

**ВІДОМОСТІ**  
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	<b>Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського</b>
Освітня програма	<b>9304 Маркетинг</b>
Рівень вищої освіти	<b>Магістр</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>

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

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

*Використані скорочення:*

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

## Загальні відомості

### 1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	<b>218</b>
Повна назва ЗВО	<b>Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського</b>
Ідентифікаційний код ЗВО	<b>05385631</b>
ПІБ керівника ЗВО	<b>Загірняк Михайло Васильович</b>
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	<b>www.kdu.edu.ua</b>

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/218>

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

ID освітньої програми в ЄДЕБО	<b>9304</b>
Назва ОП	<b>Маркетинг</b>
Галузь знань	<b>07 Управління та адміністрування</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	<b>Магістр</b>
Тип освітньої програми	<b>Освітньо-професійна</b>
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	<b>Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)</b>
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	<b>Кафедра бізнес адміністрування, маркетингу і туризму</b>
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	<i>відсутня</i>
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	<b>Корпуси № 1, вул. Університетська, буд. 20, м. Кременчук; корпус № 5, бульвар Українського відродження, буд. 3, м. Кременчук</b>
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	<b>Українська</b>
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	<b>55325</b>
ПІБ гаранта ОП	<b>Пряхіна Катерина Андріївна</b>
Посада гаранта ОП	<b>Доцент</b>
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	<b>irinatrulina@kdu.edu.ua</b>
Контактний телефон гаранта ОП	<b>+38(098)-650-18-69</b>
Додатковий телефон гаранта ОП	<b>+38(050)-520-64-48</b>

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

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

ОПП «Маркетинг» є нормативним документом КрНУ, у якому визначено основні компетентності, зміст та нормативний термін підготовки магістрів маркетингу, встановлено вимоги до змісту, обсягу та тривалості освітніх компонентів професійної підготовки магістрів спеціальності 075 «Маркетинг». Набір здобувачів за спеціальністю розпочався ще у 2010 р., багаторічний попит на зазначену спеціальність свідчить про її актуальність та відповідність запитам ринку праці. Вперше ОПП Маркетинг була успішно акредитована у 2019 р. (сертифікат про акредитацію серія УД 17010014 від 25.02.2019).

ОПП «Маркетинг» 2022 розроблена робочою групою Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського (КрНУ), розглянута та схвалена на засіданні Вченої ради КрНУ 26.05.2022 р. протокол № 8, з урахуванням: Стандарту вищої освіти України 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для другого (магістерського) рівня затверджений наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960, «Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», затвердженого Наказом МОН України від 11.07.2019 р. № 977, «Рекомендацій Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти стосовно запровадження внутрішньої системи забезпечення якості», затверджених рішенням національного агентства із забезпечення якості вищої освіти (протокол № 6 від 26.06.2019 р.) та потреб роботодавців і здобувачів вищої освіти, представники яких були включені до складу робочої групи з перегляду ОПП.

Сучасна ОПП 2023 р. орієнтована на підготовку конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення та відповідними компетентностями необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачає проведення досліджень, стратегічне та тактичне управління маркетингом, управління проектами, здійснення інновацій, формування ефективної системи комунікацій із застосуванням новітніх цифрових технологій для розвитку країни та регіону, яка розроблена з урахуванням груп стейкхолдерів. А саме: представників роботодавців; здобувачів, провідних представників академічної спільноти та інших стейкхолдерів ГО «Об'єднання маркетологів України» та ін. (Затверджена Вченою Радою КрНУ протокол № 9 від 29.06.2023 р.)

Підготовку здобувачів здійснюють НПП з належною академічною та професійною кваліфікацією, що підтверджується наявністю відповідної освіти, науковою діяльністю у сфері викладання, які мають відповідність ОК, та від 6-14 активностей згідно ліцензійних вимог.

Гарант освітньої програми - Пряхіна Катерина Андріївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри Бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, стипендіат Кабінету Міністрів України для молодих вчених.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2023 - 2024	42	12	30	0	0
2 курс	2022 - 2023	15	7	8	0	0

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

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

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	<b>6162 Маркетинг</b>
другий (магістерський) рівень	<b>9304 Маркетинг</b>
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	програми відсутні

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	67950	22420
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	67950	22420
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
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	Хеш файла
Освітня програма	<i>ОП 075_магістр 2023 .pdf</i>	d2eAjd5KsQ5QvbC1oSL4NkuouR+8o2U5sGQHtKmqJ2o= =
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план 075 Маркетинг (денна форма).pdf</i>	UNo9p7EcKpqP9BWybtE1bku/2RlV45ogQj2GTPbicLk=
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план 075 Маркетинг (заочна форма навчання).pdf</i>	vRFYzRwHz2lX9jFDlSNRL6PdFRH9tnPUpKO/z+wubTU= U=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія1-3.pdf</i>	oqQe0CC9NtZdgur2VUhdCyxusTvJWtIBLPRp1WXYwhQ= =
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія 4.pdf</i>	/VUWTFnN+LABC3CGew/IWuZPoYdxqldLewXF7+Ep3EY= EY=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія_5.pdf</i>	Z6n9+F0mHo+nfS6oCXpflCVzUL48esrghllrsf+7uM= =
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія 6.pdf</i>	psWdH/rWl5SCO0e/8BIQuMnwrHSvu4IcCzX+o1ypp2I= =

### 1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Ціллю ОП є підготовка конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення та відповідними компетентностями необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачає проведення досліджень, стратегічне та тактичне управління маркетингом, управління проектами, здійснення інновацій, формування ефективної системи комунікацій із застосуванням новітніх цифрових технологій для розвитку країни та регіону.

Унікальність освітньої програми є підготовка магістрів маркетингу, які володіють актуальними знаннями з маркетингу щодо стратегічних концепцій маркетингу території для забезпечення потреб підприємництва регіону та його інноваційного та інвестиційного розвитку.

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

Цілі ОП «Маркетинг» (<https://cutt.ly/UwbKpuVe>) у повній мірі відповідають: місії КрНУ (<https://cutt.ly/hwbKYVvS>) - підготовка конкурентоспроможних фахівців для інноваційного розвитку України, сприяння самореалізації студентства; служіння громаді, суспільству, здійснення просвітницької діяльності, утвердження загальнолюдських цінностей; візії КрНУ - інноваційний освітньо-науковий центр з високим рівнем кваліфікації науково-педагогічних працівників, які проводять наукові дослідження у різних галузях знань у співпраці із вітчизняними та іноземними партнерами.

Цілі ОП «Маркетинг» як і місія КрНУ базуються на чотирьох принципах: автономії, академічної доброчесності, академічної мобільності та академічної свободи. Взірцевою практикою є те, що місія і стратегія університету (<https://cutt.ly/hwbKYVvS>) відображена в освітніх компонентах, зокрема «Методологія маркетингових досліджень», «Маркетинг інновацій», «Маркетинговий менеджмент».

Цілі ОП «Маркетинг» відповідають стратегічним напрямкам розвитку КрНУ (<https://cutt.ly/8wbKpnpJ>), Стратегічній програмі розвитку КрНУ (<http://www.kdu.edu.ua/new/strategii.php>), наприклад у частині стратегічних напрямів «Інноваційний розвиток науки та технологій», «Процеси інтернаціоналізації», «Академічна доброчесність»

та ін.

**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**

У процесі розробки освітньої програми враховується думка здобувачів вищої освіти. Їх інтереси і пропозиції щодо формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП визначаються в процесі опитування та публічних обговорень (<https://cutt.ly/nwbKDeKy>). За результатами обговорення за пропозицією здобувачів та випускників ОП були внесені наступні зміни до освітньої програми (посилання):

- у 2022 р. згідно побажань респондентів-здобувачів до ОП внесені такі ОК «Бізнес-комунікації (англійською мовою)» та «Креативні технології реклами»;

- у 2023 р. з метою оновлення ОПП та слідування сучасним тенденціям було запропоновано введення ОК «Цифрові технології маркетингу».

Також до розробників ОП 2023 р. було запрошено здобувача ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня спеціальності 075 Маркетинг Лісовик Ю.

**- роботодавці**

Зворотній зв'язок з роботодавцями відбувається шляхом їх участі в анкетуванні (<http://quest.kdu.edu.ua/index.php>), обговоренні проєкту ОП, круглих столах, отримання рецензій на ОП (<http://bamt.kdu.edu.ua/pereglyanuty/>). Крім того, з роботодавцями укладено договори про співпрацю (<http://bamt.kdu.edu.ua/bazy-praktyk/>). До обговорення ОП залучалися стейкхолдери-роботодавці: АКБ «Індустріалбанк», АТ «Кременчуцький сталеливарний завод», ТОВ «Голландські троянди», МКП «Екогаз», ПрАТ «Кременчукгаз» та ін.), які вносять рекомендації як до ОП в цілому, так і до наповненості освітніх компонент. Стейкхолдери зазначили, що інтереси роботодавців враховані в ОП, що засвідчують рецензії та відгуки. Наприклад, до ОП 2022 р. за рекомендацією представника ТОВ «Голландські троянди» додано ОК «Маркетинг інновацій», оскільки набуття навичок щодо пошуку нових сфер бізнесу, розробку абсолютно нових видів продукції та впровадження у виробництво інновацій є вкрай актуальними. Начальник відділу кадрів АТ «Кременчуцький сталеливарний завод» запропонувала переглянути формулювання та наповненість ОК «Маркетинг відносин», тому у процесі обговорень було введено до ОПП 2023 ОК «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин».

**- академічна спільнота**

При формуванні та розвитку цілей і освітніх компонентів освітньої програми активну участь бере академічна спільнота факультету, а також кафедра Бізнес адміністрування, маркетингу і туризму. Крім того, інші вищі навчальні заклади та міжнародна академічна спільнота приєднуються до цього процесу шляхом проведення спільних науково-практичних конференцій, науково-методичних семінарів та науково-педагогічних стажувань, включаючи міжнародні заходи. Також до перегляду ОП залучено провідних фахівців з маркетингу вітчизняних ЗВО, а саме Є. Крикавського - д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу і логістики Національний університет «Львівська політехніка», Н. Руденко - к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка та О. Ольшанська - д.е.н., професор, декан факультету управління та бізнес-дизайну Київського національного університету технологій та дизайну (<https://cutt.ly/UwbKGRun>). Також, до обговорення ОПП залучалися представники Бізнес школи Університету Лестера, Великобританія під час підготовки спільної грантової заявки на програму подвійного дипломування (<http://www.kdu.edu.ua/new/detail.php?id=2779>).

**- інші стейкхолдери**

Сприяння розвитку компетентностей маркетологів, відповідно до актуальних вимог щодо професійної діяльності, сприяє той факт, що НПП, які забезпечують ОП є активними учасниками ГО "Українська Асоціація маркетингу" та ГО "Об'єднання маркетологів України". Вони беруть активну участь у проведенні організованих ними досліджень та інших наукових подіях. Ця співпраця дозволяє враховувати сучасні тенденції у сфері маркетингу, і, відповідно до них, актуалізувати вміст освітніх компонентів. ГО «Об'єднання маркетологів України» відзначила орієнтацію ОПП 2023 р. на сучасні тенденції цифрової трансформації бізнесу та затребуваність фахівців із знаннями цифрового маркетингу.

Також, у процесі формулювання цілей та програмних результатів навчання ОПП «Маркетинг» враховано інтереси та пропозиції фахівців міської ради м. Кременчука, а саме, врахування думки стейкхолдерів та включення ОК «Маркетинг територій». До створення програми та оновлення її змісту було залучено Комунальне підприємство «Кременчуцький центр міжнародних зв'язків і економічного розвитку міста «Інститут розвитку Кременчука», їх рекомендації відображено в ВОК «Стратегія соціально-економічного розвитку регіону» (<https://cutt.ly/UwbKGRun>).

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

Цілі та програмні результати навчання освітньої програми повністю відображають сучасні тенденції у розвитку спеціальності та динаміку на ринку праці. Перед кожним процесом оновлення та удосконалення ОП обов'язково здійснюється глибокий аналіз ринкових тенденцій та перспектив. Розробники ОП постійно здійснюють моніторинг регіонального ринку праці через Кременчуцький міськрайонний центр зайнятості <https://cutt.ly/WRX004C> та національний, шляхом дослідження вакансій на сайті <https://dcz.gov.ua/>, <https://www.work.ua>,

<https://www.linkedin.com/feed/>, що відображає попит на: маркетологів, бренд-менеджерів, діджитал-маркетологів, менеджер з маркетингу, маркетолог PR. Дані тенденції знайшли відображення в ОП 2023 р. такими ОК: «Цифрові технології маркетингу» (ПРН 1,3,6, 10, 15), «Маркетинговий менеджмент» (ПРН 2, 3, 7-13), «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» (ПРН 4, 8, 14), «Креативні технології реклами» (ПРН 2, 6-9, 13), «Стратегічний маркетинг» (ПРН 1, 3-4, 7, 9, 11-12, 14), «Маркетинг територій» (ПРН 2, 4, 6, 14). Отже, реалізація ПРН свідчить про актуальність розвитку спеціальності. Також, про це свідчить досвід підготовки магістрів у КрНУ за ОПП, випускники яких успішно реалізують набуті компетентності у професійній діяльності(<https://cutt.ly/kRXoHb2>).

Крім аналізу статистичних даних, ведеться постійна взаємодія з роботодавцями, що підтверджується наявністю активних договорів про співпрацю з підприємствами та організаціями регіону.

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

Цілі ОП та ПРН враховують регіональний аспект:

- згідно стратегії розвитку Полтавської області 2021-2027 (<https://cutt.ly/IwbKBhtc>) однією з оперативних цілей є “забезпечення гідної ідентифікації Полтавщини у міжнародному співтоваристві шляхом проведення промоцій щодо економічного, інвестиційного, інноваційного потенціалу та стабільності регіонального бізнес клімату серед вітчизняних та іноземних партнерів на основі системного маркетингу та створення промоційного продукту”, що знайшло своє відображення в ОК: «Стратегічний маркетинг», «Маркетинг інновацій», “Маркетинг взаємодії і партнерських відносин”, а також вибіркові ОК: «Інноваційне підприємництво і управління стартап проектами», “Управління брендами”.

- згідно стратегії розвитку м. Кременчука до 2028 р. <https://cutt.ly/SRXo7ZO> однією із стратегічних цілей є «Маркетинг територій та залучення інвестицій», що відображено у фокусі ОП 2023, та у ОК (ОП 2022 р. та 2023 р.): «Маркетинг територій», «Стратегічний маркетинг» та вибіркової ОК: «Стратегія соціально-економічного розвитку регіону».

ОПП має універсальний характер, який полягає у різновекторній підготовці маркетологів, проте галузевий аспект реалізується через проходження здобувачами практик, вибору тематики курсових та кваліфікаційних робіт, оскільки ОПП націлена на організацію маркетингової діяльності на підприємствах різних форм власності та сфер функціонування, що відображено в ОК ОПП.

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

При розробці ОПП використано досвід закладів вищої освіти України, зокрема: Національного ТУ «Дніпровська політехніка» <https://cutt.ly/6wbK1S35>, Київського національного економічного університету імені В. Гетьмана <https://cutt.ly/9wbK1H53>, Західноукраїнського національного університету <https://cutt.ly/mwbK12f4>, Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна <https://cutt.ly/QwbK9lE8>; та міжнародних: Університету Лестера, Великобританія <https://cutt.ly/lwbK9cG5>, Університету Абертей, Шотландія <https://cutt.ly/JwbK0qWe>.

