.</p> <p>7. Кривошеєва Н. М. Методичні рекомендації до виконання курсових робіт з дисципліни «Комерційна діяльність» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст», спеціальності 075 «Маркетинг». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2018. 27 с.</p> <p>6. Кривошеєва Н. М. Методичні рекомендації до самостійної індивідуальної роботи студентів «Мій заклад туристичного бізнесу» для студентів освітньо-</p>

						<p>кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст», спеціальності 242 «Туризм». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2017. 35 с.</p> <p>30.14 Керівництво студентським науковим гуртком «ТОП-маркетолог».</p> <p>30.15</p> <p>1. Кривошеева Н. М., Гузенко Г. М. Парадигма розвитку цифрового маркетингу в Україні. Економіка, облік, фінанси і право: аналіз тенденцій і перспективи розвитку: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конфер. (24 жовтня 2019 р., м. Полтава). Полтава : ЦФЕНД. 2019. С. 33-35.</p> <p>2. Гузенко Г. М., Кривошеева Н. М. Перспективи розвитку інновацій в економічній освіті України. Проблеми та перспективи розвитку системи вищої освіти в Україні: зб. тез доп. Всеукр. наук.-метод. інтернет-конфер. (7 жовтня 2019 р., м. Харків). Харків : ХНУБА. 2019. С. 16-18.</p> <p>3. Kryvosheyeva N., Koralewski J., Tsarenko Y. Problems of remote study implementation based on e-learning in the education system of Ukraine. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29-30 травня 2019 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. С. 168-172.</p> <p>4. Кривошеева Н. М., Чобану О., Дем'янов М. Науково-дослідницький потенціал в освітньому середовищі закладу вищої освіти. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конфер., 29--30 травня 2019 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. С. 59-64.</p> <p>5. Guzenko G., Kryvosheyeva N., Grover A. Innovation of the educational process in the conditions of information society. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29-30 травня 2019 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. С. 164-168.</p> <p>30.16 Член Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу».</p> <p>30.17 Нормувальник планово-фінансового відділу Роздрібного об'єднання «Промтовари-1», 1980-1988 рр.</p> <p>30.18 Наукове консультування ТОВ «УКР СПЕЦ ТРЕЙД ТДС» за темою «Розробка рекомендацій щодо організації дистрибуторської діяльності торговельного підприємства», 2011-2012 рр.</p>	
235010	Парцирна Тетяна Миколаївна	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	Диплом кандидата наук ЕК 010354, виданий 19.12.1980, Атестат доцента ДЦ 042830, виданий 23.10.1991	32	ОК 6 Маркетингові дослідження	<p>Підпункти 3, 10, 13, 15 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>30.3</p> <p>1. Жегус О. В., Парцирна Т. М. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Харків : ФОП Іванченко І.С. 2016. 237 с.</p> <p>2. Парцирна Т. М., Жегус О. В. Маркетинг: навч. посібник. 2-ге вид. переробл. та доп. Харків : ХДУХТ, 2012. 303 с.</p> <p>30.10 Завідувач кафедри маркетингу та комерційної діяльності ХДУХТ, 1995-2000 рр.</p> <p>30.13</p> <p>1. Парцирна Т. М., Афанасьєва О. П. Методичні вказівки до семінарських занять з дисципліни «Маркетинг» для студентів спеціальностей 6.030507 «Маркетинг». Харків : ХДУХТ, 2015. 48 с.</p> <p>2. Жегус О. В., Парцирна Т. М., Афанасьєва О. П. Методичні вказівки до виконання курсових робіт для студентів 3-го курсу економічного факультету спеціальності 6.030507 «Маркетинг». Харків : ХДУХТ. 2013. 27 с.</p> <p>3. Методичні рекомендації до самостійної роботи з дисципліни «Економіка підприємства». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. 27 с.</p> <p>4. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з дисципліни «Економіка підприємства» для студентів спеціальності 051 «Економіка». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. 25 с.</p> <p>5. Методичні рекомендації до проходження виробничої практики для студентів спеціальності 051 «Економіка». Харків : ХТЕК. 2018. 32 с.</p> <p>6. Попова Л. О., Жегус О. В., Парцирна Т. М., Синицина Г. А., Черкашина Л. В. Методичні рекомендації до виконання дипломної роботи для студентів економічного факультету денної та заочної форм навчання за спеціальністю 7.03050701 «Маркетинг». Харків : ХДУХТ. 2013. 51 с.</p> <p>30.15</p> <p>1. Жегус О. В., Парцирна Т. М., Кривошеева Н. М. Сучасні маркетингові технології формування спортивного іміджу міста. Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конфер., Ч. 2, 14 травня 2015 р. / редкол.: О. І. Черевко та ін. Харків : ХДУХТ. 2015. С. 201-202.</p> <p>2. Парцирна Т. М., Жегус О. В., Афанасьєва О. П. Активізація навчання студентів на семінарських заняттях із дисципліни «Маркетинг». Модернізація вищої освіти та проблеми управління якістю підготовки фахівців. Науково-інформаційна підтримка навчального процесу: зб. тез доп. XII Всеукр. наук.-метод. конф., 25 вересня 2015 р. / редкол.: О. І. Черевко та ін. Харків : ХДУХТ. 2015. С. 137-138.</p> <p>3. Парцирна Т. М., Афанасьєва О. П. Маркетингове дослідження попиту на м'ясо та м'ясопродукти в Харківському регіоні. Проблеми теорії та практики управління економічним потенціалом підприємства : Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 13-15 травня 2014 р. тези доп. / редкол. О.І. Черевко (відпов. ред.) та ін. Харків : ХДУХТ. 2014. С. 176-177.</p> <p>4. Парцирна Т. М., Афанасьєва О. П. Фактори купівлі м'яса та м'ясопродуктів у закладах торгівлі Харкова. Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарства і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність : Міжнародна науково-практична конференція, 22 травня 2014 р.: тези у 2-х ч. / редкол.: О. І. Черевко та ін. Харків : ХДУХТ. 2014. Ч. 2</p>

						<p>С. 209-211.</p> <p>5. Парцирна Т. М., Жегус О. В., Афанасьєва О. П. Використання інформаційних ресурсів під час викладання дисципліни «Маркетингові дослідження. Модернізація вищої освіти та проблеми управління якістю підготовки фахівців. Удосконалення інформаційно-ресурсного забезпечення навчального процесу : матеріали XI Всеукр. наук.-метод. конф., 26 вересня 2014 р. Харків : ХДУХТ. 2014. С. 169-170.</p> <p>6. Парцирна Т. М., Афанасьєва О. П. Використання образно-емоційних технологій під час викладання дисципліни «Маркетинг». Модернізація вищої освіти та проблеми управління якістю підготовки фахівців. Удосконалення інформаційно-ресурсного забезпечення навчального процесу : матеріали XI Всеукр. наук.-метод. конф., 26 вересня 2014 р. Харків: ХДУХТ. 2014. С. 281-283.</p>
42148	Радченко Ярослав Юрійович	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	<p>Диплом спеціаліста, Харківський державний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050101 Економічна теорія, Диплом кандидата наук ДК 029521, виданий 08.06.2005</p>	21	<p>OK 5 Макроекономіка</p> <p>Підпункти 13, 14, 15, 17, 18 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>30.13</p> <p>1. Методичні рекомендації до самостійної роботи з дисципліни «Економіка підприємства». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. 27 с.</p> <p>2. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з дисципліни «Економіка підприємства» для студентів спеціальності 051 «Економіка». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. 25 с.</p> <p>3. Методичні рекомендації до проходження виробничої практики для студентів спеціальності 051 «Економіка». Харків : ХТЕК. 2018. 32 с.</p> <p>30.14</p> <p>Координатор школи молодого викладача та науково-методичного семінару ХТЕК КНТЕУ</p> <p>30.15</p> <p>1. Радченко Я. Ю., Горбенко Г. О. Інтерактивні форми навчання як засіб забезпечення пізнавальної активності студентів. Проблеми та перспективи розвитку системи вищої освіти в Україні: зб. тез доп. Всеукр. наук.-метод. інтернет-конфер., 17 жовтня 2019 р. Харків : ХНУБА, 2019. С. 33-36.</p> <p>2. Кривошеєва Н. М., Радченко Я. Ю. Використання інформаційно-комунікативних технологій в організації самостійної роботи студентів. Модернізація вищої освіти та забезпечення якості освітньої діяльності: зб. тез Першої Міжнар. наук.-метод. конфер., 31 травня 2019 р. Харків: ХДУХТ. 2019. С. 299-300.</p> <p>3. Радченко Я. Ю., Погорелова Г. О., Обух К. В. Інтерактивне навчання як каталізатор розвитку освіти в Україні. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29-30 травня 2019 р. ХТЕК КНТЕУ, 2019. С. 86-190.</p> <p>4. Радченко Я.Ю., Гузенко Г.М., Кривошеєва Н.М. Інноваційний імідж підприємств сфери туристичних послуг. Сучасні тренди розвитку сервісної економіки: європейський досвід та стратегічні перспективи в Україні: зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. конфер., 24 квітня 2019 р. Київ: ТЕК КНТЕУ. Талком. 2019. С. 115-118.</p> <p>5. Гузенко Г. М., Радченко Я. Ю., Щєбликіна Т. А. Інтелектуальний потенціал – ключовий фактор формування економіки знань. Інноваційно-інвестиційна стратегія сталого розвитку України: сучасний стан та перспективи : зб. матер. Міжнар. наук.-практ.конфер. викладачів, науковців та аспірантів, 29-31 травня 2018 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2018. С. 43-47.</p> <p>6. Радченко Я. Ю., Гасанова А. Е. Інтелектуальний потенціал вузів – стратегічний ресурс розвитку економіки України. Інтегративні функції життєтворчості: освітній вимір сучасних реалій : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конфер. викладачів, наукових співробітників, аспірантів, 29-31 травня 2017 р. Харків: ХТЕК КНТЕУ, 2017.</p> <p>7. Радченко Я. Ю., Решетняк О. І., Гузенко Г. М., Заїка Ю. А., Кривошеєва Н. М., Внуковська-Місталь О. Г., Погорелова Г. О. Інтеграція освіти, науки й виробництва як запорука підготовки конкурентоспроможного фахівця. ScienceRise. 2019. №5 (58). С. 6-9.</p> <p>8. Reshetnyak O. Analysis of education financing models on a macrolevel / O. Reshetnyak, Ia. Radchenko, Yu. Zaika, E. Levytska, T. Kunicheva. - Україна, ScienceRise, 2018. № 5 (46). С. 6-8.</p> <p>30.17</p> <p>Заступник директора з економіки Державного науково-виробничого підприємства «Об'єднання Комунар», 2009-2016 рр.</p> <p>30.18</p> <p>Наукове консультування установ. (Договір від 1 грудня 2017 року про надання науково-консультаційних послуг «УК «Укראгроінвест»).</p>
274144	Болотова Тетяна Миколаївна	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	<p>Диплом кандидата наук ДК 062869, виданий 10.11.2010, Атестат доцента 12ДЦ 037667, виданий 17.01.2014</p>	0	<p>OK 4 Основи маркетингу</p> <p>Підпункти 1, 2, 3, 10, 15 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>30.1</p> <p>Болотова Т. М., Галушко В. П., Макаров В. И., Величко В. Ю. О теоретических основах модели CVP-анализа I THEA International Journal "INFORMATION TECHNOLOGIES & KNOWLEDGE" (I) (ITK) Volume 12, Number 1, 2018 ISSN 1313-0455 (printed) ISSN 1313-048X (online).</p> <p>30.2</p> <p>1. Болотова Т. М. Аналитические уравнения производственных функций в растениеводстве как следствие законов физиологии растений. Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучаєва. Серія: Економічні науки. 2018. № 1. С. 297-303.</p> <p>2. Болотова Т. М. Критерии рисков в модели CVP – анализа. Регіональна економіка та управління. 2018. № 2(20). С. 13-16.</p> <p>3. Онісіфорова В. Ю., Болотова Т. М., Остапенко Л. О. Аналіз ринку страхових послуг України. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2018. № 2. С. 137-149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2018_2_13.</p> <p>4. Болотова Т. Н., Лушнікова Е. Н. Производственные функции зерновых культур и севооборот. Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки. 2013. № 3. С. 61-71.</p> <p>5. Болотова Т. Н. Методология экономического анализа агротехнологий в растениеводстве на базе трехфакторных производственных функций. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Вип. 2(5)</p>

						<p>Т. З. 2012. С.35-49. 30.3</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ульяновченко О. В., Цигікал П. Ф., Олійник О. В., Болотова Т. М. Управління проектами. Навчальний посібник. Харків : ХНАУ ім. В. В. Докучаєва. 2010. 522 с. 2. Болотова Т. М., Деділова Т. В., Онісіфорова В. Ю., Токар І. І. Економіка виробництва : Навчальний посібник (гриф МОН України. Харків : Вид-во ХНАДУ. 2014. 136 с. 30.10 <p>Виконання обов'язків завідувача ЦК економіки та маркетингу ХТЕК КНТЕУ, 2018–2019 навчальний рік 30.15</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Болотова Т. М., Крюкова О. М., Василик С. К., Кетова Т. Б., Левицька Є. Г., Грувер В., Мітрович В. Вплив рівня освіти населення на індекс людського розвитку. ScienceRise 2019; 0 (5) : 14-18; 10.15587/2313 - 8416.2019.168941; Language: UK/ 2. Крюкова О. М., Серова І. А., Болотова Т. М. Комунікаційна складова у формуванні інтерактивного рівня самостійної роботи студентів. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29–30 травня 2019 р. Харків, 2019. С. 87–94. 3. Кетова Т. Б., Василик С. К., Болотова Т. М. Посилення ролі самостійної роботи студентів для опанування цілей сталого розвитку при підготовці менеджерів. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29–30 травня 2019 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. С. 104–110. 4. Кетова Т. Б., Болотова Т. М., Крюкова О. М. Імідж викладача та використання інформаційно-комунікаційних методів навчання як запорука висококваліфікованого фахівця. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків (29–30 травня 2019 р., м. Харків). Харків, 2019. С. 64–66. 5. Болотова Т. Н., Макаров В. И. Геометрическая интерпретация законов физиологического развития растений. Algebraic and geometric methods of analysis» Book of abstracts: International scientific conference. May 30 – June 4, 2018. Odesa. Ukraine. P. 97–98 6. Болотова Т. М. Переваги та недоліки реформ вищої освіти. Тенденції розвитку сучасної вищої школи: проблеми впровадження освітньої та науково-інноваційної діяльності : матеріали Всеукр. наук.-метод. Інтернет-конф. 16 травня 2018 р. Харків : ХНАУ. С. 191–193. 7. Болотова Т. М. Профессиональная адаптация преподавателей ВУЗов и проблемы с ней связанные. Тенденції розвитку сучасної вищої школи: проблеми впровадження освітньої та науково-інноваційної діяльності : матеріали Всеукр. наук.-метод. Інтернет-конф. 16 травня 2018 р. Харків : ХНАУ. С. 166–168. 	