Аналіз вітчизняних ОП зумовив додавання ОК «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин», “Бізнес-комунікації (англійською мовою)” в ОП 2023 р. та “Управління маркетинговими проектами” в ОП 2022 та 2023. Аналіз ОП «Маркетинг» Університету Данді підтвердив необхідність включення освітньої компоненти, яка відображає тенденції цифровізації для ОП такого рівня (ОК «Інформаційно-комунікаційні технології маркетингу” (2022), ОК “Цифрові технології маркетингу” (2023).

Досвід ОП “Маркетинг” стратегічного партнера КрНУ Університету Лестера, засвідчив актуальність мети та унікальності ОПП у частині “стратегічного та тактичного управління маркетингом, застосування новітніх цифрових технологій та комунікацій задля інноваційного розвитку регіону”. Також, позитивною практикою є домовленість КрНУ та Університету Лестера щодо співпраці за програмою подвійних дипломів <https://cutt.ly/EwbK29rU> та безпосереднє педагогічне та наукове стажування НПП у ЗВО Шотландії та Великобританії. (<https://cutt.ly/8wbK1y2G>).

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

ОПП “Маркетинг” розроблено відповідно до стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другий (магістерський) рівень затверджений наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960. Положення даного стандарту повністю втілено в ОПП 2022 року та ОПП 2023. Також, згідно результатів обговорення проекту ОПП з усіма групами стейкхолдерів, визначені в ОПП програмні результати навчання цілком відповідають ПРН, визначені стандартом спеціальності. Послідовність вивчення ОК відображена в структурно-логічній схемі підготовки здобувачів, що представлена в ОПП. Набуття ЗК та СК створює можливість досягти програмних результатів навчання за відповідними ОК, взаємозв'язок яких представлений в матрицях ОПП. Досягнення програмних результатів навчання в ОП у повній мірі забезпечується складом і змістом обов'язкових освітніх компонент навчального плану та поглиблюється вибірковими ОК.

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

Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для другого (магістерського) рівня затверджений наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960. <https://cutt.ly/BwbK9C2K>.

## 2. Структура та зміст освітньої програми

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

90

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

65

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

25

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

Зміст ОПП відповідає предметній області спеціальності 075 Маркетинг, спрямований на підготовку конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення та відповідними компетентностями необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачає проведення досліджень, стратегічне та тактичне управління маркетингом, управління проектами, здійснення інновацій, формування ефективної системи комунікацій із застосуванням новітніх цифрових технологій для розвитку країни та регіону. Усі ОК відповідають визначеному об'єкту - маркетинговій діяльності як формі взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Опис освітньої програми відповідає встановленому стандарту для спеціальності 075. Освітня програма має чітку та послідовну структуру. Її складові включають обов'язкові освітні компоненти загальним обсягом 53 кредити (68,9%), вибіркові компоненти обсягом 25 кредитів (27,8%) та практичну підготовку на 3 кредити (3,3%). ОК «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Управління маркетинговими проектами» розкривають теоретичний зміст предметної області щодо суті маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійного апарату, принципів, функцій, концепцій маркетингу та їх історичні передумови; змісту маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Формування компетентностей, необхідних для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог забезпечують ОК «Методологія маркетингових досліджень», «Маркетинг інновацій». Набуття компетентностей, пов'язаних із формування ефективної системи комунікацій із застосуванням новітніх цифрових технологій сприяють ОК «Креативні технології реклами», «Цифрові технології маркетингу». ОК «Маркетинг територій» розкриває специфіку діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків. ОК «Бізнес-комунікації англійською мовою», «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин», спрямовані на розвиток соціальних компетентностей та вдосконалення навичок міжособистісної взаємодії (soft skills). Здобувачі вищої освіти освоюють практичну підготовку в рамках освітньої програми шляхом проходження переддипломної практики та написання кваліфікаційної роботи. Усі складові освітньої програми супроводжуються навчально-методичним комплексом, який охоплює методики, технології, загальні та спеціальні компетенції, а також програмні результати навчання.

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

Визначення індивідуальної навчальної траєкторії здобувача вищої освіти ґрунтується на підставі «Порядку формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти у Кременчуцькому національному університеті імені Михайла Остроградського» <https://cutt.ly/fwv4WhcC> Процедура створення індивідуального навчального плану здійснюється відповідно до «Порядку ведення індивідуального навчального плану студента» <https://cutt.ly/qwv4W2rO>. Згідно з «Положенням про організацію освітнього процесу» <https://cutt.ly/2wv4EEu7>, студенти мають можливість особисто обирати навчальні дисципліни з переліку вибіркових предметів, враховуючи власні академічні потреби та професійні інтереси <https://cutt.ly/owv4RBuG>. Індивідуальна освітня траєкторія здобувача формується шляхом вибору конкретної теми для курсової роботи, вибору місця проходження практики та тематики кваліфікаційної роботи, а також через його участь у робочій групі для оновлення освітніх програм, активну участь у неформальній освіті, програмах академічної мобільності, обранні напрямків своїх наукових досліджень і виборі консультантів для їх втілення. Обсяг вибіркових дисциплін становить 27,8 % від загальної кількості кредитів ЄКТС. Студентам надається можливість обирати дисципліни зі спільного переліку вибіркових компонентів <https://cutt.ly/gwv4Tzi4>. Ці обрані вибіркові дисципліни формують основу індивідуальних навчальних планів, які наочно відображають їх індивідуальну освітню траєкторію.

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

Студенти мають можливість вивчати вибіркові освітні компоненти відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу у КрНУ» <https://cutt.ly/2wv4EEu7>, а також відповідно до Положення про формування та процедуру вибору навчальних дисциплін розділу «Навчальні дисципліни за вибором студента» навчальних планів освітніх ступенів бакалавра, магістра» <https://cutt.ly/gwbi7V8x>. Формування дисциплін вільного вибору для конкретної спеціальності формується з урахуванням особливостей освітньої програми, рекомендацій стейкхолдерів, випускників та інших зацікавлених осіб, що відбувається в процесі її періодичного огляду та обговорення. Додатково, студенти мають можливість вибирати дисципліни, що поглиблюють загальні, спеціалізовані та соціальні компетентності з каталогу вибіркових компонентів інших освітніх програм, спеціальностей та рівнів вищої освіти КрНУ <https://cutt.ly/6wbi5KdT> та партнерських закладів вищої освіти. Інформація про зміст вибіркових дисциплін розміщується в анотаціях каталогів навчальних дисциплін за вибором студента на веб-сайті КрНУ <https://cutt.ly/Jwbi6M16>.

Навчальні дисципліни обираються із загальноуніверситетського каталогу, освітніх програм ЗВО-партнерів (за необхідністю, за потребою вступника). Вибір навчальних дисциплін розділу «Навчальні дисципліни за вибором» навчального плану магістра здійснюється протягом перших двох тижнів після зарахування шляхом подачі письмової заяви на ім'я декана факультету. Ініціює процес заповнення заяви куратор групи. На підставі цих заяв декан факультету формує службову записку на розподіл академічних груп за вибраними навчальними дисциплінами та подає її до навчального відділу.

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

Проведення практики здобувачів вищої освіти КрНУ регламентується «Положенням про проведення практики студентів кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського» <https://cutt.ly/6wboex8b>. Практична підготовка здобувачів вищої освіти за ОП передбачає формування фахових компетентностей спеціальності, необхідних для подальшої професійної діяльності. Зокрема, ОПП передбачено переддипломну практику, за результатами проходження якої здобувачем формується звіт з практики з подальшим обов'язковим захистом у формі диференційованого заліку. Отримана у процесі проходження практики інформація є базою для виконання кваліфікаційної роботи.

Проведення практики відбувається на підприємствах, з якими університет уклав угоди про співпрацю <https://cutt.ly/7wborgwzX>. Студенти мають можливість самостійно обирати місця для практики та вносити пропозиції щодо укладання відповідних договорів. Практична підготовка реалізується також через виконання курсових робіт. Для здобувачів вищої освіти за даною ОПП це обов'язкова ООК 3.

### **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**

ОПП допомагає студентам розвивати соціальні навички (soft skills), які відповідають цілям ОПП: підготовка конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення. Вивчення обов'язкових ОК разом з їх поглибленням через вибіркові елементи програми допомагає розвинути соціальні навички (soft skills) через досягнення програмних результатів навчання: презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами; використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу; формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. Набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (softskills) сприяють ОК «Бізнес-комунікації англійською мовою», «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин», «Управління маркетинговими проектами».

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

ОПП «Маркетинг» враховує вимоги та відповідає Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» затвердженому і введеному в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960 за змістом, здобутим компетентностям та програмним результатам, формою атестації, вимогам внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.

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

Згідно з нормами, визначеними в Положенні про організацію освітнього процесу у Кременчуцькому національному університеті [www.kdu.edu.ua/uch\\_otd/polozhennya\\_osvitnii\\_proces\\_2021.pdf](http://www.kdu.edu.ua/uch_otd/polozhennya_osvitnii_proces_2021.pdf), для студентів магістерської програми у денній формі навчання на самостійну роботу відводиться від 1/3 до 2/3 від загального обсягу кредитів, що відображається у навчальному плані.

Кількість годин аудиторних занять для студентів денної форми навчання варіюється від 33% до 50%.

Оптимальний обсяг однієї навчальної дисципліни на семестр становить 5-6 кредитів ЄКТС, але не може бути менше 3 кредитів. Середнє тижневе навантаження студентів (без урахування самостійної роботи) складає приблизно 17-18 годин.

У Кременчуцькому національному університеті проводяться регулярні опитування студентів щодо якості освітньої програми, достатності обсягу навчальних компонентів та співвідношення аудиторних годин та самостійної роботи <https://cutt.ly/vwbK8xOv>. Результати анкетування аналізує гарант програми та обговорюються на засіданнях кафедри з участю студентського самоврядування. Отримані дані свідчать, що студенти позитивно сприймають



розподіл часу між аудиторною та самостійною роботою та не відчувають перевантаження.

**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**

У КрНУ на ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня підготовка здобувачів за дуальною формою освіти не здійснюється.

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

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

<http://www.kdu.edu.ua/new/priyom.php>

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

Правила прийому у КрНУ на навчання для здобуття вищої освіти за освітньо-професійними та освітньо-науковими програмами підготовки магістрів щорічно оновлюються і затверджуються в установленому порядку ([http://www.kdu.edu.ua/Documents/Pravila\\_zm\\_2023.pdf](http://www.kdu.edu.ua/Documents/Pravila_zm_2023.pdf), [http://www.kdu.edu.ua/new/priyom\\_magistr.php](http://www.kdu.edu.ua/new/priyom_magistr.php)). Університет приймає на навчання для здобуття ступеня магістра на перший рік вступників на основі освітнього ступеня бакалавра або освітнього ступеня магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста). Вступ для здобуття другого рівня ВО здійснюється на конкурсній основі. Конкурсний бал вступників розраховується за відповідною формулою [http://www.kdu.edu.ua/Documents/konk\\_bal\\_magistr.pdf](http://www.kdu.edu.ua/Documents/konk_bal_magistr.pdf). Відповідно до правил прийому конкурсний відбір здійснюється на основі здобутого ступеня бакалавра вищої освіти за результатами ЄВІ 2023 та ЄФВВ 2023 року. Конкурсний відбір на основі освітнього ступеня магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста) згідно Правилами прийому відбувається шляхом врахування замість результатів ЄВІ (обох компонентів) результатів співбесіди з іноземної мови, замість результатів ЄФВВ – результат фахового іспиту. Складання фахового іспиту та співбесіди з іноземної мови для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра вважається успішним, якщо вступник набрав на випробуваннях не менше 100 балів з кожного. Особливості ОП враховано у змісті програми фахового вступного випробування ([http://www.kdu.edu.ua/new/vstup\\_napr.php?lev=mag](http://www.kdu.edu.ua/new/vstup_napr.php?lev=mag)).

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в Кременчуцькому національному університеті імені Михайла Остроградського [http://www.kdu.edu.ua/uch\\_otd/polozhennya\\_osvithnii\\_proces\\_2021.pdf](http://www.kdu.edu.ua/uch_otd/polozhennya_osvithnii_proces_2021.pdf), Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського [http://cia.kdu.edu.ua/Documents/nncrdo\\_pologennija\\_akadem\\_mobil.pdf](http://cia.kdu.edu.ua/Documents/nncrdo_pologennija_akadem_mobil.pdf), Положенням про порядок перезарахування результатів навчання для учасників програм кредитної академічної мобільності у КрНУ [http://cia.kdu.edu.ua/Documents/pologennija\\_perezah\\_rez\\_akadem\\_mob.PDF](http://cia.kdu.edu.ua/Documents/pologennija_perezah_rez_akadem_mob.PDF), які наведені на офіційному сайті університету. Також, куратори груп зазвичай інформують студентів про можливість участі в програмах обміну та процедурах визнання результатів навчання, отриманих в інших закладах вищої освіти.

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

Застосування вказаних правил на ОП не було.

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

У КрНУ питання щодо визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регламентуються Порядком визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти [http://www.kdu.edu.ua/uch\\_otd/nef\\_osvita.pdf](http://www.kdu.edu.ua/uch_otd/nef_osvita.pdf), який розміщено на офіційному сайті університету. Ознайомлення студентів із Порядком відбувається під час початку навчання за підтримки куратора академічної групи. Визнання результатів навчання, які отримані внаслідок неформальної освіти, відноситься до дисциплін, що починають викладати з другого семестру.

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

Згідно Порядку [http://www.kdu.edu.ua/uch\\_otd/nef\\_osvita.pdf](http://www.kdu.edu.ua/uch_otd/nef_osvita.pdf) змістовий модуль або окрема тема (-и) можуть бути

перезараховані викладачами навчальних дисциплін за умови погодженням з гарантом ОП на основі документу про результати неформальної освіти та їх тематичної відповідності.

Здобувачам Мацаку Н. та Щербині Ю. у результаті проходження курсу «Базові правила безпеки в цифровому середовищі» організованому Фондом цивільних досліджень США CRDF Global зараховано у ОК «Інформаційні та комунікаційні технології маркетингу» тему «Програмні засоби автоматизації маркетингу» <https://cutt.ly/IwbLu9z8>. Лісовик Ю., Кундій А. та Щербина Ю. пройшли онлайн курс та отримали сертифікати в рамках міжнародного проєкту Erasmus+ Jean Monnet DigiTrade.EU4UA, що були зараховано як вивчення теми «Прямий маркетинг онлайн» в рамках ОК «Прямий маркетинг» <https://cutt.ly/IwbLu9z8>.