42148	Радченко Ярослав Юрійович	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	Диплом спеціаліста, Харківський державний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050101 Економічна теорія, Диплом кандидата наук ДК 029521, виданий 08.06.2005	21	OK 3 Мікроекономіка	<p>Підпункти 13, 14, 15, 17, 18 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності 30.13</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методичні рекомендації до самостійної роботи з дисципліни «Економіка підприємства». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. 27 с. 2. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з дисципліни «Економіка підприємства» для студентів спеціальності 051 «Економіка». Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2019. 25 с. 3. Методичні рекомендації до проходження виробничої практики для студентів спеціальності 051 «Економіка». Харків : ХТЕК. 2018. 32 с. <p>30.14 Координатор школи молодого викладача та науково-методичного семінару ХТЕК КНТЕУ 30.15</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Радченко Я. Ю., Горбенко Г. О. Інтерактивні форми навчання як засіб забезпечення пізнавальної активності студентів. Проблеми та перспективи розвитку системи вищої освіти в Україні: зб. тез доп. Всеукр. наук.-метод. інтернет-конфер., 17 жовтня 2019 р. Харків : ХНУБА, 2019. С. 33–36. 2. Кривошеева Н. М., Радченко Я. Ю. Використання інформаційно-комунікативних технологій в організації самостійної роботи студентів. Модернізація вищої освіти та забезпечення якості освітньої діяльності: зб. тез Першої Міжнар. наук.-метод. конфер., 31 травня 2019 р. Харків: ХДУХТ. 2019. С. 299–300. 3. Радченко Я. Ю., Погорелова Г. О., Обух К. В. Інтерактивне навчання як каталізатор розвитку освіти в Україні. Інновації у вітчизняній освіті: надбання та стратегічні перспективи розвитку: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. науковців, викладачів, аспірантів, здобувачів та фахівців-практиків, 29–30 травня 2019 р. ХТЕК КНТЕУ, 2019. С. 86–190. 4. Радченко Я. Ю., Гузенко Г. М., Кривошеева Н. М. Інноваційний імідж підприємств сфери туристичних послуг. Сучасні тренди розвитку сервісної економіки: європейський досвід та стратегічні перспективи в Україні: зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. конфер., 24 квітня 2019 р. Київ: ТЕК КНТЕУ. Талком. 2019. С. 115–118. 5. Гузенко Г. М., Радченко Я. Ю., Щєбликіна Т. А. Інтелектуальний потенціал – ключовий фактор формування економіки знань. Інноваційно-інвестиційна стратегія сталого розвитку України: сучасний стан та перспективи : зб. матер. Міжнар. наук.-практ.конфер. викладачів, науковців та аспірантів, 29-31 травня 2018 р. Харків : ХТЕК КНТЕУ. 2018. С. 43–47. 6. Радченко Я. Ю., Гасанова А. Е. Інтелектуальний потенціал вузів – стратегічний ресурс розвитку економіки України. Інтегративні функції життєтворчості: освітній вимір сучасних реалій : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конфер. викладачів, наукових співробітників, аспірантів, 29-31 травня 2017 р. Харків: ХТЕК КНТЕУ, 2017. 7. Радченко Я. Ю., Решетняк О. І., Гузенко Г. М., Заїка Ю. А., Кривошеева Н. М., Внуковська-Місталь О. Г., Погорелова Г. О. Інтеграція освіти, науки й виробництва як запорука підготовки конкурентоспроможного

						<p>фахівця. ScienceRise. 2019. №5 (58). С. 6–9.</p> <p>8. Reshetnyak O. Analysis of education financing models on a macrolevel / O. Reshetnyak, Ia. Radchenko, Yu. Zaika, E. Levytska, T. Kunicheva. – Україна, ScienceRise, 2018. № 5 (46). С. 6–8.</p> <p>30.17 Заступник директора з економіки Державного науково-виробничого підприємства «Об'єднання Комунар», 2009–2016 рр.</p> <p>30.18 Наукове консультування установ. (Договір від 1 грудня 2017 року про надання науково-консультаційних послуг «УК «Украгроінвест»).</p>
127482	Железнякова Еліна Юріївна	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	Диплом кандидата наук ДК 005249, виданий 08.12.1999, Атестат доцента 02ДЦ 000372, виданий 24.12.2003	25	<p>OK 2 Вища та прикладна математика</p> <p>Підпункти 2, 3, 13, 15, 17 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності 30.2</p> <p>1. Zhelezniakova E., Silichova T. Problems and some aspects of training foreign citizens in the process of teaching mathematics in higher education institutions. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2018. № 1(75). С. 184–196. (1 д. а./0,5 д. а.).</p> <p>2. Zheleznyakova E., Silichova T. The path to success in EIT in mathematics: individual aspects and questions. Pedagogical sciences: theory, history, innovative technologies: scientific. magazine / СумДПУ імені А. С. Макаренка. 2019. № 1 (85). С. 234–244. (0,88 д. а./0,44 д. а.).</p> <p>3. Воронин А. В., Железнякова Е. Ю. Устойчивость олигополистического рынка. Вісник Одеського національного університету. 2017. Т. 22. Вип. 7(60). С.138–143. (1,06 д. а./0,53 д. а.).</p> <p>4. Железнякова Е. Ю., Сілічова Т. В. Особливості системи контролювання процесу навчання у сучасній вищій школі. Проблеми емпіричних досліджень у психології. 2016. Вип. 13. С. 311–322. (1,25 д. а./0,625 д. а.).</p> <p>5. Норік Л. О. Железнякова Е. Ю. Дослідження впливу структури активів на формування прибутку банків іноземних банківських груп. Економіка та суспільство. 2018. № 18. С. 1087–1096. URL: http://economyandsociety.in.ua. (0,9 д. а./0,45 д. а.).</p> <p>30.3</p> <p>1. Вища математика: математичний аналіз, лінійна алгебра, аналітична геометрія: підручник / авт. кол.: Пономаренко В. С., Малярець Л. М., Афанасьева Л. М. та ін.; за ред. В. С. Пономаренка. Мультимедійне інтерактивне електрон. вид. комбінованого використ. (412 Мб). Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. ISBN 978-966-676-568-3. (412 Мб/24 Мб).</p> <p>2. Железнякова Е. Ю. Оптиміальне управління в лінійних моделях економічної динаміки Математичні методи і моделі в управлінні економічними процесами: монографія / за заг. ред. докт. екон. наук, проф. Л. М. Малярець. Харків: Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2016. С. 323–341. (26,25 д. а./1,19 д. а.).</p> <p>3. Лабораторний практикум з навчальної дисципліни «Теорія ймовірностей та математична статистика: навчальний посібник / Е. Ю. Железнякова, І. Л. Лебедева, Л. О. Норік, К. В. Степанова. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2016. 184 с.</p> <p>4. Эконометрика в примерах и задачах для иностранных студентов: учебное пособие / Л. М. Малярець, Э. Ю. Железнякова, Л. А. Норік. Харьков: Изд. ХНЭУ им. С. Кузнеця. 2014. 268 с.</p> <p>5. Железнякова Е. Ю., Норік Л. О. Теорія ймовірностей та математична статистика: практикум. Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. Електрон. текстові дан. (9,34 Мб). Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2019. 320 с.</p> <p>30.13</p> <p>1. Математика: методические рекомендации к практическим занятиям для слушателей подготовительного отделения; электронный ресурс / сост.: Э. Ю. Железнякова, Т. В. Силичева, Е. В. Миненкова; Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця. Электрон. текстовые дан. (5,51 Мб). Харків: ХНЭУ им. С. Кузнеця. 2017. 203 с.</p> <p>2. Железнякова Е. Ю., Лебедева І. Л., Лебедев С. С. Теорія ймовірностей та математична статистика: методичні рекомендації до самостійної роботи з теми «Емпіричні та логічні основи теорії ймовірностей. Основні теореми теорії ймовірностей» для студентів усіх спеціальностей. Мультимедійне інтерактивне електрон. вид. комбінованого використ. (25 Мб). Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2018.</p> <p>3. Вища та прикладна математика: методичні рекомендації до практичних завдань з розділу «Вища математика» для студентів спеціальності 242 «Туризм» першого (бакалаврського) рівня / укл. Е. Ю. Железнякова, Т. В. Сілічова; Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця. Електрон. текстові дан. (5,19 Мб). Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2019. 99 с.</p> <p>30.15</p> <p>1. Железнякова Е. Ю., Світлична Т. І., Железнякова І. Л. The study of impact of repair costs on housing stock repair in Kharkiv. Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика: матеріали Міжн. наук.-практ. конф. (24–25 березня 2016 р., м. Харків). Харків: Видавництво «НТМТ». 2016. С. 326–328. (0,1875 д. а./0,0625 д. а.).</p> <p>2. Ямпольская Е. Е., Железнякова Э. Ю., Почуева Т. В. Использование методов корреляционно-регрессионного анализа для исследования зависимости уровней распространенности хронического тонзиллита. Журнал вушних, носових і горлових хвороб. 2016. № 3 С. 121–122. (0,125 д. а./0,0416 д. а.).</p> <p>3. Железнякова Е. Ю., Железнякова І. Л. Фінансові та організаційні проблеми в житловій сфері. Фінансово-економічні важелі розвитку невиробничої сфери в умовах нестабільності: Міжн. наук.-практ. інтернет-конф., присвячена 70-річчю Київського національного торговельно-економічного університету (17–18 листопада 2016 р., м. Харків). Харків, 2016. С. 146–147.</p> <p>4. Тижненко О. Г., Железнякова Е. Ю. Діагностика мультиколінеарності та застосування ridge-регресії в г. Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика: матеріали Міжн. наук.-практ. конф. (30–31 березня 2017 р., м. Харків). Харків: Видавець ФОП Панов А. М. 2017. С. 418–420. (0,1875 д. а./0,0937 д. а.).</p> <p>5. Сілічова Т. В., Железнякова Е. Ю. Окремі аспекти</p>

						<p>координації узгодження інтересів внутрішніх споживачів для забезпечення організаційної стійкості функціонування підприємств за допомогою теорії ігор. Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали Міжн. наук.-практ. конф. (29-30 березня 2018 р., м. Харків). Харків : Видавець ФОП Мезіна В. В. 2018. С. 346-348. (0,1875 д. а./0,0937 д. а.).</p> <p>6. Железнякова Е. Ю., Зміївська І. В. Інтерактивність у електронному навчанні. Змішане навчання у реформуванні освітньої моделі: зб. тез доповідей Всеукр. наук.-метод. семінару з елементами вебінару. (28 лютого 2018 р., м. Харків). Харків : РВВ ХТЕІ КНТЕУ. 2018. С. 21-22. (0,125 д. а./0,0625 д. а.).</p> <p>7. Железнякова Е. Ю., Сілічова Т. В. Окремі аспекти щодо побудови математичних моделей із оцінювання ризиків кредитування підприємств малого та середнього бізнесу. Современныe проблемы управления предприятиями: теория и практика : материалы Межднар. научн.-практ. конф. (18-19 марта 2019 г., г. Харьков). Харьков : ФОП Панов А. М. 2019. С. 395-396. (0,26 д. а./0,13 д. а.).</p> <p>8. Zhelezniakova E., Silichova T. Problems of study of disciplines of economic and mathematical cycle in modern conditions in higher education system. Экономическое развитие и наследие Семена Кузнеця материалы Межднар. научн.-практ. конф. (30-31 мая 2019 г., г. Харьков). Харьков : ДИСА ПЛЮС, 2019. С. 427-428. (0,26 д. а./0,13 д. а.).</p> <p>30.17 24 роки</p>
127482	Железнякова Еліна Юрївна	Викладач	Відділення економіки та бізнесу	Диплом кандидата наук ДК 005249, виданий 08.12.1999, Атестат доцента 02ДЦ 000372, виданий 24.12.2003	25	<p>OK 7 Економіко-математичне моделювання</p> <p>Підпункти 2, 3, 13, 15, 17 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності 30.2</p> <p>1. Zhelezniakova E., Silichova T. Problems and some aspects of training foreign citizens in the process of teaching mathematics in higher education institutions. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2018. № 1(75). С. 184-196. (1 д. а./0,5 д. а.).</p> <p>2. Zheleznyakova E., Silichova T. The path to success in EIT in mathematics: individual aspects and questions. Pedagogical sciences: theory, history, innovative technologies: scientific. magazine / СумДПУ імені А. С. Макаренка. 2019. № 1 (85). С. 234-244. (0,88 д. а./0,44 д. а.).</p> <p>3. Воронин А. В., Железнякова Е. Ю. Устойчивость олигополистического рынка. Вісник Одеського національного університету. 2017. Т. 22. Вип. 7(60). С.138-143. (1,06 д. а./0,53 д. а.).</p> <p>4. Железнякова Е. Ю., Сілічова Т. В. Особливості системи контролювання процесу навчання у сучасній вищій школі. Проблеми емпіричних досліджень у психології. 2016. Вип. 13. С. 311-322. (1,25 д. а./0,625 д. а.).</p> <p>5. Норік Л. О. Железнякова Е. Ю. Дослідження впливу структури активів на формування прибутку банків іноземних банківських груп. Економіка та суспільство. 2018. № 18. С. 1087-1096. URL: http://economyandsociety.in.ua. (0,9 д. а./0,45 д. а.).</p> <p>30.3</p> <p>1. Вища математика: математичний аналіз, лінійна алгебра, аналітична геометрія : підручник / авт. кол. : Пономаренко В. С., Малярець Л. М., Афанасьєва Л. М. та ін.; за ред. В. С. Пономаренка. Мультимедійне інтерактивне електрон. вид. комбінованого використ. (412 Мб). Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. ISBN 978-966-676-568-3. (412 Мб/24 Мб).</p> <p>2. Железнякова Е. Ю. Оптимальне управління в лінійних моделях економічної динаміки Математичні методи і моделі в управлінні економічними процесами: монографія / за заг. ред. докт. екон. наук, проф. Л. М. Малярець. Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2016. С. 323-341. (26,25 д. а./1,19 д. а.).</p> <p>3. Лабораторний практикум з навчальної дисципліни «Теорія ймовірностей та математична статистика: навчальний посібник / Е. Ю. Железнякова, І. Л. Лебедева, Л. О. Норік, К. В. Степанова. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2016. 184 с.</p> <p>4. Эконометрика в примерах и задачах для иностранных студентов: учебное пособие / Л. М. Малярець, Э. Ю. Железнякова, Л. А. Норик. Харьков : Изд. ХНЭУ им. С. Кузнеця. 2014. 268 с.</p> <p>5. Железнякова Е. Ю., Норік Л. О. Теорія ймовірностей та математична статистика: практикум. Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. Електрон. текстові дан. (9,34 Мб). Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2019. 320 с.</p> <p>30.13</p> <p>1. Математика : методические рекомендации к практическим занятиям для слушателей подготовительного отделения ; электронный ресурс / сост.: Э. Ю. Железнякова, Т. В. Силичева, Е. В. Миненкова; Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця. Электрон. текстовые дан. (5,51 Мб). Харків : ХНЭУ им. С. Кузнеця. 2017. 203 с.</p> <p>2. Железнякова Е. Ю., Лебедева І. Л., Лебедев С. С. Теорія ймовірностей та математична статистика : методичні рекомендації до самостійної роботи з теми «Емпіричні та логічні основи теорії ймовірностей. Основні теореми теорії ймовірностей» для студентів усіх спеціальностей. Мультимедійне інтерактивне електрон. вид. комбінованого використ. (25 Мб). Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2018.</p> <p>3. Вища та прикладна математика : методичні рекомендації до практичних завдань з розділу «Вища математика» для студентів спеціальності 242 «Туризм» першого (бакалаврського) рівня / укл. Е. Ю. Железнякова, Т. В. Сілічова ; Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця. Електрон. текстові дан. (5,19 Мб). Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2019. 99 с.</p> <p>30.15</p> <p>1. Железнякова Е. Ю., Світлична Т. І., Железнякова І. Л. The study of impact of repair costs on housing stock repair in Kharkiv. Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали Міжн. наук.-практ. конф. (24-25 березня 2016 р., м. Харків). Харків : Видавництво «НТМТ». 2016. С. 326-328. (0,1875 д. а./0,0625 д. а.).</p> <p>2. Ямпольская Е. Е., Железнякова Э. Ю., Почуева Т. В. Использование методов корреляционно-регрессионного анализа для исследования зависимости уровней</p>