#### **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**

Навчання на ОП проводиться за очною (денною) та заочною формами навчання, термін підготовки 1 р. 4 м. Регламентация викладання та процесу навчання на ОП здійснюється згідно з процедурами і процесами, визначеними в Положенні про організацію освітнього процесу в КрНУ ([http://www.kdu.edu.ua/uch\\_otd/polozhennya\\_osvitnii\\_proces\\_2021.pdf](http://www.kdu.edu.ua/uch_otd/polozhennya_osvitnii_proces_2021.pdf)) та у Системі забезпечення якості вищої освіти в КрНУ ([http://www.kdu.edu.ua/Documents/systema\\_yakosti\\_KrNU.pdf](http://www.kdu.edu.ua/Documents/systema_yakosti_KrNU.pdf)). Досягнення ПРН на ОП можливе завдяки поєднанню таких форм та методів навчання як лекційні заняття, практичні роботи, лабораторні заняття, виконання курсових робіт, проходження переддипломної практики, використання електронного навчально-методичного комплексу в середовищі Moodle через мережу Інтернет Віртуального освітнього простору КрНУ та системи оцінки якості навчання й тестування знань студентів. <http://krnu.org>. Викладання проводиться з активним використанням мультимедійних засобів та спеціалізованого програмного забезпечення. Здобувачам освіти доступні інформація про автора курсу, робоча програма навчальної дисципліни, силабуси обов'язкових ОК, анотації вибіркових ОК, методичні рекомендації щодо проведення практичних та лабораторних занять, написання курсових робіт, проходження переддипломної практики та написання кваліфікаційної роботи <http://document.kdu.edu.ua/>. Вектор методів навчання спирається на вже наявний практичний досвід студентів, до якого інтегрується розвиток нових компетентностей. У сукупності такий підхід забезпечує повноцінність якості освіти.

**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?**

Форми і методи навчання та види навчальних занять регламентовані Положенням про організацію освітнього процесу в КрНУ ([http://www.kdu.edu.ua/uch\\_otd/polozhennya\\_osvitnii\\_proces\\_2021.pdf](http://www.kdu.edu.ua/uch_otd/polozhennya_osvitnii_proces_2021.pdf)), яке ґрунтується на студентоцентрованому підході. Освітній процес в Університеті – це інтелектуальна, творча діяльність у сфері вищої освіти і науки, що провадиться через систему організаційних, науково-методичних та педагогічних заходів та спрямована на формування інтегрованої здатності особистості щодо знань, досвіду, цінностей і ставлення, які можуть цілісно реалізовуватися на практиці. Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в КрНУ навчання та викладання в Університеті здійснюється за наступними формами і методами: навчальні заняття, індивідуальні завдання, самостійна робота здобувачів, практична підготовка, контрольні заходи. В Університеті проводяться наступні види навчальних занять: лекція, практичне, семінарське, лабораторне, індивідуальне заняття, консультація. Рішенням навчально-методичних рад інститутів (факультетів) можуть бути введені інші види навчальних занять. На кожний навчальний рік науково-методична рада факультету економіки і управління КрНУ розробляє робочий навчальний план, який конкретизує перелік ОК та видів навчальних занять, їхній обсяг, форми контролю за семестрами. Рівень задоволеності здобувачів методами навчання відповідно до результатів опитувань становить 93,3 % (<http://bamt.kdu.edu.ua/pereglyanuty/>).

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

Методи навчання і викладання на ОП відповідають принципам академічної свободи. Принципи академічної свободи в КрНУ гарантують членам академічної спільноти права на вільне обрання форм, методів і засобів навчання, які відповідають ОП, що представлено у Статуті КрНУ (п.3.7) (<http://www.kdu.edu.ua/Documents/StatutKrNU.pdf>), Положенням про організацію освітнього процесу в КрНУ (<https://cutt.ly/lwbmbDsc>) та Кодексом якості КрНУ ([http://www.kdu.edu.ua/Documents/kodeks\\_jakosti\\_KrNU.pdf](http://www.kdu.edu.ua/Documents/kodeks_jakosti_KrNU.pdf)). Також втілення даного принципу досягається шляхом дотримання чинного законодавства України (ЗУ «Про освіту», ЗУ «Про вищу освіту»). Наприклад, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в КрНУ лектор зобов'язаний дотримуватися робочої програми щодо тематики та змісту лекційних занять, але є вільним в інтерпретації навчального матеріалу, формах і способах його викладання. Необхідно підкреслити, що кожен учасник освітнього процесу має право вільно обирати свою наукову та громадянську позицію – при цьому вони узгоджують це право з вимогами навчального процесу. Методи навчання і викладання на ОП опираються на принципи академічної свободи – вони варіативні, творчі та різноманітні. Принцип академічної свободи проявляється також при виборі способу подання навчального матеріалу, який переважно є авторським наробком та систематично змінюється. Також, здобувачі мають право самостійно обирати теми курсової роботи, кваліфікаційної роботи, визначені кафедрою, або пропонувати керівникам власну тему з обґрунтуванням її доцільності.

**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 \***

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в КрНУ для кожної ОК, яка входить до ОП, розробляють силабус та робочу програму, яка містить виклад змісту навчальної дисципліни, організаційні форми її вивчення та їхній обсяг, визначає форми та засоби поточного й підсумкового контролю, результати навчання тощо. Здобувачі вищої освіти мають змогу ознайомитися з силабусами та робочими програмами ОК на офіційному сайті КрНУ у рубриці «Репозитарій» (<http://document.kdu.edu.ua/>), де здобувачі мають можливість отримати інформацію про автора курсу, систему оцінювання знань, методичні рекомендації щодо проведення практичних та лабораторних занять, написання курсової роботи, самостійної роботи, тестові завдання тощо. Інформація оновлюється щорічно перед початком навчального року та доступна усім учасникам освітнього процесу. Крім того, на сайті кафедри Бізнес адміністрування, маркетингу і туризму КрНУ у розділі «Освітня діяльність» можна ознайомитися з ОП, навчальним планом, силабусами ОК, каталогом вибіркового компонентів тощо. Ця інформація оновлюється перед початком навчального року та знаходиться у вільному доступі.

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

ланування, організацію та контроль науково-дослідної роботи (НДР) здобувачів вищої освіти регламентує Положення про організацію наукової та науково-технічної діяльності у КрНУ ([http://www.kdu.edu.ua/Documents/Polozhennya\\_org\\_nauk\\_2021.pdf](http://www.kdu.edu.ua/Documents/Polozhennya_org_nauk_2021.pdf)). Під час освітньої діяльності на ОП здобувачі поєднують навчання та наукові дослідження. Докази поєднання навчання і досліджень представлені на сайті кафедри Бізнес адміністрування, маркетингу і туризму у розділі «Наукова діяльність» – «Науково-дослідні роботи» (<http://bamt.kdu.edu.ua/naukovo-doslidni-roboty/>), зміст якого демонструє дослідницький доробок викладачів та здобувачів вищої освіти. Тематика наукових робіт є результатом пізнавальних та практичних інтересів здобувачів, їхніх дискусій з науковими керівниками. Зокрема, здобувачі другого (магістерського) рівня вищої освіти Ю. Лісовик та Ю. Щербина під керівництвом проф. І. М. Труніної приймають участь у польових дослідженнях НДР «Маркетингові дослідження конкурентного середовища регіону» № 556/23-БАМТ-ПП. Наукові інтереси не обмежуються цариною професійних інтересів, здобувачі другого (магістерського) рівня вищої освіти вибирають призові місця на Всеукраїнських конкурсах наукових робіт. Так, студентка М. Андрієнко під керівництвом доц. К. А. Пряхіної виборала II місце на Всеукраїнському конкурсі наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг» у 2020-2021 н.р. У тому ж навчальному році студентка А. Гуртяк під керівництвом доц. О. В. Мороз зайняла III місце на Всеукраїнському конкурсі наукових робіт зі спеціальності «Логістика» <https://cutt.ly/xwboorv6>. Також здобувачі приймають активну участь у роботі Міжнародних та Всеукраїнських науково-практичних конференціях та публікують статті у фахових виданнях України. З науковою роботою здобувачів можна детально ознайомитися на сайті кафедри за посиланням: <http://bamt.kdu.edu.ua/studentska-nauka/>.

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

Концепція внутрішньої системи забезпечення якості освіти КрНУ є рамкою, яка передбачає безперервне удосконалення якості освіти. Порядок оновлення змісту навчальних дисциплін на основі наукових досягнень і сучасних практик регламентується в КрНУ Положенням про порядок розроблення, затвердження, моніторинг і перегляд освітніх програм <https://cutt.ly/dwboaXIs>. Моніторинг передбачає оцінювання відповідності ОП та ОК досягненням науки у відповідній галузі, тенденціям розвитку економіки та суспільства та враховує зміни потреб здобувачів та стейкхолдерів. Так, наприклад, на основі наукових досягнень та сучасних практик було оновлено зміст ОК «Стратегічний маркетинг», «Креативні технології в рекламі». Окремі питання щодо модернізації змісту освітніх компонентів обговорюються на засіданнях кафедри та науково-методичній раді факультету економіки і управління КрНУ. Сильною стороною осучаснення контенту є запрошення представників бізнес-структур до викладання лекцій. До викладання на ОП долучаються роботодавці та інші стейкхолдери. Викладачі постійно переглядають та оновлюють перелік рекомендованої літератури та інших інформаційних джерел, розробляють ситуаційні завдання для проведення практичних занять, доповнюють лекції актуальною статистичною інформацією, використовують сучасні методи викладання та методи досліджень. Враховуючи динамічні зміни на ринку та вектор розвитку інтернет-продаж до ОП додається ОК «Цифрові технології маркетингу». Враховуючи відкриття наукової школи «Економіка та управління інноваційною діяльністю» під керівництвом проф. І. М. Труніної ([http://www.kdu.edu.ua/new/nauk\\_school.php](http://www.kdu.edu.ua/new/nauk_school.php)) на ОП викладається ОК «Маркетинг інновацій».

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

КрНУ є потужним інтегратором інтернаціоналізації. Завдяки розвитку міжнародних зв'язків та постійному пошуку нових іноземних партнерів учасники освітнього процесу мають можливість долучатися до грантів, стипендій, можливості продовження навчання за кордоном, проходження виробничої практики, наукового стажування тощо. З метою посилення інтернаціоналізації діяльності у КрНУ створений Центр міжнародної діяльності (<http://cia.kdu.edu.ua/index.php>). Кафедра бізнес адміністрування, маркетингу і туризму активно розвиває співпрацю з міжнародними закладами освіти, постійно бере участь в програмах мобільності та грантовій діяльності. Так, д.е.н. проф. Труніна І. М. та ст. викл. Білик М. Ю. у 2019 р. обмінялися досвідом в рамках програми Еразмус+ з колегами з Вільнюської Колегії/Університету прикладних наук (Литва) <https://cutt.ly/bwbodFFu>. Доцент Пряхіна К.А. у 2020 р. відвідала університет Абертей (Великобританія) <https://cutt.ly/fwbod5IH>. Викладачі кафедри активно долучаються до проходження міжнародних стажувань: <https://cutt.ly/zwbogfH>. Кафедра щорічно запрошує приєднатися міжнародну спільноту до участі у Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», співorganizаторами якого є Університет Абертей, Університет

Матей Бела (Словаччина), Вроцлавський економічний університет (Польща) та ін. <https://cutt.ly/iwbofYFA>. Також, НПП задіяні на ОП Труніна І.М., Пряхіна К.А. та Мороз О.В. активно приймають участь у поданні грантових заявок на програму Жан Моне Еразмус.

## **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?**

Форми контрольних заходів, що дозволяють перевірити очікувані програмні результати навчання (компетентності), якими повинні оволодіти здобувачі ВО, визначаються Положенням про організацію освітнього процесу в КрНУ (<https://cutt.ly/lwbmbDsc>), Порядком формування рейтингу успішності студентів КрНУ для призначення академічних стипендій (<https://cutt.ly/wwwOebeC>), Правила призначення стипендій в КрНУ (<https://cutt.ly/5wbOrqxd>), Положенням про проведення поточного та семестрового контролю (<https://cutt.ly/xwbOrgYU>).

В робочій програмі та силабусі ОК наведена інформація про вид та форму контрольних заходів, які використовуються для оцінювання освітніх компонент. У цих документах вказуються конкретний зміст навчальної дисципліни, послідовність її вивчення, організаційні форми та обсяг навчальних занять. Також визначаються форми та засоби поточного і семестрового контролю, які використовуються для оцінювання знань та навичок здобувачів.

У навчальному процесі на ОПП "Маркетинг" використовуються різні види контролю: поточний (передбачає оцінювання на практичних заняттях за окремими етапами вивчення кожної ОК), семестровий (здійснюється у формі іспитів та диференційованих заліків), атестація (проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи). Поточний контроль може проводитися у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на практичних заняттях та лекціях, при цьому перевіряються навички щодо презентації матеріалу, тести, реферати, які виконуються під час аудиторних занять та самостійної роботи. Критерії оцінювання поточного контролю визначаються кафедрою за рекомендацією викладача дисципліни. Для проведення поточного контролю може використовуватися спеціальне програмне забезпечення, таке як система (<http://krnu.org/>), яка дозволяє студентам самостійно контролювати свої досягнення у навчанні.

Семестровий контроль здійснюється у формі семестрового іспиту, диференційованого заліку або захисту курсового проекту (роботи) відповідно до навчального плану та обсягу навчального матеріалу, які визначені навчальною робочою програмою з дисципліни.

Атестація здобувачів ОПП "Маркетинг" згідно стандарту проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Запровадження різних форм контрольних заходів дозволяють визначити рівень сформованості компетентностей здобувачів та перевірити досягнення ПРН. Запроваджені критерії оцінювання та контролю знань студентів у кредитно-модульній системі (<https://cutt.ly/BwbOFLio>).

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

Форми контролю та критерії оцінювання навчальних досягнень студентів на ОПП "Маркетинг" КрНУ регламентуються різними нормативними документами, зокрема Положенням про організацію освітнього процесу в КрНУ (<https://cutt.ly/lwbmbDsc>), Порядком формування рейтингу успішності студентів КрНУ для призначення академічних стипендій [http://www.kdu.edu.ua/Documents/reit\\_uspishnosti.pdf](http://www.kdu.edu.ua/Documents/reit_uspishnosti.pdf), Положенням про проведення поточного та семестрового контролю (<https://cutt.ly/xwbOrgYU>), Порядком визнання результатів навчання, отриманих унаслідок неформальної освіти (<https://cutt.ly/v2thd7K>). У робочих програмах та силабусах до кожної ОК вказані конкретні форми контрольних заходів та критерії оцінювання, які допомагають здобувачам зрозуміти, які джерела можна використовувати для підготовки до контрольних заходів (навчальна література, матеріали лекцій, практичних та семінарських занять). Силабуси та робочі програми кожної освітньої компоненти оприлюднені на сайті кафедри <https://cutt.ly/2wbLaZ3r>.

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

Здобувачам вищої освіти надається інформація про форми контрольних заходів, терміни їх проведення та критерії оцінювання відповідно до Положення про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/lwbmbDsc>). Ця інформація озвучується здобувачам на першому занятті лектором, який роз'яснює завдання, їх виконання, критерії оцінювання до кожного завдання. Детальна інформація про контрольні заходи та критерії оцінювання навчальних досягнень також міститься в силабусах та робочих програмах (<https://cutt.ly/2wbLaZ3r>). Іспити проводяться в період екзаменаційних сесій і складаються здобувачами відповідно до графіку навчального процесу, який оприлюднюється на сайті ЗВО у розділі "Розклад занять" за відповідним посиланням <http://193.189.127.179:5010/>). Куратори академічних груп постійно спілкуються зі студентами, обговорюють питання доступності та зрозумілості форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання знань здобувачів.

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

Відповідно до Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р..) для здобувачів передбачено публічний захист кваліфікаційної роботи, який проводиться на ОПП "Маркетинг".