						<p>распространенности хронического тонзиллита. Журнал вушних, носових і горлових хвороб. 2016. № 3 С. 121-122. (0,125 д. а./0,0416 д. а.).</p> <p>3. Железнякова Е. Ю., Железнякова І. Л. Фінансові та організаційні проблеми в житловій сфері. Фінансово-економічні важелі розвитку невиробничої сфери в умовах нестабільності : Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., присвячена 70-річчю Київського національного торговельно-економічного університету (17-18 листопада 2016 р., м. Харків). Харків, 2016. С. 146-147.</p> <p>4. Тищенко О. Г., Железнякова Е. Ю. Діагностика мультиколінеарності та застосування ridge-регресії в г. Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали Міжн. наук.-практ. конф. (30-31 березня 2017 р., м. Харків). Харків : Видавець ФОП Панов А. М. 2017. С. 418-420. (0,1875 д. а./0,0937 д. а.).</p> <p>5. Сілічова Т. В., Железнякова Е. Ю. Окремі аспекти координації узгодження інтересів внутрішніх споживачів для забезпечення організаційної стійкості функціонування підприємств за допомогою теорії ігор. Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали Міжн. наук.-практ. конф. (29-30 березня 2018 р., м. Харків). Харків : Видавець ФОП Мезіна В. В. 2018. С. 346-348. (0,1875 д. а./0,0937 д. а.).</p> <p>6. Железнякова Е. Ю., Зміївська І. В. Інтерактивність у електронному навчанні. Змішане навчання у реформованні освітньої моделі: зб. тез доповідей Всеукр. наук.-метод. семінару з елементами вебінару.(28 лютого 2018 р., м. Харків). Харків : РВВ ХТЕІ КНТЕУ. 2018. С. 21-22. (0,125 д. а./0,0625 д. а.).</p> <p>7. Железнякова Е. Ю., Сілічова Т. В. Окремі аспекти щодо побудови математичних моделей із оцінювання ризиків кредитування підприємств малого та середнього бізнесу. Современные проблемы управления предприятиями: теория и практика : материалы Межднар. научн.-практ. конф. (18-19 марта 2019 г., г. Харьков). Харьков : ФОП Панов А. М. 2019. С. 395-396. (0,26 д. а./0,13 д. а.).</p> <p>8. Zhelezniakova E., Silichova T. Problems of study of disciplines of economic and mathematical cycle in modern conditions in higher education system. Экономическое развитие и наследие Семена Кузнецца материалы Межднар. научн.-практ. конф. (30-31 мая 2019 г., г. Харьков). Харьков : ДИСА ПЛЮС, 2019. С. 427-428. (0,26 д. а./0,13 д. а.).</p> <p>30.17 24 роки</p>	
32588	Триняк Майя Вікторівна	Викладач	Відділення сфери обслуговування	<p>Диплом спеціаліста, Харківський державний педагогічний університет ім. Г.С. Сковороди, рік закінчення: 2004, спеціальність: 060101 Правознавство, Диплом доктора наук ДД 000174, виданий 10.11.2011, Диплом кандидата наук ДК 006841, виданий 10.05.2000, Атестат доцента ДЦ 003296, виданий 21.12.2001, Атестат професора 12ПР 008075, виданий 26.09.2012</p>	27	<p>ОК 1 Іноземна мова за професійним спрямуванням</p>	<p>Підпункти 2, 3, 6, 8, 11, 15 пункту 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності 30.2</p> <p>1. Триняк М. В. Діалогічна педагогіка: до проблеми сучасних методологічних зрушень в освіті. Мультиверсум. Філософський альманах: збірник наукових праць. Вип. 3(111). Київ, 2012. С.141-150.</p> <p>2. Триняк М. В. Освітній вимір інтеркультурної комунікації. Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах «Грані». Вип. 4(84). Дніпропетровськ. 2012. С. 91-94.</p> <p>3. Триняк М. В. Сократичний діалог як відповідь на виклик епохи. Вісник Національної юридичної академії ім. Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія: 2012. Вип. 1 (11). С. 25-33.</p> <p>4. Триняк М. В. Особливості глобального навчання як теоретичного конструкту та дидактичної практики. Вісник ХНПУ імені Г.С.Сковороди. серія «Філософія». 2015. Вип. 45(II). С. 130-139.</p> <p>5. Триняк М. В. Виклики мультикультуралізму в реаліях сучасного освітнього простору. Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. серія «Філософія». 2017. Вип. 48(II). С. 129-138.</p> <p>30.3</p> <p>1. Триняк М. В. Інтеркультурна комунікація у стратегіях оновлення сучасних суспільств» параграф у монографії українська Філософсько-педагогічні та філософсько-антропологічні обґрунтування стратегії духовного оновлення українського суспільства : монографія/ кол. авторів ; ред. кол. Култаєва М. Д. Мін-во освіти і науки України, ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Харків : ФОП Панов А.М. 2019. С. 153-173.</p> <p>2. Триняк М. В. Соціокультурні передумови конституювання нової освітньої реальності. Суспільне покликання філософії освіти у сучасних соціокультурних контекстах : монографія / кол. авторів; ред. кол.: М. Д. Култаєва (голова), Н. В. Радіонова (заступник голови) ; Мін-во освіти і науки України, Харк. нац. пед. ун-т імені Г. С. Сковороди. Харків: ТОВ «Щедра садиба плюс». 2014. С. 296-321.</p> <p>30.6</p> <p>Аспіранти-іноземці 1 року навчання лекції 10 годин, семінари 10 годин, Інд. робота 40 год., аспіранти 2 року навчання лекції 10 годин, семінари 10 годин, Інд. робота 40 год.</p> <p>30.8</p> <p>член редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України. «Вісник ХНПУ: Філософія».</p> <p>30.11</p> <p>Спеціалізована вчена рада Д 64.053.07 (філософські науки).</p> <p>30.15</p> <p>1. Триняк М. В. Семантика здоров'я в освітній інтеркультурній комунікації. Освіта і доля нації: зб. наук. пр. II Всеукр. наук.-практ. конф., 7 квітня 2012 р. Харків, 2012. С. 300-302.</p> <p>2. Триняк М. В. Інтеркультурна комунікація і досвід сквородинівської традиції. Освіта і доля нації: матеріали XIII Міжнар. наук.-практ. конф, 28-29 вересня 2012 р. Харків. С. 262-263.</p> <p>3. Триняк М. В. Особливості проявів інтеркультурної комунікації в умовах благодійних заходів. Альтруїзм, благодійність і демократія в сучасних соціокультурних контекстах: зб. наук. статей за матеріалами конференції, 22 листопада, 2012, Харків. С. 129-133.</p> <p>4. Триняк М.В. Релігійні смисли в сучасній інтеркультурній комунікації. Освіта і доля нації: матеріали конф. 11-12 жовтня 2013. ХНПУ імені Г. С. Сковороди. С.236-238.</p> <p>5. Триняк М. В. Виклики мультикультуралізму в реаліях</p>

						сучасного освітнього простору. Освіта і доля нації: матеріали XVII Міжнар. наук.-практ. конф., 28-29 жовтня 2016. Харків. С. 141-142. 6. Триняк М. В. Особливості інтеркультурної комунікації в умовах розбудови демократичного суспільства «Освіта і доля нації: Виховання громадянина в демократичних суспільствах: європейський та український досвід : матеріали XIX Міжнар. наук.-практ. конф., 17-19 травня 2018 р. Харків : ХНПУ. 2018. С. 110-111. 7. Триняк М. В. Роль и значение спорта и физической культуры в жизни современной студенческой молодежи. Scientific Journal «ScienceRise» 2018. № 4(45). С. 53-57.
--	--	--	--	--	--	--

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

Програмні результати навчання ОП	Методи навчання	Форми оцінювання
<i>ОК 13 Фінанси, гроші та кредит</i>		
ПРН 5 Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності	Мультимедійні презентації, завдання з використанням ІТ-технологій	Оцінка індивідуальних завдань, модульний контроль, екзамен
<i>ОК 12 Основи реклами</i>		
ПРН 1 Показати володіння усною та письмовою діловою комунікацією українською, іноземними мовами для спілкування у професійній та соціально-культурній сферах, володіння фаховою термінологією іноземними мовами.	Виконання практичних завдань з метою оволодіння умінням лексично, граматично правильно оформлювати мовлення в його усній та писемній формі, мультимедійні презентації	Аналіз виконаних практичних завдань, контрольна бесіда, перевірка виконання індивідуальних завдань, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 17 Організувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок	Розповідь, пояснення, виступи з доповідями, мультимедійні презентації, демонстрування	Усне опитування, тестування, перевірка індивідуальних практичних завдань, оцінка виступів, захист курсової роботи, модульний контроль, екзамен
ПРН 10 Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства.	Пояснення, робота в малих групах, складання групових проектів, розв'язання практичних ситуацій	Взаємоопитування, оцінка проектів, тестування, аналіз завдань винесених на самостійне вивчення, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 9 Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти, Internet-ресурси	Індивідуальна робота з інформаційними джерелами, Інтернет-ресурсами, підготовка презентаційних проектів щодо іміджу підприємства, практичні завдання з обробки технологічної інформації	Оцінка проектів, перевірка завдань самостійної роботи з роботи з інформаційними джерелами, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 7 Уміти застосовувати сучасні технології для забезпечення ефективної ділової комунікації, використовувати ефективні прийоми поведінки в процесі комунікації з урахуванням правил етики бізнесу	Ділова гра, аналіз проблемних ситуацій з використанням інноваційних технологій, мультимедійні презентації, завдання з використанням ІТ-технологій	Перевірка завдань з вивчення інновацій у сфері маркетингу, оцінка індивідуальних завдань, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен.
ПРН 2 Аналізувати культурологічні питання сучасності з позицій вшанування традицій і звичаїв свого народу та культурного надбання людства, розуміти та поважати представників інших культур, ефективно застосовуючи комунікаційні концепції	Мультимедійні презентації, розповідь, тренувальні вправи, робота в парах, взаємонавчання, порівняльний аналіз елементів різних культур	Усне опитування, перевірка виконання практичних завдань, участі у взаємонавчанні, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
<i>ОК 12 Основи реклами</i>		
ПРН 9 Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти, Internet-ресурси	Індивідуальна робота з інформаційними джерелами, Інтернет-ресурсами, підготовка презентаційних проектів щодо іміджу підприємства, практичні завдання з обробки технологічної інформації	Оцінка проектів, перевірка завдань самостійної роботи з роботи з інформаційними джерелами, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 7 Уміти застосовувати сучасні технології для забезпечення ефективної ділової комунікації, використовувати ефективні прийоми поведінки в процесі комунікації з урахуванням правил етики бізнесу	Ділова гра, аналіз проблемних ситуацій з використанням інноваційних технологій, мультимедійні презентації, завдання з використанням ІТ-технологій	Перевірка завдань з вивчення інновацій у сфері маркетингу, оцінка індивідуальних завдань, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен.
ПРН 2 Аналізувати культурологічні питання сучасності з позицій вшанування традицій і звичаїв свого народу та культурного надбання людства, розуміти та поважати представників інших культур, ефективно застосовуючи комунікаційні концепції	Мультимедійні презентації, розповідь, тренувальні вправи, робота в парах, взаємонавчання, порівняльний аналіз елементів різних культур	Усне опитування, перевірка виконання практичних завдань, участі у взаємонавчанні, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 1 Показати володіння усною та письмовою діловою комунікацією українською, іноземними мовами для спілкування у професійній та соціально-культурній сферах, володіння фаховою термінологією іноземними мовами.	Виконання практичних завдань з метою оволодіння умінням лексично, граматично правильно оформлювати мовлення в його усній та писемній формі, мультимедійні презентації	Аналіз виконаних практичних завдань, контрольна бесіда, перевірка виконання індивідуальних завдань, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 10 Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства.	Пояснення, робота в малих групах, складання групових проектів, розв'язання практичних ситуацій	Взаємоопитування, оцінка проектів, тестування, аналіз завдань винесених на самостійне вивчення, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 17 Організувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок	Розповідь, пояснення, виступи з доповідями, мультимедійні презентації, демонстрування	Усне опитування, тестування, перевірка індивідуальних практичних завдань, оцінка виступів, захист курсової роботи, модульний контроль, екзамен
<i>ОК 11 Промисловий маркетинг</i>		
ПРН 5 Планувати розвиток організації в	Ділова гра, аналіз проблемних ситуацій	Перевірка завдань з вивчення інновацій

напрямі підвищення її конкурентоспроможності	з використанням інноваційних технологій, мультимедійні презентації, завдання з використанням ІТ-технологій	у маркетинговій діяльності, оцінка індивідуальних завдань, модульний контроль, екзамен
ПРН 20 Уміти оцінювати ефективність маркетингової діяльності	Лекція, виступи з повідомленнями, виконання практичних завдань, взаємонавчальні ситуації, складання проєктів, мультимедійні презентації	Оцінювання повідомлень, проєктної діяльності, участі в парній роботі, модульний контроль, екзамен
ПРН 17 Організувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок	Кейс-метод, виступи з повідомленнями, тренувальні вправи, мультимедійні презентації, рольова гра	Оцінювання повідомлень, уміння описувати реальні економічні ситуації, виконання вправ, модульний контроль, екзамен
ПРН 4 Уміти розробляти маркетингові програми та алгоритм планування перспективних і поточних планів маркетингової діяльності	Лекція, пояснення, дискусійне обговорення питань, коментар, індивідуальні практичні завдання зі складання маркетингових програм, вправи, мультимедійні презентації	Опитування, взаємооцінювання, аналіз завдань винесених на самостійне вивчення, модульний контроль, екзамен
ПРН 16 Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів	Дискусійне обговорення питань, аналіз самостійно проведеного моніторингу запитів споживачів, вирішення проблемних ситуацій, ділова гра	Оцінювання участі в дискусії, виконання завдань самостійної роботи, усне опитування, модульний контроль, екзамен
ПРН 14 Уміти здійснювати маркетингову діяльність та комплекс маркетингових заходів впливу на ринок і конкурентну позицію підприємства	Лекція, робота в малих групах, аналіз проблемних ситуацій, ділова гра, мультимедійні презентації	Оцінювання участі у співробітництві, тестування, усне опитування, модульний контроль, екзамен
ПРН 13 Демонструвати уміння організувати та удосконалити процес виробництва і реалізації продукції та послуг на підприємствах з урахуванням вимог і потреб споживачів	Аналіз досвіду удосконалення процесу виробництва, вирішення проблемних ситуацій, ділова гра, взаємонавчальні ситуації	Аналіз виконання завдань щодо вивчення досвіду, усне опитування, взаємооцінювання, модульний контроль, екзамен
ПРН 12 Організувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства	Вироблення алгоритму діагностики стану ринку, мультимедійні презентації, розв'язання ситуативних задач	Оцінювання виконання практичних завдань, результатів розв'язання ситуативних задач, модульний контроль, екзамен
ПРН 11 Уміти проводити аналіз діяльності підприємства, визначати рівень його конкурентоспроможності, обґрунтовувати рішення щодо розширення асортименту основних і додаткових послуг, використовуючи програмні засоби обробки ділової інформації	Робота в малих групах, створення групових проєктів з використанням ІТ, мультимедійні презентації	Взаємооцінювання, оцінка роботи в групі, якості групової комунікації, модульний контроль, екзамен
ПРН 10 Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямой дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства	Пояснення, розповідь, виступи з доповідями, дискусії, ілюстрування, мультимедійні презентації	Усне опитування, оцінка виступів, модульний контроль, екзамен
ПРН 8 Уміти збирати інформацію про стан політичної та економічної ситуації в країні, вивчати попит на продукцію власного виробництва, а також товарів-конкурентів, запити споживачів	Лекція, виступи з повідомленнями, дискусійне обговорення питань, індивідуальна робота з Інтернет-ресурсами	Оцінювання повідомлень, участі в обговоренні, модульний контроль, екзамен
ПРН 15 Уміння підготувати маркетинговий план діяльності підприємства, організації та установи	Пояснення, виконання практичних завдань, тренувальних вправ щодо розробки маркетингових планів діяльності підприємства, мультимедійні презентації	Оцінювання виконання практичних завдань та завдань самостійної роботи, модульний контроль, екзамен
<i>ОК 10 Інформаційні системи і технології в управлінні підприємством</i>		
ПРН 11 Уміти проводити аналіз діяльності підприємства, визначати рівень його конкурентоспроможності, обґрунтовувати рішення щодо розширення асортименту основних і додаткових послуг, використовуючи програмні засоби обробки ділової інформації	Індивідуальна робота з Інтернет-ресурсами, пояснення, розв'язання практичних ситуацій	Взаємооцінювання, тестування, аналіз завдань винесених на самостійне вивчення, модульний контроль, екзамен
ПРН 9 Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти, Internet-ресурси	Індивідуальна робота з інформаційними джерелами, Інтернет-ресурсами, підготовка презентаційних проєктів, виконання розрахункових завдань	Оцінка проєктів, перевірка завдань самостійної роботи з роботи з інформаційними джерелами, модульний контроль, екзамен
<i>ОК 9 Менеджмент</i>		
ПРН 19 Організувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю	Лекція, виступи з доповідями, написання есе, мультимедійні презентації, аналіз ситуацій прийняття управлінських рішень	Усне опитування, тестування, перевірка індивідуальних практичних завдань, аналіз есе, оцінка виступів, модульний контроль, екзамен
ПРН 7 Уміти застосовувати сучасні технології для забезпечення ефективної ділової комунікації, використовувати ефективні прийоми поведінки в процесі комунікації з урахуванням правил етики бізнесу	Робота в малих групах, створення групових проєктів, мультимедійні презентації	Взаємооцінювання, оцінка роботи в групі, якості групової комунікації, модульний контроль, екзамен
ПРН 6 Навички взаємодії з іншими людьми, уміння працювати в групах, управління конфліктами та стресами	Розв'язання проблемних ситуацій, виступи з повідомленнями, інтерактивні методи	Оцінювання повідомлень, результатів розв'язання проблемних ситуацій, участі у взаємодії, модульний контроль, екзамен
ПРН 5 Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності	Ділова гра, аналіз проблемних ситуацій з використанням інноваційних технологій, мультимедійні презентації, завдання з використанням ІТ-технологій	Перевірка завдань з вивчення інновацій у маркетинговій діяльності, оцінка індивідуальних завдань, модульний контроль, екзамен.