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

Проведення контрольних заходів визначається внутрішніми нормативними документами: Положенням про організацію освітнього процесу (<https://cutt.ly/lwbmbDsc>), Положенням про проведення поточного та семестрового контролю (<https://cutt.ly/xwbOrgYU>), нормативно-правовою базою (вхідні та внутрішні документи <https://cutt.ly/swbLsELG>), які доступні для ознайомлення студентів на сайті університету та містять процедуру проведення контрольних заходів, процедуру повторної здачі та оскарження результатів навчання. Викладачі ОПП "Маркетинг" пояснюють здобувачам відповідні розділи цих документів на першому занятті. Процедура проведення контрольних заходів регулюється графіком навчального процесу, де вказані календарні терміни теоретичного навчання та практичної підготовки, семестрового контролю (екзаменаційних сесій), ліквідації академічної заборгованості, підготовки кваліфікаційних робіт, атестації здобувачів вищої освіти, канікул, самостійної роботи та складається на кожен навчальний рік ([http://www.kdu.edu.ua/uch\\_otd/ind\\_navch\\_plan.pdf](http://www.kdu.edu.ua/uch_otd/ind_navch_plan.pdf), <https://cutt.ly/lwbOK38z>). Навчальні заняття студентів проводяться згідно розкладу. Повний графік освітнього процесу та розкладу занять для здобувачів ВО розміщений на офіційному сайті ЗВО (<http://193.189.127.179:5010/>).

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

Об'єктивність екзаменаторів визначається Положенням про порядок створення, організацію і роботу екзаменаційної комісії (<https://cutt.ly/MwbOLai4>). Процедури врегулювання конфлікту інтересів описані у Порядку запобігання та врегулювання конфлікту інтересів (оскарження дій науково-педагогічних працівників, результатів контрольних заходів, інших видів конфліктних ситуацій) (<https://cutt.ly/ywbOLclR>), а також у Положенні про проведення поточного та семестрового контролю (<https://cutt.ly/xwbOrgYU>). У КрНУ діє Кодекс академічної етики (<https://cutt.ly/1wbOLAWN>) згідно якого передбачається створення постійно діючої Комісії з етики Університету, яка розглядає заяви про порушення академічної доброчесності, надає пропозиції щодо притягнення порушників до відповідальності. Здобувач вищої освіти може подати апеляційну заяву декану факультету протягом трьох робочих днів після виникнення конфлікту для оскарження результатів контрольних заходів та інших конфліктних ситуацій. Заява буде розглянута комісією, яка складається з представників студентського самоврядування та викладачів кафедри з відповідною кваліфікацією. Комісія має п'ятиденний термін для розгляду заяви. У разі задоволення заяви, комісія приймає рішення щодо зміни оцінки контрольного заходу або адміністративного впливу на дії науково-педагогічного працівника. Рішення фіксується відповідним протоколом, який підписують усі члени комісії. Випадків застосування процедур врегулювання конфлікту інтересів за ОПП "Маркетинг" не було.

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів регулюється Положенням про проведення поточного та семестрового контролю у КрНУ, яке можна знайти за посиланням (<https://cutt.ly/xwbOrgYU>). Згідно з цим Положенням, у разі отримання незадовільної оцінки або наявності заборгованості, здобувач має можливість перескласти іспит (залік) з дисципліни не більше двох разів. При другому перескладанні, іспит (залік) здобувача приймає комісія, яку формує декан факультету. Оцінка, отримана здобувачем у результаті другого перескладання, є остаточною.

У випадку наявності поважних причин, таких як хвороба та інші, які документально підтверджені, декан факультету може встановити індивідуальний графік складання іспитів (заліків) або ліквідації академічної заборгованості. Тривалість такого графіка не повинна перевищувати одного місяця після закінчення зимової екзаменаційної сесії або до початку нового навчального року після літньої екзаменаційної сесії.

Якщо здобувач не з'являється на іспит без поважних причин, які визначаються відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Кременчуцькому національному університеті імені Михайла Остроградського, викладач автоматично виставляє кількість балів, яку студент набрав протягом семестру (поточне оцінювання), у відомість успішності (форма Н-5.04у).

Випадків другого перескладання на ОПП «Маркетинг» не було, а також не було практики переносу термінів сесії.

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

Порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів, якщо виникають сумніви щодо оцінювання знань та об'єктивності виставленої оцінки, регулюється Порядком запобігання та врегулювання конфлікту інтересів (оскарження дій науково-педагогічних працівників, результатів контрольних заходів, інших видів конфліктних ситуацій), який можна знайти за посиланням (<https://cutt.ly/ywbOLclR>). Здобувач вищої освіти має право подати апеляційну заяву на ім'я декана факультету протягом трьох робочих днів для оскарження результатів контрольних заходів та інших конфліктних ситуацій. Комісія розглядає заяву протягом п'ятиденного терміну і може відхилити її у разі відсутності достатніх підстав для зміни оцінки контрольного заходу або задовольнити заяву, змінивши оцінку контрольного заходу або застосувавши адміністративні заходи до науково-педагогічного працівника. Рішення комісії фіксується відповідним протоколом. На ОПП "Маркетинг" не було випадків оскарження процедур та результатів контрольних заходів.

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

Політика, стандарти та процедури забезпечення академічної доброчесності є складовою частиною Системи забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти у КрНУ (<https://cutt.ly/UwbOZg4C>). Ця система регулюється внутрішніми нормативними документами, такими як: Кодекс академічної етики КрНУ (<https://cutt.ly/1wbOLAWN>); Положення про перевірку авторських текстів на плагіат в КрНУ (<https://cutt.ly/OwbOZSrA>); Положення про центр моніторингу якості освіти та академічної чесності КрНУ (<https://cutt.ly/ywbOZZxf>); Інституційним забезпеченням (функціонує Центр моніторингу якості освіти та академічної чесності), відповідними програмними засобами (<https://unicheck.com/uk-ua>, <https://cutt.ly/9wbOZ5ko>).

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

Технологічне рішення, яке використовується на ОПП "Маркетинг" для запобігання порушенням академічної доброчесності, регламентується Положенням про перевірку авторських текстів на плагіат в КрНУ (<https://cutt.ly/OwbOZSrA>). Для цієї перевірки використовується спеціалізоване програмне забезпечення "Unicheck". Контроль за дотриманням академічної доброчесності передбачає перевірку академічних текстів із використанням мережі Інтернет та репозитарію КрНУ (<https://cutt.ly/2wbOXzLh>) (за повнотекстовими версіями кваліфікаційних робіт), перевірки наукових публікацій програмою Unicheck.

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

Академічна доброчесність популяризується серед здобувачів та науково-педагогічних працівників, завдяки проведенню занять та вебінарів, що акцентують увагу на актуальності питання академічної доброчесності. Систематичні роз'яснювальні заходи є основним елементом якості освітнього процесу. Здобувачі ознайомлюються з нормативними документами, які регулюють додержання академічної доброчесності одразу після вступу на магістратуру. Питання дотримання принципів академічної доброчесності та їх вплив на репутацію та імідж фахівця обговорюються на засіданнях кафедри, вченій раді факультету та наукових семінарах та вебінарах (<https://cutt.ly/nwbOXTaV>). Це є важливим фактором мотивації студентів. Крім того, перевірка кваліфікаційних робіт на академічний плагіат через програмне забезпечення Unicheck та проведення конкурсів на кращу роботу з перевіркою на плагіат сприяють поширенню досвіду академічної доброчесності серед здобувачів. Кафедральне наукове товариство студентів, аспірантів та молодих учених також активно сприяє популяризації чесної наукової діяльності серед здобувачів (<https://cutt.ly/9wbOCclq/>).

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

Кодекс академічної етики КрНУ (<https://cutt.ly/1wbOLAWN>) визначає різні види порушень академічної доброчесності та можливі наслідки за такі порушення. У випадку порушення норм академічної доброчесності ЗВО реагує шляхом належної відповідальності для здобувачів, яка може включати: надання зауважень, попереджень щодо скасування результатів оцінювання, повторного проходження відповідних курсів, відрахування з університету та позбавлення пільг щодо оплати навчання. У разі порушення принципів академічної доброчесності у здобувачів проводиться виховна бесіда та надається два тижні на усунення недоліків. Щодо здобувачів ОПП «Маркетинг» на другому (магістерському) рівні вищої освіти не було зафіксовано випадків порушення академічної доброчесності.

## **6. Людські ресурси**

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

Конкурсний добір на ОП у КрНУ відбувається на основі Положення <https://cutt.ly/owbLBhUZ>. Відповідність претендента на заміщення посади науково-педагогічного працівника визначається кваліфікацією відповідно до ОП та ОК, зокрема документом про освіту чи науковий ступінь, результатами професійної діяльності згідно п. 38 Ліцензійних умов (Постанови Кабінету Міністрів від 24.03.2021 р. № 365)". Також до уваги береться щорічне рейтингування НПП, яке оприлюднюється та враховується під час конкурсного добору <https://cutt.ly/HwbLBueD>. До відбору НПП залучаються представники студентського самоврядування, які є членами Вченої ради, де проходить представлення кандидатів, та можуть брати участь в обговоренні кандидатур і голосуванні. Після проведення таємного голосування під час засідання Вченої ради ФЕУ, учасник конкурсного відбору отримує рекомендацію щодо можливості укладення контракту або, навпаки, не отримує такої рекомендації. До реалізації ОПП залучено якісний кадровий склад з належною академічною та професійною кваліфікацією, що підтверджується наявністю відповідної освіти, науковою діяльністю у сфері викладання, а саме, докторів наук, професорів - 1 (25%), кандидатів наук, доцентів - 3 (75%), які мають відповідність ОК, та від 6-14 активностей згідно ліцензійних вимог. Позитивною практикою є те, що НПП, які задіяні у забезпеченні ОП мають сертифікати B2 з іноземної мови - 75%, а також 100% НПП мають наукові публікації у виданнях, що індексуються у міжнародних наукометричних базах даних (Scopus та WoS, h складає від 1-10).

### **Опишіть, із посиланням на конкретні приклади, яким чином ЗВО залучає роботодавців до**

## **організації та реалізації освітнього процесу**

До освітнього процесу на ОП Маркетинг активно залучаються представники роботодавців для проведення на безоплатній основі тренінгів, майстер-класів, ворк-шопів, участі в конференціях, круглих столах, участі у формуванні пулу вибіркових дисциплін, формуванні переліку об'єктів практики, тематики кваліфікаційних робіт, а саме: до перегляду та розроблення ОП - заступника міського голови м. Кременчука Усанової О. П., директора Комунального підприємства «Кременчуцький центр міжнародних зв'язків і економічного розвитку міста «Інститут розвитку Кременчука» Бедрацького П. В., начальника відділу кадрів ПрАТ «Кременчуцький сталеливарний завод» Піменової О. В., начальника відділення №1 АКБ «Індустріалбанк» у м. Горішні Плавні – Кухарського В. М., консультанта ТОВ "Голландські троянди" Пальчика О. В.; до керування практикою студентів згідно договорів (<https://cutt.ly/mwbLMkQi>); до участі в освітніх проектах - Усанову О. П. заступника міського голови м. Кременчука; моніторингу та рецензуванні ОП <http://bamt.kdu.edu.ua/vidguky-do-op-magistrat/>; спільне виконання НДР - ПП «Профінвест»№ 13-10/1037 від 30.12.2022. <http://bamt.kdu.edu.ua/naukovo-doslidni-roboty/>.

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

Для досягнення цілей ОП та підвищення професійної кваліфікації здобувачів кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу і туризму активно на постійній основі залучає фахівців-практиків, представників роботодавців і експертів з відповідної галузі на аудиторні заняття: Бабіченко В. – заступника Голови Правління, начальник фінансово-економічного управління ПАТ «Укртатнафти», експерта в галузі промисловості регіону, Усанову О. - заступника міського голови м. Кременчука, Піменову О. начальника відділу кадрів ПрАТ «Кременчуцький сталеливарний завод», Кухарського В. - начальника відділення №1 АКБ «Індустріалбанк» у м. Горішні Плавні. На початку даного навчального року було запрошено Тріско О. - завідувача відділення психологічного забезпечення відділу кадрового забезпечення Кременчуцького льотного коледжу ХНУВС для проведення лекції в рамках дисципліни «Логіка та етика професійних суджень в маркетингу»; Дорошенко Н. – керівника департаменту бюджетування АТ «А-Банк» з лекцією: «Маркетингові цінові рішення при виведенні інноваційних продуктів АТ «А-Банк» на ринок» та ін. (<https://cutt.ly/iwbL06x4>)

В якості запрошених лекторів періодично залучаються представники зарубіжних ЗВО, а саме: П. Мьонсек - психолог, коуч, бізнес-тренер 5 рівня кваліфікації EQF, тренер з рекомендацією 1-го ступеня Польської Психологічної Асоціації <https://cutt.ly/aRNMyaj>. Ш. Каван - доцент Вищої школи Європейських та регіональних досліджень, Чехія <https://cutt.ly/OwbL2JWO>. Здобувачі відмічають, що такий досвід допомагає їм у формуванні професійного досвіду.

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

В КрНУ функціонує система сприяння професійному розвитку викладачів, яка дозволяє задовольнити їх потреби в особистому та професійному зростанні, що регламентується Положенням (<https://cutt.ly/WRNMvMO>), відбувається за планом <https://cutt.ly/kwbL9N6w>, а також є власні програми на базі університету <https://cutt.ly/QwbL28rm>. Однією з таких програм є проект dComFra <https://dcomfra.vdu.lt/uk/>, де Пряхіна К., Труніна І., Мороз О. приймали участь у частині набуття діджитал навичок (<https://cutt.ly/SwbL9sSy>). КрНУ активно сприяє науковому та професійному розвитку викладачів через аспірантуру (Латишев К., Пряхіна К.), докторантуру, функціонування спеціалізованої вченої ради Д 45.052.02. Викладачі, які задіяні на ОПП постійно розвивається про що свідчить їх публікаційна активність (<https://cutt.ly/IwbL3hvU>). Позитивною практикою є проведення щорічної конференції MEES, матеріали якої індексуються у міжнародній базі Scopus, ця ініціатива дозволяє НПП підтримувати високий рівень публікаційної активності у міжнародних базах даних. Завдяки потужній базі міжнародних партнерів <https://cutt.ly/GwbL9eEz> НПП щорічно проходять міжнародні стажування, наприклад Труніна І. та Пряхіна К. в рамках програм Еразмус стажувалися у Вищій школі європейських і регіональних досліджень в Чеське Будейовіце (2023) <https://cutt.ly/1wbL9Dvn>, в Abertay University, Данді, Шотландія (2019) <https://cutt.ly/hRNMids>. Також, гарант ОП Пряхіна К. стажувалася в університету Відні, Австрія (<https://cutt.ly/lwbL9Umi>).

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

Стимулювання розвитку викладацької майстерності у КрНУ регламентується згідно з документами: колективним договором <https://cutt.ly/awbL8Fhq> та Положенням про матеріальне стимулювання працівників КрНУ <https://cutt.ly/WRNMioz>. Крім того, стимулювання викладацької майстерності в КрНУ також передбачено в стратегічних напрямках розвитку університету, зокрема в пунктах п. 6.3, 6.4 і 6.11, КрНУ використовує систему рейтингування викладачів за основними напрямками їх викладацької діяльності. Наприклад, за результатами рейтингування 2022, гарант ОП Пряхіна К. увійшла в топ-5 доцентів університету, а Труніна І. стала переможцем в номінації «Консолідований рейтинг». Підвищення кваліфікації викладачів досягається через участь у тренінгах, програмах навчання на підвищення кваліфікації та у міжнародних освітніх програмах <http://bamt.kdu.edu.ua/zakordonni-stazhuvannya/>. За досягнення у науковій та педагогічній діяльності викладачі можуть отримати державні нагороди, звання, грамоти і подяки МОН України і тд. Наприклад, гарант ОП Пряхіна К. є стипендіатом КМУ для молодих учених, а також стипендіатом імені Героя Небесної Сотні – Героя України І. Сердюка, яка призначається за значний внесок в розбудову України, активну громадську, національно-патріотичну, волонтерську діяльність. Труніна І. нагороджена Почесною грамотою КМУ та Посвідченням Національної академії педагогічних наук України «Ушинський К.Д.», доц. Мороз О. нагороджена Грамотою за вагомі досягнення в науковій та методичній роботі КрНУ.

## 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?**

Фінансові ресурси КрНУ формуються відповідно до кошторису (<https://cutt.ly/LwbZZmya>) та щорічно піддаються уточненню з можливістю внесення змін. Звіти про використання цих коштів публікуються на веб-сайті університету (<http://surl.li/eyioj>). Рациональне використання фінансових ресурсів має ключове значення, оскільки воно допомагає університету досягати намічених освітніх та наукових цілей, а також реалізовувати плани майбутнього розвитку. КрНУ (<http://surl.li/juee>), разом із кафедрою бізнес-адміністрування, маркетингу і туризму, володіє достатньою матеріально-технічною базою для забезпечення досягнення запланованих цілей освітніх програм (ОП) та навчальних результатів, відповідаючи вимогам ліцензування, які визначені у пункті 39 (<http://surl.li/ezqbt>). Бібліотечний фонд університету (<http://lib.kdu.edu.ua/>) надає змогу здобувачам відповідної освітньої програми отримувати доступ до всіх необхідних матеріалів. Постійне оновлення навчально-методичного забезпечення дозволяє досягти запланованих цілей та бажаних навчальних результатів, що визначені ОП (<http://bamt.kdu.edu.ua/>).

Здобувачі постійно мають можливість безкоштовного доступу до Google Scholar, Web of Science і Scopus. В умовах дистанційного навчання студенти мають можливість приєднатися до корпоративної платформи ZOOM, яка передплачена університетом. Крім того, студенти можуть використовувати систему онлайн навчання та оцінювання знань, що надається університетом (<http://surl.li/faisf>).

### **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?**

КрНУ відзначається своєю здатністю балансувати та ефективно використовувати фінансові та матеріально-технічні ресурси, для задоволення інтересів і потреб своїх здобувачів. Це відображено у створенні навколишнього освітнього середовища, що веде до високих позицій університету в світових рейтингах (<http://surl.li/kpsdo>).

Здобувачі університету підтримують студентоцентризований підхід, який дозволяє їм відчувати себе активними партнерами у навчальному процесі. КрНУ забезпечує безкоштовний доступ студентів до всієї інфраструктури університету, а саме: до мережі Internet, Wi-Fi, мультимедійних та комп'ютерних аудиторій тощо. Віртуальний освітній простір дозволяє забезпечити проведення онлайн-занять (<http://surl.li/faisf>).

Крім того, в університеті діє наукове товариство студентів, аспірантів та молодих вчених, яке сприяє підтримці обдарованої студентської молоді і стимулює науково-дослідну діяльність (<http://surl.li/ecgag>). На кафедрі БАМТ для заходів у рамках наукового товариства обладнана аудиторія. Створений в КрНУ інноваційний ХАБ є платформою для взаємодії студентів, аспірантів та молодих учених, представників бізнесу, міськвиконкому м. Кременчука з метою створення інноваційної моделі підготовки кваліфікованих спеціалістів та соціальної підтримки (<http://surl.li/ecgag>).

Важлива увага приділяється також розвитку студентської творчості, культурному життю і спортивним заходам, що сприяє прогресу особистості студентів, їхньому загальному поліпшенню та добробуту (<http://surl.li/ecqvl>)

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

Статут КрНУ та Стратегічна програма розвитку (<http://surl.li/ecocr>) гарантують здобувачам безпечне освітнє середовище, де життя та здоров'я є захищеними. Практична реалізація цих гарантій полягає в дотриманні всіма приміщень університету вимог чинних норм та правил експлуатації. В університеті дотримуються норм техніки безпеки, надається постійне інструктування для НПП та студентів. Через медичні пункти поширюється інформація щодо надання першої допомоги та впроваджується здоровий спосіб життя ([http://www.kdu.edu.ua/Documents/poryadok\\_med\\_obs\\_l\\_stud.pdf](http://www.kdu.edu.ua/Documents/poryadok_med_obs_l_stud.pdf)). На балансі університету знаходяться медичні пункти, спорткомплекс, басейн та укриття, що відповідають нормативним вимогам (<http://surl.li/figkd>). Згідно нормативних вимог облаштовані укриття у 2, 5 і 7 корпусках (<http://www.kdu.edu.ua/new/detail.php?id=2589>). Захист праці є важливою частиною створення безпечного освітнього середовища для життя і здоров'я студентів. В університеті працює відповідний підрозділ (<http://surl.li/ecqvi>), також кожен викладач проводить інструктаж з техніки безпеки перед початком занять у лабораторіях та аудиторіях. У сучасних важких умовах особливо важливо забезпечувати психічне здоров'я студентів, створюючи сприятливу атмосферу співробітництва та підтримки, контролюючи навчальне навантаження для попередження перевтоми та стресів. КрНУ приділяє велику увагу цим питанням, на сайті доступна інформація про заходи, спрямовані на запобігання дискримінації, насильства та булінгу (<http://surl.li/ecrev>).

### **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 підтримка здобувачів КрНУ регулюється "Положенням про організацію освітнього процесу" (<https://cutt.ly/VwkENHRy>). Ключові аспекти цього документа практично втілюються через розвинену систему комунікацій зі здобувачами, врахування освітніх потреб та використання сучасних технологій дистанційного навчання.

Щодо інформаційної підтримки, студенти мають доступ до бібліотечних та інформаційних ресурсів університету.



Також існує методично-інформаційний сайт університету (<https://cutt.ly/qwkE1nwp>) та кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму (<https://cutt.ly/cwkE05rf>). Університет спрощує процедуру отримання інформації та забезпечує зв'язок з адміністрацією через сайт (<https://cutt.ly/pwkE8jVq>), де надані зразки форм запитів (<https://cutt.ly/DwkE9Ivo>) та координати гарячої лінії (<https://cutt.ly/mwkE3zSQ>).

В університеті існує організована система студентського самоврядування, яка допомагає підтримувати організаційний, інформаційний, консультаційний та соціальний зв'язок здобувачів.

Студентська профспілка відіграє ключову роль у забезпеченні соціального та правового захисту здобувачів в університеті (<https://cutt.ly/VwkE5ga4>). Головним завданням студентської профспілки є представляти і захищати інтереси студентів, забезпечити їхню активну участь у різних аспектах університетського життя.

Завдяки цим організаційним структурам студенти отримують можливість активно впливати на процеси в університеті, висловлювати свої думки та побажання, а також мати підтримку в різних сферах свого студентського життя. Ця система дає можливість створити сприятливе середовище для навчання та розвитку студентів.

Система комунікаційних зв'язків зі здобувачами освітньої програми (ОП) є добре розвинутою та має різноманітні форми реалізації. Вона включає як традиційні методи безпосереднього спілкування під час аудиторних занять, зустрічей з завідувачами кафедр (гарантами ОП), позанавчальних культурно-просвітницьких і спортивних заходах, так і сучасні інтерактивні способи зв'язку. Розмаїття комунікаційних засобів допомагає забезпечити ефективну взаємодію між університетом, викладачами та здобувачами ОП, робить комунікацію більш доступною та адаптованою до сучасних засобів спілкування.

Здобувачі отримують консультативну підтримку від куратора, гаранта ОП, завідувача кафедри та викладачів. Крім того, вони можуть звертатися за консультаціями юридичного характеру до "Юридичної клініки" (<https://cutt.ly/YwkE6BQ6>). Відділ сприяння працевлаштуванню та практичній підготовці надає консультації щодо можливостей на ринку праці (<https://cutt.ly/RwkRwlDp>).

Студенти, які навчаються за державним бюджетом, отримують стипендії при своєчасному складанні іспитів та виконанні науково-дослідної роботи. Гуртожиток надається здобувачам на весь період навчання.

Результати опитувань (<https://cutt.ly/HwkRyriR>) свідчать про високий рівень задоволеності рівнем організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки, яку надає КрНУ своїм здобувачам.

**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)**

КрНУ робить важливі кроки для створення умов, що забезпечують рівний доступ до вищої освіти для осіб з особливими потребами, використовуючи систему заходів для мінімізації проблем, з якими стикаються студенти з інвалідністю під час навчання (<http://surl.li/eykpl>), а саме:

Доступ до фізичної інфраструктури: забезпечення студентів з інвалідністю доступом до аудиторій та інших приміщень за допомогою спеціальних технічних засобів, які відповідають їхнім потребам та типам інвалідності.

Інтернет та електронна бібліотека: надається можливість користуватися інтернетом та електронною бібліотекою для доступу до навчальних ресурсів та матеріалів.

Індивідуальний підхід: застосування такого підходу до студентів з інвалідністю шляхом надання їм можливості використовувати сучасні педагогічні технології та отримувати індивідуальні консультації та підтримку.

Соціальний супровід: університет забезпечує соціальний супровід студентів з інвалідністю, включаючи їх у різні сфери суспільного життя та надаючи підтримку щодо участі в студентському житті, культурних та спортивних заходах.

Ці заходи спрямовані на створення дружнього та доступного середовища для навчання всіх студентів, незалежно від їхніх індивідуальних потреб та особливостей. Університет приділяє велику увагу питанням інклюзивної освіти та підтримує студентів з інвалідністю на всіх етапах навчання. На ОП «Маркетинг» відповідних прикладів щодо створення таких умов не було.

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

Створення сприятливого середовища в академічній групі та розвиток дружніх відносин між студентами і викладачами є ключовими факторами для досягнення успіху в освітньому процесі в закладах вищої освіти (<https://cutt.ly/uwltNcsi>). Ці відносини мають важливе значення, оскільки вони сприяють підвищенню мотивації для навчання. Дружні стосунки в групі стимулюють студентів бути більш активними в навчанні та брати участь у різних освітніх ініціативах. Підтримка взаємного відкритого спілкування допомагає студентам обговорювати навчальні питання, ділитися досвідом та звертатися до викладачів для отримання порад, що спонукає студентів до більш відкритої взаємодії та активної участі в навчальному процесі.

КрНУ надає можливість звертатися за допомогою та повідомляти про хабарництво, зловживання та інші негативні явища через гарячу лінію та скриньки довіри, що є дієвим інструментом для інформування про можливі порушення (<https://cutt.ly/vwltM3zq>).

В університеті працює механізм запобігання та вирішенню конфліктів інтересів - це система правил, процедур і практик, спрямованих на уникнення конфліктів між особистими інтересами членів університетської спільноти та їхніми професійними або інституційними обов'язками (<https://cutt.ly/xwltgYvQ>). Цей механізм також визначає процедури вирішення конфліктів, якщо вони все ж виникають. Важливим аспектом, що впливає на ефективність навчального процесу та створення комфортного середовища для студентів та інших учасників освіти є ініціатива університету щодо проведення онлайн курсів та семінарів для врегулювання конфліктних ситуацій та боротьби з булінгом. (<https://cutt.ly/TwbZXFp8>)

Наявність університетської уповноваженої особи для виявлення корупції та запобігання їй є важливим кроком у

боротьбі з цим негативним явищем в освітньому закладі (<http://surl.li/fajvv>). Уповноважена особа має на меті виявлення, запобігання та вирішення випадків корупції в університеті (<http://surl.li/eykwf>). Розроблено методичні матеріали, які допомагають членам академічної спільноти розуміти їхню відповідальність та алгоритм дій у випадку протиправних дій, які мають наступні цілі: інформування про етичні норми, пояснення відповідальності, надання конкретних кроків, підкреслення важливості звітності (<https://cutt.ly/nwlytCng>). Той факт, що під час реалізації ОП другого магістерського рівня "Маркетинг" не було виявлено випадків конфліктних ситуацій, включаючи сексуальні домагання, дискримінацію та корупцію, свідчить про ефективну систему контролю, професійну етичну поведінку членів академічної спільноти та безпеку студентів.

## **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**

Розроблення, схвалення, моніторинг і актуалізація ОП здійснюються відповідно до Положення про порядок розроблення, схвалення, моніторингу і перегляду ОП у КрНУ (<http://surl.li/ecyfe>). Дане положення удноманітнює процедури створення ОП для всіх спеціальностей ВНЗ. Це гарантує єдиний підхід до моніторингу та контролю якості впровадження процедур, а також механізми модернізації ОП. Посвідчено, що регулярний перегляд ОП або розробка нової ОП здійснюється на вимогу керівництва КрНУ, гаранта ОП, студентів ВНЗ, роботодавців чи інших зацікавлених сторін. Розгляд та затвердження проводяться випусковою кафедрою після узагальнення всіх пропозицій зацікавлених сторін та врахування особливостей фахової підготовки. Окрім того, Вчена Рада факультету та Вчена Рада Університету беруть участь у цьому процесі. Остаточне затвердження нової освітньої програми здійснюється наказом ректора. Решту документів, які регулюють зміст та впровадження освітнього процесу, можна знайти у відкритому доступі на сайті Університету: Статут КрНУ: (<http://surl.li/ecgnu>), Внутрішня система забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти КрНУ (<http://surl.li/ewqls>), Кодекс якості КрНУ: (<http://surl.li/exuoa>), Кодекс академічної етики КрНУ (<http://surl.li/ecnjc>), Положення про організацію освітнього процесу: (<http://surl.li/bavpg>).

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

Огляд ОП здійснюється кафедрою БАМТ регулярно відповідно до Положення про порядок розроблення, затвердження, моніторингу і перегляду освітніх програм у КрНУ (<http://surl.li/ecyfe>), враховуючи суспільні вимоги до підготовки фахівців за цим напрямком та спрямованості, з метою задоволення цих потреб. Регулярний моніторинг та огляд програми, які є основними складовими внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності, здійснюються під керівництвом гаранта ОП та з участю студентів та стейкхолдерів. Про будь-які зміни, що виникають під час перегляду ОП, група інформує студентів та зацікавлені сторони. Оновлена ОП підлягає затвердженню та впровадженню згідно встановленої процедури. Останній огляд ОП зі спеціальності "Маркетинг" другого рівня вищої освіти відбувся протягом 2022-2023 навчального року. Нову версію ОП схвалено 29.06.2023 р. Враховуючи існуючий стандарт ВО, відгуки студентів, цінні пропозиції практикуючих фахівців і роботодавців, міжнародний досвід зав. кафедрою та гаранта були внесені зміни до переліку обов'язкових та вибіркового складових освітньої програми та процедури формування індивідуального навчального маршруту. Відзначимо включення ОК «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» «Бізнес-комунікації (англійською мовою)» в ОП 2023 р. та «Управління маркетинговими проектами в ОПП 2022 та 2023р., а також ОК «Інформаційно-комунікаційні технології маркетингу» (переорієнтовано в ОП 2023 в ОК «Цифрові технології маркетингу»), яка відображає тенденції цифровізації для ОП такого рівня, а також розширений перелік вибіркового предметів. У підсумку, оновлена ОП, на нашу думку, більш точно відповідає потребам сучасності, задовольняє вимоги роботодавців стосовно висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингової діяльності.