<i>ОК 8 Поведінка споживача</i>		
ПРН 7 Уміти застосовувати сучасні технології для забезпечення ефективної ділової комунікації, використовувати ефективні прийоми поведінки в процесі комунікації з урахуванням правил етики бізнесу	Пояснення, ділова гра, робота в парах, аналіз правил етики бізнесу, мультимедійні презентації	Усне опитування, оцінка участі у взаємодії, модульний контроль, екзамен

ПРН 6 Навички взаємодії з іншими людьми, уміння працювати в групах, управління конфліктами та стресами	Робота в малих групах, створення групових проєктів, мультимедійні презентації	Взаємооцінювання, оцінка роботи в групі, якості групової комунікації та проєктної діяльності, модульний контроль, екзамен
<i>ОК 7 Економіко-математичне моделювання</i>		
ПРН 10 Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства	Пояснення, розповідь, виступи з доповідями, дискусії, ілюстрування, мультимедійні презентації	Усне опитування, оцінка виступів, модульний контроль, екзамен
ПРН 4 Уміти розробляти маркетингові програми та алгоритм планування перспективних і поточних планів маркетингової діяльності	Лекція, пояснення, дискусійне обговорення питань, коментар, індивідуальні практичні завдання з моделювання діяльності підприємства, вправи, мультимедійні презентації	Опитування, взаємооцінювання, аналіз завдань винесених на самостійне вивчення, модульний контроль, екзамен
<i>ОК 6 Маркетингові дослідження</i>		
ПРН 20 Уміти оцінювати ефективність маркетингової діяльності	Лекція, виступи з повідомленнями, складання групового проєкту визначення ефективності маркетингової діяльності, виконання практичних завдань, взаємонавчальні ситуації, мультимедійні презентації	Оцінювання повідомлень, проєктної діяльності, участі в парній роботі, модульний контроль, екзамен
ПРН 18 Уміння здійснювати маркетингове дослідження ринку з дотриманням етичних норм стосовно суб'єктів ринку	Лекція-діалог, дискусійне обговорення питань, робота в малих групах, мультимедійні презентації	Взаємооцінювання, оцінка рівня комунікації у взаємодії, усне опитування
ПРН 16 Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів	Дискусійне обговорення питань, аналіз самостійно проведеного моніторингу запитів споживачів, вирішення проблемних ситуацій, ділова гра	Оцінювання участі в дискусії, виконання завдань самостійної роботи, усне опитування, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 12 Організувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства	Розробка плану проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства, мультимедійні презентації, розв'язання ситуативних задач	Оцінювання виконання практичних завдань, результатів розв'язання ситуативних задач, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 11 Уміти проводити аналіз діяльності підприємства, визначити рівень його конкурентоспроможності, обґрунтувати рішення щодо розширення асортименту основних і додаткових послуг, використовуючи програмні засоби обробки ділової інформації	Пояснення, розробка алгоритму вивчення діяльності підприємства, виконання практичних завдань щодо аналізу діяльності підприємства, узагальнення даних вивчення діяльності підприємств	Тестування, оцінювання виконання практичних завдань, завдань, винесених на самостійне виконання, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 10 Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства	Лекція, кейс-метод, виступи з повідомленнями, вирішення практичних завдань, самостійна робота студента, виконання курсової роботи	Оцінювання повідомлень, уміння описувати реальні економічні ситуації, виконання практичних завдань, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 9 Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти, Internet-ресурси	Індивідуальна робота з інформаційними джерелами, Internet-ресурсами, підготовка презентаційних проєктів	Оцінка проєктів, перевірка завдань самостійної роботи з роботи з інформаційними джерелами, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 8 Уміти збирати інформацію про стан політичної та економічної ситуації в країні, вивчати попит на продукцію власного виробництва, а також товарів-конкурентів, запити споживачів	Лекція, мультимедійні презентації, розв'язання проблемних ситуацій, обговорення матеріалів до написання курсових робіт, робота в малих групах	Усне опитування, оцінювання участі в груповій роботі, в обговоренні, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
<i>ОК 6 Маркетингові дослідження</i>		
ПРН 8 Уміти збирати інформацію про стан політичної та економічної ситуації в країні, вивчати попит на продукцію власного виробництва, а також товарів-конкурентів, запити споживачів	Лекція, мультимедійні презентації, розв'язання проблемних ситуацій, обговорення матеріалів до написання курсових робіт, робота в малих групах	Усне опитування, оцінювання участі в груповій роботі, в обговоренні, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 9 Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти, Internet-ресурси	Індивідуальна робота з інформаційними джерелами, Internet-ресурсами, підготовка презентаційних проєктів	Оцінка проєктів, перевірка завдань самостійної роботи з роботи з інформаційними джерелами, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 10 Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства	Лекція, кейс-метод, виступи з повідомленнями, вирішення практичних завдань, самостійна робота студента, виконання курсової роботи	Оцінювання повідомлень, уміння описувати реальні економічні ситуації, виконання практичних завдань, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 12 Організувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства	Розробка плану проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства, мультимедійні презентації, розв'язання ситуативних задач	Оцінювання виконання практичних завдань, результатів розв'язання ситуативних задач, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 20 Уміти оцінювати ефективність маркетингової діяльності	Лекція, виступи з повідомленнями, складання групового проєкту визначення ефективності маркетингової діяльності, виконання практичних завдань, взаємонавчальні ситуації, мультимедійні презентації	Оцінювання повідомлень, проєктної діяльності, участі в парній роботі, модульний контроль, екзамен
ПРН 18 Уміння здійснювати маркетингове дослідження ринку з дотриманням етичних норм стосовно суб'єктів ринку	Лекція-діалог, дискусійне обговорення питань, робота в малих групах, мультимедійні презентації	Взаємооцінювання, оцінка рівня комунікації у взаємодії, усне опитування
ПРН 16 Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів	Дискусійне обговорення питань, аналіз самостійно проведеного моніторингу запитів споживачів, вирішення проблемних ситуацій, ділова гра	Оцінювання участі в дискусії, виконання завдань самостійної роботи, усне опитування, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
ПРН 11 Уміти проводити аналіз діяльності підприємства, визначити	Пояснення, розробка алгоритму вивчення діяльності підприємства,	Тестування, оцінювання виконання практичних завдань, завдань,

рівень його конкурентоспроможності, обґрунтувати рішення щодо розширення асортименту основних і додаткових послуг, використовуючи програмні засоби обробки ділової інформації	виконання практичних завдань щодо аналізу діяльності підприємства, узагальнення даних вивчення діяльності підприємств	винесених на самостійне виконання, модульний контроль, захист курсової роботи, екзамен
<i>OK 5 Макроекономіка</i>		
ПРН 8 Уміти збирати інформацію про стан політичної та економічної ситуації в країні, вивчати попит на продукцію власного виробництва, а також товарів-конкурентів, запити споживачів	Виступи з повідомленнями, кейс-метод, складання порівняльних таблиць, дискусійне обговорення питань	Оцінювання повідомлень, уміння описувати реальні економічні ситуації, участі в дискусії, модульний контроль, екзамен
<i>OK 4 Основи маркетингу</i>		
ПРН 20 Уміти оцінювати ефективність маркетингової діяльності	Виступи з повідомленнями, виконання практичних завдань з оцінювання ефективності маркетингової діяльності, робота в парах, мультимедійні презентації	Оцінювання повідомлень, участі в парній роботі, модульний контроль, екзамен
ПРН 16 Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів	Лекція-дискусія, аналіз самостійно проведеного моніторингу запитів споживачів, вирішення проблемних ситуацій, ділова гра	Оцінювання участі в дискусії, виконання завдань самостійної роботи, усне опитування, модульний контроль, екзамен