**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**

Самі здобувачі є активними учасниками в процесі періодичного огляду ОП та інших механізмів для забезпечення якості навчальних програм у ролі партнерів. Позиція студентів ВНЗ враховується під час обговорення ОП (<http://bamt.kdu.edu.ua/pereglyanuty/>). У робочій групі з розробки ОП "Маркетинг" взяла участь заступник мера міської ради міста Кременчука Усанова О. П. У 2022 р. згідно побажань респондентів-здобувачів до ОП внесені такі ОК «Бізнес-комунікації англійської мови» та «Креативні технології реклами»; а у 2023 р. з метою оновлення ОП та слідування сучасних тенденцій було запропоновано введення ОК «Цифрові технології маркетингу». Також до розробників ОП 2023 р. було запрошено здобувача ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня спеціальності 075 Маркетинг Лісовик Ю. Цей механізм дозволяє перетворити освітню програму, враховуючи освітянські інтереси студентів. Кафедра (<http://surl.li/kvotl>) та КрНУ регулярно проводять опитування серед студентів, щоб включити їх до ОП та оцінки якості (<http://surl.li/ecfsq>).

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

Студентське представництво активно бере участь у формуванні навчальних програм, оскільки воно виступає як зв'язкове ланкою між студентською громадою та викладачами. Конкретно через своїх представників у Вченій раді факультету та університету вони вносять свої рекомендації. Діяльність органів студентського самоврядування регулюється Статутом КрНУ <http://surl.li/ecgncu>, Положенням про організацію навчального процесу <http://surl.li/bavpvg> та Положенням про студентське самоврядування в КрНУ [polog\\_stud\\_samovr.pdf](http://polog_stud_samovr.pdf). Згідно цих внутрішніх нормативних документів представники студентської адміністрації мають право енергійно обговорювати та вирішувати питання поліпшення освітнього процесу, підвищення привабливості освітньої програми, подавати пропозиції стосовно розвитку матеріальної бази Університету, призначати стипендії та інше. За погодженням з органом студентської адміністрації приймаються рішення про: відрядження (поновлення на навчання) студентів, переведення осіб на навчання за бюджетною формою, за рахунок фізичних осіб, призначення заступника декана факультету, заступника керівника Університету, затвердження правил внутрішнього розпорядку Університету в тій частині, що стосується осіб, які навчаються тощо.

### **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**

Положення про процедуру розроблення, схвалення, моніторингу та перегляду освітніх програм у КрНУ: (<http://surl.li/ecyfe>), на підставі якого ВНЗ комунікує з роботодавцями. При запрошенні до участі у роботі групи з роботодавцями Університет керується критеріями професійності, компетентності, творчості, готовності до обміну професійним досвідом та довгострокового мислення. У складі групи працюють визначені фахівці. Роботодавці, що належать до складу робочої групи, беруть участь у її засіданнях. Думки роботодавців обговорюються на засіданнях групи, реєструються та враховуються під час перегляду ОП через внесення змін до ОП. (<http://bamt.kdu.edu.ua/peredglyanuty/>). Під час розробки ОП роботодавці виступають як зовнішні аудитори ОП для перевірки її актуальності. У процесі розробки ОП враховано висловлені думки заступника міського голови м. Кременчука Усанової О. П., директора Комунального підприємства «Кременчуцький центр міжнародних зв'язків і економічного розвитку міста «Інститут розвитку Кременчука» Бедряцького П. В., начальника відділу кадрів ПрАТ «Кременчуцький сталеливарний завод» Піменової О. В., начальника відділення №1 АКБ «Індустріалбанк» у м. Горішні Плавні – Кухарського В. М., консультанта ТОВ "Голландські троянди" Пальчика О. В. (<http://surl.li/kvopr>). Аналогічний підхід застосовується КрНУ для проведення опитувань роботодавців: <http://surl.li/ecfsq>.

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

У навчальному закладі працює відділ допомоги в працевлаштуванні та практичній підготовці (<http://surl.li/ewqpy>), діяльність якого відбувається згідно положення (<http://surl.li/ewqqe>). Основними завданнями цього відділу є інформування випускників та студентів про вакансії, які відповідають їх фаховій підготовці, на підприємствах, установах та організаціях; ведення моніторингу щодо трудоустрою випускників згідно з їх місцем проживання; сприяння організації зустрічей між випускниками та роботодавцями; організація річних заходів, таких як "Ярмарок вакансій" та "круглі столи"; аналіз попиту на спеціалістів даної галузі на ринку праці регіону та країни та подання відповідних пропозицій університетському керівництву тощо. Спільно з відділом кафедри БАМТ проводиться дослідження трудоустрою випускників. Студенти ОП дають можливість ознайомитися з пропозиціями на ринку праці через оголошення на сайті ЗВО. Професійний шлях випускників відстежується гарантом програми. Аналіз даних щодо працевлаштування випускників ОП показав, що вони є достойними співробітниками бізнес-структур. Наприклад, В. О. Дружинін - Senior Full stack developer і розробляє маркетингову сра-платформу, Д. Д. Золотарьов - маркетолог компанії ПП "Алкогрупа плюс" (<http://surl.li/nmec>).

### **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?**

Процедури ВЗЯ ОП "Маркетинг" в Університеті базуються на Системі забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти КрНУ (внутрішня система забезпечення якості) (<http://surl.li/ewqls>). Процес ВЗЯВО під час реалізації ОП "Маркетинг" виявив відсутність суттєвих слабких сторін, оскільки програма постійно вдосконалюється. Водночас, починаючи з моменту впровадження процедури акредитації та участі членів робочої групи (професора Труніної І. М., доцента Пряжіної К. А.) в різних заходах НАЗЯВО протягом 2019-2023 років, програма "Маркетинг" постійно вдосконалюється в таких напрямках: забезпечення чіткої структури компетентностей, освітніх компонент та ПРН; активне проведення наукових дискусій під час участі у наукових конференціях, вебінарах та тренінгах; зосередження на формуванні навичок, необхідних для майбутньої професійної діяльності. Для цієї мети в Університеті було створено та впроваджено Інноваційний Хаб, який діє згідно з Положенням про діяльність інноваційного хабу (<http://surl.li/ewque>). Під час вдосконалення ОП "Маркетинг" звертається увага на зміни в процедурі захисту кваліфікаційних робіт в умовах пандемії і воєнного стану та вимоги до публікацій результатів дослідження, які повинні відповідати науковому напрямку керівників робіт. Також акцентується на розширенні інтернаціоналізації шляхом участі здобувачів та НПП у міжнародних проєктах, програмах та грантовій діяльності, НДР кафедри. Щодо участі здобувачів у науково-дослідній роботі кафедри, то у 2022 році здобувачі другого року навчання Лісовик Ю. В. і Щербина Ю. О. взяли участь у НДР на тему "Маркетингові дослідження конкурентного середовища регіону" (№ 13-10/1037 від 30.12.2022 року) (<http://surl.li/ewpqq>). Постійне обговорення питань поліпшення МТБ кафедри також має важливе значення. Всі ці заходи дозволяють ефективно реагувати на виклики ринку праці в сфері маркетингової діяльності.

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

ОП "Маркетинг" вперше акредитувалася в 2019 році і тому враховані деякі пропозиції із попередньої акредитації, а також від акредитацій інших ОП КрНУ. Наприклад, ЕГ вказувала на відсутність компенсації витрат для НПП, які публікують статті в періодичних виданнях, що включені до наукометричних баз Scopus та/або Web of Science, що знижує мотивацію до цього процесу. Це зауваження було враховано, і з 29.12.2020 року воно було включено окремим пунктом (<http://surl.li/ecnos>) до системи преміювання НПП за високі результати публікаційної активності в наукометричних базах. Також слід враховувати більшу кількість дисциплін, що спрямовані на розвиток соціальних та комунікаційних навичок (ООК-2, ООК-7), а також вміння управляти проектами (зокрема, ООК-9) в рамках ОП "Маркетинг". В рекомендаціях попередньої акредитації було зазначено про підвищення публікаційної активності викладачів в міжнародних наукометричних базах Scopus та/або Web of Science. Вважаємо, що ця рекомендація виконано в повному обсязі.

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

Академічна спільнота залучається до процедур ВСЗЯВО на підставі <http://surl.li/ewqls> та у таких напрямках: участь в обговоренні питань забезпечення якості вищої освіти і процедур їх реалізації; розробка ОП та навч-методичного забезпечення ОК; аналіз та самоаналіз рівня викладання ОК; участь в опитуваннях щодо оцінки СЗЯВО; виконання НДР (згідно принципів академічної доброчесності), підвищення кваліфікації, самооцінювання діяльності (наукової та ін.) з наступним оприлюдненням результатів, тощо; дотрим. норм академічної доброчесності, професійної етики. Актуалізація сучасних тенденцій розвитку теорії і практики маркетингової діяльності здійснюється під час участі у наук.-практичних конференціях, профес. та наук. спільнотах, тощо. До розгляду проекту ОП 2023 р. було залучено фахівців з маркетингу: Є. Крикавського - д.е.н., професора, завідувача кафедри маркетингу і логістики Національний університет «Львівська політехніка», Н. Руденко - к.е.н., доцента, в.о. завідувача кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка та О. Ольшанську - д.е.н., професора декана факультету управління та бізнес-дизайну Київського національного університету технологій та дизайну.

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

ВСЗЯВО створюється університетом (<http://surl.li/ewqls>) самостійно та включає впровадження процедур, виконання яких має чітко розподілену відповідальність. Реалізація процедур ЗЯВО відбувається на п'яти рівнях. П'ятий рівень передбачає громадський контроль з боку наглядової ради, вченої ради, ректора та проректорів. Цей рівень включає затвердження положень щодо забезпечення якості освіти, а також затвердження та закриття освітніх програм; відбувається кадрове і фінансове забезпечення, контроль за функціонуванням програм та розробка процедур. Четвертий рівень - підрозділи: що відповідають за ВСЗЯВО (НВ, НМВ, центр моніторингу ЯО та академ. чесності, центр акредитації та ліцензування, відділ аспірантури та докторантури, центр міжнарод. діяльності); що залучені до реалізації ВСЗЯВО (відділ кадрів, бібліотека, ЮВ, центр підвищення кваліфікації та професійної адаптації тощо); дорадчі та робочі органи КрНУ (ректорат, НТР, МР, студентська рада, канцелярія тощо). Третій рівень (директорати навчально-наукових інститутів/деканатів факультетів, вчені ради структурних підрозділів, органи студентського самоврядування) відповідає за координацію та моніторинг СЯВО, а також залучення здобувачів до розробки та вдосконалення ОП. Другий рівень (кафедри, гаранті ОП та робочі групи) - забезпечення якості освітнього процесу, коригування ОП та організаційно-методичний супровід з ключовими стейкхолдерами. Перший рівень - здобувачі ВО - участь у моніторингу та перегляді ОП.

## 9. Прозорість і публічність

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

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу регулюються наступними документами КрНУ : Статутом Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського <http://www.kdu.edu.ua/Documents/StatutKrNU.pdf>; Положенням про організацію освітнього процесу в Кременчуцькому національному університеті імені Михайла Остроградського [http://www.kdu.edu.ua/uch\\_otd/polozhennya\\_osvitnii\\_proces\\_2021.pdf](http://www.kdu.edu.ua/uch_otd/polozhennya_osvitnii_proces_2021.pdf); Положення про проведення поточного та семестрового контролю ([http://www.kdu.edu.ua/uch\\_otd/polog\\_pot\\_semestr\\_kontrol.pdf](http://www.kdu.edu.ua/uch_otd/polog_pot_semestr_kontrol.pdf)); порядок запобігання та врегулювання конфлікту інтересів (оскарження дій науково-педагогічних працівників, результатів контрольних заходів, інших видів конфліктних ситуацій) ([http://www.kdu.edu.ua/uch\\_otd/konflikt.PDF](http://www.kdu.edu.ua/uch_otd/konflikt.PDF)), Кодекс якості освіти КрНУ [http://www.kdu.edu.ua/Documents/kodeks\\_jakosti\\_KrNU.pdf](http://www.kdu.edu.ua/Documents/kodeks_jakosti_KrNU.pdf)), положення про Товариство студентів, аспірантів і молодих учених ([http://www.kdu.edu.ua/new/student\\_nauk.php](http://www.kdu.edu.ua/new/student_nauk.php)), правила внутрішнього розпорядку у студентських гуртожитках КрНУ (<http://www.kdu.edu.ua/new/gurtogitki.php>). В університеті освітній процес включає роз'яснювальні бесіди та ознайомлення всіх учасників з їхніми правами та обов'язками. Ця ініціатива спрямована на відповідність сучасним стандартам, забезпечуючи прозорість та відкритість у навчальному процесі.

**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**

<http://bamt.kdu.edu.ua/osvitnya-programa-magistrat/>,  
[http://www.kdu.edu.ua/new/uch\\_progr\\_mag.php](http://www.kdu.edu.ua/new/uch_progr_mag.php),  
<http://bamt.kdu.edu.ua/vidguky-do-op-magistrat/>,  
[https://docs.google.com/document/d/1Wl\\_R9\\_xxBdDyrHImf-UDJg2g88677cDl/edit#heading=h.gjdgxs](https://docs.google.com/document/d/1Wl_R9_xxBdDyrHImf-UDJg2g88677cDl/edit#heading=h.gjdgxs).

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

<http://bamt.kdu.edu.ua/osvitnya-programa-magistrat/>

## **11. Перспективи подальшого розвитку ОП**

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

Сильні сторони ОП:

- цілі освітньої програми у повній мірі корелюють з місією та стратегією Університету і скеровані на задоволення потреб регіонального ринку праці,
- активна співпраця з роботодавцями, яка сприяє розвитку ОП, її практичній спрямованості;
- студентоцентричний підхід щодо організації освітнього процесу з наданням можливості здобувачам формувати індивідуальну освітню траєкторію завдяки різноманітності вибіркових дисциплін та організації процесу вибору освітніх компонент, зокрема, третій семестр побудований за принципом «вікна мобільності», тобто повністю складається з вибіркових дисциплін, що дозволяє легко організувати академічну мобільність студентів,
- потужний викладацький склад, який має високу професійну активність, що підтверджується публікаційною активністю у міжнародних базах Scopus, WoS, у вітчизняних фахових виданнях тощо; постійне підвищення кваліфікації; членство в експертних радах та ГЕР Національного агентства забезпечення якості вищої освіти; членство в редакційних колегіях наукових видань, Національного центру “Мала академія наук України”; участь у журі всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності “Маркетинг”, участь в академічній мобільності викладачів в рамках програми Еразмус+.
- матеріально-технічна база університету і кафедри не тільки сприяє ефективному навчанню та забезпеченню безпеки освітнього середовища для студентів, але також надає можливість для фізичного здоров'я, займання спортом та виявлення творчих здібностей студентів.
- систематична участь здобувачів та отримання призових місць у II турі міжнародних та всеукраїнських конкурсів студентських наукових робіт, в наукових конференціях Міжнародного та Всеукраїнського рівнів,
- залучення здобувачів до виконання тем науково-дослідної роботи кафедри.

Слабкі сторони ОП:

- недостатня міжнародна мобільність здобувачів.

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

1. Постійна модернізація змісту ОПП «Маркетинг» та освітніх компонентів відповідно до тенденцій розвитку науки, актуальних потреб ринку праці для формування необхідних фахових компетентностей здобувачів вищої освіти.
2. Розширення бази стейкхолдерів для проведення практик з метою набуття практичних навичок професійної діяльності за фахом.
3. Впровадження новітніх методів викладання.
4. Імплементация програм подвійних дипломів на основі попередніх домовленостей з Університетом Лестера (Великобританія).
5. Розвиток та впровадження системи міжнародної академічної мобільності для студентів.
6. Продовження практики активної наукової діяльності НПП і здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня.

## **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: Загірняк Михайло Васильович**

Дата: 05.10.2023 р.

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

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
ООК-1 Методологія маркетингових досліджень	навчальна дисципліна	<i>Силабус Методологія маркетингових досліджень (1).pdf</i>	NTOFr+/q8KzHcygB2eC/keisYkY/F4C/+g4kfLUjeeY=	Мультимедійна аудиторія №5505 (S = 46,4 м2). Комп'ютерне та мультимедійне обладнання: проектор Acer HV532 – 1 шт., ноутбук, стаціонарний мультимедійний екран ELITE SCREENS - 1шт., Zoom – сервіс онлайн конференцій та відеозв'язок. Бібліотечний фонд фахової літератури.
ООК-2 Бізнес-комунікації (англійською мовою)	навчальна дисципліна	<i>Силабус Бізнес_комунікації.pdf</i>	1vCoaFrFvuVCoFHk4lZlsgI5i52PDYVoP3ZpClJQ5YQ=	Мультимедійна аудиторія №5507 (S = 66,5 м2), Мультимедійний комплекс: проектор EPSON EB-X51 – 1 шт., ноутбук, доступ до інтернету, Zoom – сервіс онлайн конференцій та відеозв'язок. Бібліотечний фонд фахової літератури.
ООК-3 Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>Силабус Стратегічний маркетинг.pdf</i>	YTO9qxDKi855n/Hk hzgbaajEnf4yDyWfmcevkOl6GWc=	Мультимедійна аудиторія №5507 (S = 66,5 м2), Мультимедійний комплекс: проектор EPSON EB-X51 – 1 шт., ноутбук, доступ до інтернету, Zoom – сервіс онлайн конференцій та відеозв'язок. Бібліотечний фонд фахової літератури.
ООК-4 Креативні технології реклами	навчальна дисципліна	<i>Силабус Креативні технології реклами.pdf</i>	NHHPVIziwHdLWnmJJY1A9SAqFufsJLP7r3nFI7xMN9Q=	Мультимедійна аудиторія №5505 (S = 46,4 м2), Комп'ютерне та мультимедійне обладнання: проектор Acer HV532 – 1 шт., ноутбук, стаціонарний мультимедійний екран ELITE SCREENS - 1шт., Zoom – сервіс онлайн конференцій та відеозв'язок. Бібліотечний фонд фахової літератури.
ООК-5 Маркетинговий менеджмент	навчальна дисципліна	<i>Силабус Маркетинговий менеджмент (1).pdf</i>	CrSzvAY1UQkC5Ej2DyqYiQ4/22AhbkbfbhFeDzMJ3Hsk=	Мультимедійна аудиторія №5505 (S = 46,4 м2), Комп'ютерне та мультимедійне обладнання: проектор Acer HV532 – 1 шт., ноутбук, стаціонарний мультимедійний екран ELITE SCREENS - 1шт., Zoom – сервіс онлайн конференцій та відеозв'язок. Бібліотечний фонд фахової літератури.
ООК-6 Маркетинг інновацій	навчальна дисципліна	<i>Силабус Маркетинг інновацій (1).pdf</i>	L+DD+Mlve8nIUCio rRPD8DaZiUyqNZBksaosYqoS1h4=	Мультимедійна аудиторія №5507 (S = 66,5 м2), Мультимедійний комплекс: проектор EPSON EB-X51 – 1 шт., ноутбук, доступ до інтернету, Zoom – сервіс онлайн конференцій та відеозв'язок. Бібліотечний фонд фахової літератури.
ООК-7 Маркетинг взаємодії і партнерських відносин	навчальна дисципліна	<i>Силабус MB_та_ПВ.pdf</i>	d+phafihBGamQLH VauWBoKh552O3UrTrigjXiGUlgog=	Мультимедійна аудиторія №5507 (S = 66,5 м2), Мультимедійний комплекс: проектор EPSON EB-X51 – 1 шт., ноутбук, доступ до інтернету, Zoom – сервіс онлайн конференцій та відеозв'язок. Бібліотечний фонд фахової літератури.

				та відеозв'язок. Бібліотечний фонд фахової літератури.
ООК-8 Цифрові технології маркетингу	навчальна дисципліна	Силабус_Цифрові технології маркетингу.pdf	AAJhagqoFuO2TCh3o7Y/L8qOGToULLx2PC4cMhLcT58=	Аудиторія №1122 Офіс цифрових компетентностей (DC-офіс): 1. Ноутбук Dell Inspiron 3584 15.6 FHD (1920 x1080), Intel Core i3-7020U (2.3 GHz), RAM 4GB DDR4, HDD ITB 5400, Windows 10 Pro OEM Ukr. 2. Проектор Acer S1286H з інтерактивним модулем Acer Smart Touch Kit та дошка UkrBoards. 3. Роутер HPE Aruba IAP-207 (RW) InsIant2x2'.2 I Іас AP. 4. Автоматизоване робоче місце (i3-9100 3.6GHz I H3lo I 4Gb I 500GB / Wi-Fi / 400W), Acer V226HQLbb Monitor, Keyboard & Mouse) -12 шт. 5. Інтерактивна панель 55 (i5-8400 I 8Gb I 256Gb /Windows 10 Pro) with Mobile Stand. 6. Багатофункціональний пристрій (Canon i-SENSYS MF421dw All-in-One). 7. Система для проведення конференції LOGITECH Conference Cam GROUP Conference System. 8. Програмне забезпечення Windows 10 Pro Ukr (12). 9. Програмне забезпечення MS Office 2019 Std Ukr (13).
ООК-9 Управління маркетинговими проектами	навчальна дисципліна	Силабус Управління маркетинговими проектами (1).pdf	QaSkU5gPY5oGNZxm3X2knx+T4ayImy5fZOIeHYVUOI=	Мультимедійна аудиторія №5505 (S = 46,4 м2), Комп'ютерне та мультимедійне обладнання: проектор Acer HV532 – 1 шт., ноутбук, стаціонарний мультимедійний екран ELITE SCREENS - 1шт., Zoom – сервіс онлайн конференцій та відеозв'язок. Бібліотечний фонд фахової літератури.
ООК-10 Маркетинг територій	навчальна дисципліна	Силабус_Маркетинг територій.pdf	Fn7PmZev01u3w9YwR6NtqMnIVzX2gU8gK93tNrYOONG=	Мультимедійна аудиторія №5505 (S = 46,4 м2), Комп'ютерне та мультимедійне обладнання: проектор Acer HV532 – 1 шт., ноутбук, стаціонарний мультимедійний екран ELITE SCREENS - 1шт., Zoom – сервіс онлайн конференцій та відеозв'язок. Бібліотечний фонд фахової літератури.
ООК-11 Переддипломна практика	практика	ПП Переддипломна практика.pdf	xcmkcYmkooCzkhe24DKWx7BrAELHCsNNCIKigFhK+j8=	Бази практик. Аудиторії кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму: №5401 (S=15,3 м2) (МФУ CANONSENSYS), аудиторія № 5402 (S=35,0 м2) персональний комп'ютер Asus, ліцензійне програмне забезпечення Windows 10 Home, Microsoft Corporation; принтер HP LaserJet 1000series.
ООК-12 Кваліфікаційна робота	підсумкова атестація	Методичні вказівки.pdf	e8NSpTQ74+aUQUbomZ36VrnOB1oxOesz9O+AYbZ6Stc=	Мультимедійна аудиторія №5505 (S = 46,4 м2), Комп'ютерне та мультимедійне обладнання: проектор Acer HV532 – 1 шт., ноутбук, стаціонарний мультимедійний екран ELITE SCREENS - 1шт. Zoom – сервіс онлайн – конференцій та відеозв'язок. Бібліотечний фонд фахової літератури.



\* 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
55325	Пряхіна Катерина Андріївна	Доцент, Основне місце роботи	Економіки і управління	Диплом магістра, Кременчуцький державний університет імені Михайла Остроградського, рік закінчення: 2010, спеціальність: 050206 Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності, Диплом кандидата наук ДК 050606, виданий 05.03.2019	9	ООК-10 Маркетинг територій	<p>Інформація про кваліфікацію викладача Кременчуцький державний університет імені Михайла Остроградського, 2010 р., магістр, «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», кваліфікація менеджер-економіст диплом з відзнакою ТА №39670234. Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (диплом №050606 від 5.03.2019 р.) Тема дисертації: «Модернізація кадрового забезпечення машинобудівних підприємств» (за переліком 2016 р. 051, 073, 075, 076, 241). Доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, диплом АД №005284 від 24.09.2020 р</p> <p>Підвищення кваліфікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Erasmus+ Teaching mobility, course “Personnel management” in The College of European and Regional Studies, Czech Republic (2023).</li> <li>Онлайн стажування, курс «Бізнес економіка та менеджмент», Університет Матея Бела, Банська Бистрица, Словачія. 02.06.20222 (2 кредити)</li> <li>The virtual academic mobility programme(online digital literacy courses for a total of 120 hours) within the framework</li> </ol>

of Erasmus+ Capacity Building for Higher Education project “Digital competence framework for Ukrainian teachers and other citizens (dComFra)”, (60 hours/ 2 ECTS) (2022)

4. LinkedIn Learning Certificate of Completion, course “Project Management Foundations”, Project Management Institute (PMI), USA (2022).

5. Certificate of Google, course “Fundamentals of digital marketing” (2022).

6. Certificate, course “Take Your English Communication Skills to the Next Level” / Georgia Institute of Technology, (2022).

7. Erasmus + Youthpass» Баку, Азербайджан, Сертифікат, тема: «Молодіжне підприємництво – освіта для персонального розвитку», 10.05.2019. (1 кред)

8. Сертифікат про володіння англійською мовою (рівень B2) 2019 року (сертифікат № UA1224; Test ID: H11225UA)

9. Abertay University, Dundee, Scotland, United Kingdom, Сертифікат, Erasmus + Staff mobility for training, 6.03.2019 (8 год).  
Професійна активність згідно ЛУ п.38:  
пп. 1

1. Скрєбкова К. Труніна І., Пряхіна К., Усанова О. Інноваційний потенціал регіону кризь призму складових сталого розвитку. Вісник Львівського університету. Серія економічна. Вип. 63. 2023. С. 42–55.

2. Труніна І.М., Пряхіна К.А. Стратегія економічного розвитку малих підприємств. Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки. Вип. 8(41), 2022. С. 234-243.

3. Kratt O., Pochtovyuk A., Trunina I., & Pryakhina K. Marketing Positions of Kremenchuk Industrial

Center in International Markets. In SHS Web of Conferences, 2019, Vol. 67. pp. 01006(Web of Science)

4. Пряхіна К. А. Сучасні тенденції маркетингових досліджень. Ефективна економіка. 2020. № 12. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8455> (дата звернення: 09.01.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.111.

5. Пряхіна К.А., Білик М.Ю., Людський капітал як основа розвитку малого підприємництва Полтавського регіону Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2019. Вип. 35. С. 63-68.

6. Пряхіна К.А. Український ринок кави: маркетинговий аналіз Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2019. Т. 24. Вип. 4 (77). С.76–80. пп. 4

1. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг територій» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр». Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2023. с.

2. Методичні вказівки щодо практичної роботи з навчальної дисципліни «Ринкові дослідження» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальностей: 051 – «Економіка», 071 – «Облік оподаткування», 072 – «Фінанси, банківська справа та страхування», 073 – «Менеджмент», 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр». Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2022. с.

3. Робоча програма навчальної дисципліни «Бізнес-

комунікації (англійською мовою)» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр».

Кременчук:  
Видавничий відділ  
КрНУ, 2023. с.  
пп. 5  
Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (диплом №050606 від 5.03.2019 р.) Тема дисертації: «Модернізація кадрового забезпечення машинобудівних підприємств»

пп. 7  
член спеціалізованої вченої ради К 45.052.02 (2019- по 1.10.2021)

пп. 8  
член редакційної колегії «Вісника КрНУ імені Михайла Остроградського». 073 Менеджмент <http://visnikkrnu.kdu.edu.ua/redakcia.php> рецензент журналу Вроцлавського університету економіки і бізнесу Biblioteka Regionalisty. <https://br.ue.wroc.pl/about/#editorial-board>

пп. 9  
експерта Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (з 1.02.2021 – по теперішній час). експерт секції «Економічні перетворення, демографічні зміни та добробут» Експертної ради МОН (серед молодих вчених, з 09.2021– по теперішній час)

пп. 10  
2019 – Erasmus + Staff Mobility на базі Університету Абергей (Шотландія), тема: «Teaching and learning in higher education», 2019 р.  
2019 – Erasmus Youth, тема: «Youth Entrepreneurship Education for Personal development» (Азербайджан), 2019.  
2020 – Erasmus + Staff

Mobility на базі  
Університету Абергей  
(Шотландія), 2020 р.  
2022 – Ukraine  
Kennen:Lernen  
program, Associated  
Researcher (Ukraine  
Fellow), The Research  
Center for the History  
of Transformations  
(RECET), University of  
Vienna, Austria.  
2023 – Erasmus+  
Teaching mobility,  
course “Personnel  
management” in The  
College of European  
and Regional Studies,  
Czech Republic.  
2023 – Visiting  
Research Fellow, IWM -  
Institut für die  
Wissenschaften vom  
Menschen, Австрія  
пп. 12

1. Пряхіна К., Труніна  
І., Скребкова К.  
Вимоги ринку праці  
до сучасного  
маркетолога.  
Маркетинг і логістика  
в системі  
менеджменту: тези  
доповідей XIV  
Міжнародної науково-  
практичної  
конференції. Львів:  
Видавництво  
Львівської  
політехніки, 2022. С.  
220-221.
2. Pryakhina K.  
Ukraine’s exports to EU  
countries: state and  
new challenges in  
wartime. Sustainable  
Development XIII:  
“Opportunities and  
Challenges for Europe  
and the Czech  
Republic“. 2023. P. 50-  
56.
3. Trunina I., Pryakhina  
K. and Yakymets S.,  
"Research on the  
Development of  
Renewable Energy  
Sources in the World  
Due to the War in  
Ukraine," 2022 IEEE  
4th International  
Conference on Modern  
Electrical and Energy  
System (MEES),  
Kremenchuk, Ukraine,  
2022, pp. 1-5, doi:  
10.1109/MEES58014.20  
22.10005696.
4. Bilyk, M., Kratt, O.,  
&Pryakhina, K. (2021).  
City branding as a tool  
of public  
administration.  
Regional  
Journal/Biblioteka  
Regionalisty, (21).  
[https://www.dbc.wroc.  
pl/dlibra/publication/1  
54432/edition/113830.](https://www.dbc.wroc.pl/dlibra/publication/154432/edition/113830)
5. Pryakhina K.,  
Trunina I., Latyshev