ПРН 15 Уміння підготувати маркетинговий план діяльності підприємства, організації та установи	Пояснення, виконання практичних завдань, тренувальних вправ щодо розробки маркетингових планів діяльності підприємства, мультимедійні презентації	Оцінювання виконання практичних завдань та завдань самостійної роботи, модульний контроль, екзамен
ПРН 14 Уміти здійснювати маркетингову діяльність та комплекс маркетингових заходів впливу на ринок і конкурентну позицію підприємства	Лекція, робота в малих групах, аналіз проблемних ситуацій, ділова гра, мультимедійні презентації	Оцінювання участі у співробітництві, тестування, усне опитування, модульний контроль, екзамен
ПРН 13 Демонструвати уміння організувати та удосконалити процес виробництва і реалізації продукції та послуг на підприємствах з урахуванням вимог і потреб споживачів	Узагальнення зарубіжного досвіду з удосконалення процесу виробництва, вирішення проблемних ситуацій, ділова гра, взаємонавчальні ситуації	Аналіз виконання завдань щодо вивчення зарубіжного досвіду, усне опитування, взаємооцінка, модульний контроль, екзамен
ПРН 12 Організувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства	Проблемний виклад матеріалу, пояснення, індивідуальна робота з науковими джерелами з питань діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства, аналіз ситуацій	Усне опитування, тестування, перевірка завдань, винесених на самостійний розгляд, модульний контроль, екзамен
ПРН 10 Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства	Аналіз та узагальнення інноваційного досвіду, вирішення проблемних ситуацій, ділова гра	виконання письмових індивідуальних завдань, усне індивідуальне опитування, екзамен
ПРН 9 Уміння використовувати в роботі необхідні комп'ютерні програмні продукти, Internet-ресурси.	Індивідуальна робота з інформаційними джерелами, Internet-ресурсами, підготовка презентаційних проєктів	Оцінка проєктів, перевірка завдань самостійної роботи з роботи з інформаційними джерелами, модульний контроль, екзамен
ПРН 8 Уміти збирати інформацію про стан політичної та економічної ситуації в країні, вивчати попит на продукцію власного виробництва, а також товарів-конкурентів, запити споживачів	Лекція-дискусія, складання порівняльних таблиць, використання інноваційних методів, аналіз, узагальнення інноваційного досвіду, вирішення проблемних ситуацій, ділові ігри	Усне опитування, оцінювання результатів самостійного моніторингу запитів споживачів, модульний контроль, екзамен
ПРН 5 Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності	Пояснення, виконання практичних завдань зі складання плану розвитку організації, аналіз ситуацій, мультимедійні презентації	Письмове опитування, оцінка виконання індивідуальних завдань, модульний контроль, екзамен
ПРН 4 Уміти розробляти маркетингові програми та алгоритм планування перспективних і поточних планів маркетингової діяльності	Пояснення, тренувальні вправи, групове моделювання маркетингових програм, робота з Internet-ресурсами, мультимедійні презентації	Оцінка участі в груповій роботі, модульний контроль, екзамен, оцінювання завдань самостійної роботи
<i>OK 3 Мікроекономіка</i>		
ПРН 18 Уміння здійснювати маркетингове дослідження ринку з дотриманням етичних норм стосовно суб'єктів ринку	Лекція-діалог, дискусійне обговорення питань, робота в малих групах, мультимедійні презентації	Взаємооцінювання, оцінка рівня комунікації у взаємодії, усне опитування
ПРН 13 Демонструвати уміння організувати та удосконалити процес виробництва і реалізації продукції та послуг на підприємствах з урахуванням вимог і потреб споживачів	Аналіз ситуацій, дискусія, кейс-метод, групові тренінги, вирішення практичних завдань	Оцінка виконання індивідуальних завдань, модульний контроль, екзамен
ПРН 12 Організувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства	Індивідуальна робота з Internet-ресурсами, аналіз ситуацій, дискусійне обговорення питань, мультимедійні презентації	Усне опитування, оцінка виконання завдань самостійної роботи, модульний контроль, екзамен
<i>OK 2 Вища та прикладна математика</i>		
ПРН 10 Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства	Виконання розрахункових робіт, робота в парах, розв'язання тематичних задач	Перевірка письмових індивідуальних завдань, усне опитування, модульний контроль, екзамен
<i>OK 1 Іноземна мова за професійним спрямуванням</i>		
ПРН 1 Показати володіння усною та письмовою діловою комунікацією українською, іноземними мовами для спілкування у професійній та соціально-культурній сферах, володіння фаховою термінологією іноземними мовами	Виконання практичних завдань з уроблення лексики і граматично правильного усного та письмового мовлення, мультимедійні презентації, переклад текстів	Оцінка виконаних практичних завдань, контрольна бесіда, перевірка виконання індивідуальних завдань, модульний контроль, екзамен
<i>OK 14 Маркетинг послуг</i>		
ПРН 18 Уміння здійснювати	Лекція-діалог, дискусійне обговорення	Взаємооцінювання, оцінка рівня

маркетингове дослідження ринку з дотриманням етичних норм стосовно суб'єктів ринку	питань, робота в малих групах, мультимедійні презентації	комунікації у взаємодії, усне опитування
ПРН 20 Уміти оцінювати ефективність маркетингової діяльності	Лекція, виступи з повідомленнями, складання групового проекту визначення ефективності маркетингової діяльності, виконання практичних завдань	Оцінювання повідомлень, проектної діяльності, участі в парній роботі, модульний контроль, екзамен
ПРН 14 Уміти здійснювати маркетингову діяльність та комплекс маркетингових заходів впливу на ринок і конкурентну позицію підприємства	Лекція, робота в малих групах, аналіз проблемних ситуацій, ділова гра, мультимедійні презентації	Оцінювання участі у співробітництві, тестування, усне опитування, модульний контроль, екзамен
ПРН 5 Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності	Аналіз проблемних ситуацій з використанням інноваційних технологій, мультимедійні презентації, завдання з використанням ІТ-технологій	Оцінка результатів аналізу ситуацій, індивідуальних завдань, модульний контроль, екзамен
ПРН 4 Уміти розробляти маркетингові програми та алгоритм планування перспективних і поточних планів маркетингової діяльності	Лекція, пояснення, дискусійне обговорення питань, коментар, індивідуальні практичні завдання зі складання маркетингових програм, вправи, мультимедійні презентації	Опитування, взаємооцінювання, аналіз завдань винесених на самостійне вивчення, модульний контроль, екзамен
ПРН 10 Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства	Пояснення, розповідь, виступи з доповідями, дискусії, ілюстрування, мультимедійні презентації	Усне опитування, оцінка виступів, модульний контроль, екзамен
<i>ОК 15 Виробнича практика</i>		
ПРН 20 Уміти оцінювати ефективність маркетингової діяльності	Індивідуальні завдання щодо роботи з документацією, проведення бесід з працівниками	Оцінка складання звіту про проходження практики, співбесіда з методистом від бази практики, залік
ПРН 16 Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів	Внесення власних пропозицій щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням потреб споживача	Коллективне обговорення на базі практики, співбесіда, спостереження, залік
ПРН 12 Організувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства	Самостійна робота з Інтернет-ресурсами для вивчення стану ринку та середовища функціонування підприємства, внесення пропозицій	Обговорення на базі практики, співбесіда з методистом від бази практики, залік
ПРН 11 Уміти проводити аналіз діяльності підприємства, визначити рівень його конкурентоспроможності, обґрунтовувати рішення щодо розширення асортименту основних і додаткових послуг, використовуючи програмні засоби обробки ділової інформації	Внесення власних пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства з урахуванням аналізу реального стану бази практики	Коллективне обговорення на базі практики, співбесіда, спостереження, залік
ПРН 10 Уміння враховувати вплив факторів зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії на результативність виробничо-господарської діяльності підприємства	Використання теоретичного матеріалу в практичній діяльності, самостійна робота з Інтернет-ресурсами, навчальною літературою	Обговорення на базі практики, співбесіда з методистом від бази практики, залік