K., Skrebcova K.  
Strategic directions of the sustainable development for the city of Kremenchuk in Ukraine. Biblioteka Regionalisty, 2020, Nr 20, pp. 180-193.  
doi:10.15611/br.2020.1.14 ;  
oai:dbc.wroc.pl:85057  
пп. 14  
2022 рік  
1) керівництво студенткою Лісовик Ю., яка посіла I місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Маркетинг»;  
2021 рік  
1) керівництво студенткою Андрієнко М., яка посіла II місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Маркетинг»;  
2) керівництво студенткою Скребкова К., яка посіла I місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Публічне управління та адміністрування»;  
2020 рік  
1) керівництво студенткою Андрієнко М., яка посіла I місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Управління спортивно-оздоровчою діяльністю»;  
2) керівництво студенткою Скребкова К., яка посіла II місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Публічне управління та адміністрування»;  
2019 рік  
1) керівництво студенткою Лободою А., яка посіла III місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Гендерні дослідження»;  
2) керівництво студенткою Скребкова К., яка посіла III місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських

							наукових робіт за напрямом «Публічне управління та адміністрування»; пп. 19 Громадське об'єднання «Об'єднання маркетологів України» (1.03.2021 – по теперішній час)
169278	Мороз Олена Василівна	Доцент, Основне місце роботи	Економіки і управління	Диплом спеціаліста, Кіровоградський державний технічний університет, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050109 Управління трудовими ресурсами, Диплом кандидата наук ДК 006213, виданий 17.05.2012, Атестат доцента 12ДЦ 036807, виданий 21.11.2013	21	ООК-8 Цифрові технології маркетингу	Інформація про кваліфікацію викладача Кіровоградський державний технічний університет, 2000 р., «Управління трудовими ресурсами», економіст, КС № 13823949 Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2012 р., ДК № 006213. Тема дисертації: «Муниципально-приватна модель організації міського пасажирського автотранспорту» (за переліком 2016 р. 051, 075, 076, 241. Доцент по кафедрі маркетингу, 2013 р., 12 ДЦ № 036807.  Підвищення кваліфікації: 1. The virtual academic mobility programme(online digital literacy courses for a total of 120 hours) within the framework of Erasmus+ Capacity Building for Higher Education project “Digital competence framework for Ukrainian teachers and other citizens (dComFra)”, No. 598236-EPP-1-2018-1-LT-EPPKA2-CBHE-SP. Kaunas, Lithuania, 2022. 2. Фонд цивільних досліджень США CRDF Global курс «Базові правила безпеки в цифровому середовищі» сертифікат B8f6sUKazO 09.05.2023 3. 2022Certificate of course “General English A1-C1” (Cormack Consultancy Group) 2023, VERIFICATION: PZSsmt2Kf9Kx 5. Erasmus+

«Інжиніринг криз та ризиків у сфері транспортних послуг»  
№ 598218-EPP-1-2018-1-PL-EPPKA2-SVHE-JP (2 кредити ЄКТС), 2021 р.

Принципи та технічні інструменти роботи з Big Data технологіями  
Машинне навчання, хмарні обчислення.  
Найкращі світові практики управління проектами.

6. Платформа масових відкритих онлайн-курсів PROMETHEUS, сертифікат,  
«Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності» 1 кредит ЄКТ), 05.02.2021 р.  
Кієво-Могилянська бізнес школа м. Київ

7. Участь у XV міжнародна науково-практичній конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», 26-28 листопада 2020 р. м. Хмельницький: 1 кредит.

8. Участь у міжнародній науково-практичній конференції «Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін», 27-29 квітня 2023 р. м. Хмельницький: Особиста участь 12 год.;

Тренінг «Логістика і трейд маркетинг 6 год.

Тренінг «Створення start up. Управління проектами» 6 год.

Практичний тренінг за участю роботодавців 6 год.

Професійна активність згідно ЛУ п.38.

1. Olena Moroz, Irina Trunina, Viktoria Herasymchuk  
Implementation Of Marketing Tools In The Development Of Industry 4.0. IEEE 20th International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), 2021, р

2. Олена Мороз, Оксана Збираник, Тетяна Гайкова.  
Креативна реклама як інструмент цифрових маркетингових



технологій / Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. Кременчук: КрНУ, 2023. Вип. 1 (138). С. 93–98.

3. Мороз О.В., Латишев К.О., Білик М.Ю. Модель реалізації комунікаційної стратегії брендів у цифровому середовищі. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. №3 (318). С. 186-191.

4. Мороз О.В., Латишев К.О., Герасимчук В.В. Сучасна інфраструктура комунікаційних технологій у бізнес середовищі: моделювання методу «живої міграції» Інфраструктура ринку, 2021, № 53 / URL:<http://www/market-infr.od.ua/uk/53-2021>.

5. Мороз О.В., Латишев К.О., Збираник О.М. Питання удосконалення комплексу маркетингу промислового підприємства. Вісник Хмельницького національного університету 2021, № 5, с. 190-194.

6. Мороз О.В., Герасимчук В.В. Маркетингова оцінка закладів громадського харчування на основі дослідження споживчих переваг – Інфраструктура ринку, 2020, № 43 / URL:<http://www/market-infr.od.ua/uk/43-2020>.

п. 4

1. Робоча програма навчальної дисципліни «Цифрові технології маркетингу» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр». Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2023. с

2. Методичні вказівки щодо самостійної роботи роботи з

навчальної дисципліни «Інформаційні та комунікаційні технології» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр» / Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2022. – 19 с.

3. Методичні вказівки щодо виконання практичних робіт з навчальної дисципліни «Інформаційні та комунікаційні технології» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр» / Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2022. 75 с.

4. Методичні вказівки щодо виконання лабораторних робіт з навчальної дисципліни «Інформаційні та комунікаційні технології» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр» / Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2022. 55 с.

5. Методичні вказівки щодо самостійної роботи з навчальної дисципліни «Цифрові технології маркетингу» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр» / Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2023. – 25 с.

п. 7  
вчений секретар спеціалізованої вченої ради К 45.052.02 (12.05.2017 по 31.12.2021)

п. 12

1. Мороз О.В.  
Особливості використання креативної реклами в цифровому маркетингу. Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід [Електронний ресурс] : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 19 травня 2023 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2023. С. 193-194.

2. Лісовик Ю. В., Мороз О.В.  
Медіапланування як інструмент комунікації бренду / XXX Міжнародна науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства» Матеріали конференції – Кременчук: КрНУ с. 211-212.

3. Мороз О.В., Лісовик Ю. В. Креативні технології в рекламній діяльності / XXX Міжнародна науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства» Матеріали конференції – Кременчук: КрНУ с. 213-214.

4. Мороз О.В, Крупко Д. О. Ефективність таргетованої реклами та реклами у лідерів думок в соціальних мережах / Актуальні питання управління трансформаційними процесами в сучасному суспільстві: проблеми та перспективи : зб. матеріалів XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Кременчук, 27-28 жовт. 2022 р. Кременчук : КрНУ, 2022. с. 87-89.

5. Мороз О.В. , Куш А.О. Новітні технології у розвитку логістики / Актуальні питання управління трансформаційними процесами в сучасному суспільстві:

						<p>проблеми та перспективи : зб. матеріалів XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Кременчук, 27–28 жовт. 2022 р. Кременчук : КрНУ, 2022. с. 99-100. 6. Мороз О.В. , Куш А.О. Вірусний маркетинг як ефективний інструмент рекламних кампаній /Матеріали III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «ІННОВАЦІЇ: теорія і практика».</p> <p>Кропивницький: Академія Прикладних наук. 2022. с. 5-8. пп.14</p> <p>Керівництво студентом (Гуртяк А.С. група МК-20-1 м) , який зайняв 3 місце у II турі Всеукраїнського конкурсну студентських наукових робіт зі спеціальності – «Логістика» в 2021 р.</p> <p>Керівництво студентом (Вьон П.А. група МК-17), який зайняв 3 місце у II турі Всеукраїнського конкурсну студентських наукових робіт зі спеціальності – «Логістика» в 2020 р. пп. 19</p> <p>Член громадської організації «Української асоціації маркетингу» (1.07.2021 – по теперішній час).</p>	
55325	Пряхіна Катерина Андріївна	Доцент, Основне місце роботи	Економіки і управління	<p>Диплом магістра, Кременчуцький державний університет імені Михайла Остроградського, рік закінчення: 2010, спеціальність: 050206 Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності, Диплом кандидата наук ДК 050606, виданий 05.03.2019</p>	9	ООК-7 Маркетинг взаємодії і партнерських відносин	<p>Інформація про кваліфікацію викладача Кременчуцький державний університет імені Михайла Остроградського, 2010 р., магістр, «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», кваліфікація менеджер-економіст диплом з відзнакою ТА №39670234. Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (диплом №050606 від 5.03.2019 р.) Тема дисертації: “Модернізація кадрового забезпечення машинобудівних</p>

підприємств” (за переліком 2016 р. 051, 073, 075, 076, 241).  
Доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, диплом АД №005284 від 24.09.2020 р

Підвищення кваліфікації

1. Twinning supporting Ukrainian universities. Summer School of the Project «Developing a five-year roadmap of aerospace, bioengineering, and artificial intelligence twinned research»
2. Erasmus+ Teaching mobility, course “Personnel management” in The College of European and Regional Studies, Czech Republic (2023).
3. Онлайн стажування, курс «Бізнес економіка та менеджмент», Університет Матея Бела, Банська Бистриця, Словачія. 02.06.20222 (2 кредити)
4. The virtual academic mobility programme(online digital literacy courses for a total of 120 hours) within the framework of Erasmus+ Capacity Building for Higher Education project “Digital competence framework for Ukrainian teachers and other citizens (dComFra)”, (60 hours/ 2 ECTS) (2022)
5. LinkedIn Learning Certificate of Completion, course “Project Management Foundations”, Project Management Institute (PMI), USA (2022).
6. Certificate of Google, course “Fundamentals of digital marketing” (2022).
7. Certificate, course “Take Your English Communication Skills to the Next Level” / Georgia Institute of Technology, (2022).
8. Erasmus + Youthpass» Баку, Азербайджан, Сертифікат, тема: «Молодіжне підприємництво – освіта для персонального розвитку», 10.05.2019. (1 кред)
9. Сертифікат про володіння

англійською мовою (рівень B2) 2019 року (сертифікат № UA1224; Test ID: H11225UA)  
10. Abertay University, Dundee, Scotland, United Kingdom, Сертифікат, Erasmus + Staff mobility for training, 6.03.2019 (8 год).

Професійна активність згідно ЛУ п.38.  
пп. 1

1. Пряхіна К. А. Сучасні тенденції маркетингових досліджень. Ефективна економіка. 2020. № 12. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8455> (дата звернення: 09.01.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.111.
2. Pochtovyuk A., Pryakhina K., Bilyk M. and Napkhonenko N., Formation of Organizational and Managerial Competence of Electrical Engineers, 2020 IEEE Problems of Automated Electrodrive. Theory and Practice (PAEP), Kremenchuk, Ukraine, 2020, pp. 1-4, doi: 10.1109/PAEP49887.2020.9240862. (Scopus)
3. Pryakhina, K. (2021). Marketing analysis of the condition of the electrical products market. Transactions of Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University, issue 4(129). pp. 61-66. [http://visnikkrnu.kdu.edu.ua/statti/2021\\_4\\_2021-4-61-66.pdf](http://visnikkrnu.kdu.edu.ua/statti/2021_4_2021-4-61-66.pdf).
4. Почтовюк А.Б., Пряхіна К.А., Цимбал О.С. HR – менеджмент у системі антикризового управління підприємств. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. Вип. 3, 2020.
5. Пряхіна К.А. Маркетинг персоналу машинобудівних підприємств Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління». 2019. Том 30 (69). № 5. С. 83–88.

6. Kratt O., Pochtovyuk A., Trunina I., & Pryakhina K. Marketing Positions of Kremenchuk Industrial Center in International Markets. In SHS Web of Conferences, 2019, Vol. 67. pp. 01006 (Web of Science)

п. 4

1. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг взаємодії партнерських відносин» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр».

Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2023. с.

2. Робоча програма навчальної дисципліни «Бізнес-комунікації (англійською мовою)» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр».

Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2023. с.

3. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг територій» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр».

Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2023. с.

п. 5

Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (диплом №050606 від 5.03.2019 р.). Тема дисертації:

“Модернізація кадрового забезпечення машинобудівних підприємств”

п. 7

член спеціалізованої вченої ради К 45.052.02 (2019- по 1.10.2021)

п. 8

член редакційної колегії «Вісника КрНУ імені Михайла

Остроградського». 073  
Менеджмент  
<http://visnikkrnu.kdu.edu.ua/redakcia.php>  
рецензент журналу  
Вроцлавського  
університету  
економіки і бізнесу  
Biblioteka Regionalisty.  
<https://br.ue.wroc.pl/about/#editorial-board>  
п. 9  
експерта  
Національного  
агентства із  
забезпечення якості  
вищої освіти зі  
спеціальності 075  
Маркетинг (з  
1.02.2021 – по  
теперішній час).  
експерт секції  
«Економічні  
перетворення,  
демографічні зміни та  
добробут» Експертної  
ради МОН (серед  
молодих вчених, з  
09.2021– по  
теперішній час)  
п. 10  
2019 – Erasmus + Staff  
Mobility на базі  
Університету Абергей  
(Шотландія), тема:  
«Teaching and learning  
in higher education»,  
2019 р.  
2019 – Erasmus Youth,  
тема: «Youth  
Entrepreneurship  
Education for Personal  
development»  
(Азербайджан), 2019.  
2020 – Erasmus + Staff  
Mobility на базі  
Університету Абергей  
(Шотландія), 2020 р.  
2022 – Ukraine  
Kennen:Lernen  
program, Associated  
Researcher (Ukraine  
Fellow), The Research  
Center for the History  
of Transformations  
(RECET), University of  
Vienna, Austria.  
2023 – Erasmus+  
Teaching mobility,  
course “Personnel  
management” in The  
College of European  
and Regional Studies,  
Czech Republic.  
2023 – Visiting  
Research Fellow, IWM -  
Institut für die  
Wissenschaften vom  
Menschen, Австрія  
п. 12  
1. Пряхіна К., Труніна  
І., Скребкова К.  
Вимоги ринку праці  
до сучасного  
маркетолога.  
Маркетинг і логістика  
в системі  
менеджменту: тези  
доповідей XIV  
Міжнародної науково-  
практичної



конференції. Львів:  
Видавництво  
Львівської  
політехніки, 2022. С.  
220-221.

2. Bilyk, M., Kratt, O., &  
Pryakhina, K. (2021).  
City branding as a tool  
of public  
administration.  
Regional  
Journal/Biblioteka  
Regionalisty, (21).  
[https://www.dbc.wroc.  
pl/dlibra/publication/1  
54432/edition/113830](https://www.dbc.wroc.pl/dlibra/publication/154432/edition/113830).

3. Trunina I., Zagirniak  
D., Pryakhina K.,  
Bezugla T. Procedure of  
diagnostics of the  
personnel sustainability  
of the enterprise.  
Problems and  
Perspectives in  
Management. 2020. №  
2. С. 382-395. DOI:  
[http://dx.doi.org/10.21  
511/ppm.18\(2\).2020.31](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.18(2).2020.31)  
(Scopus)

4. Pryakhina, K., &  
Pochtovyuk, A. (2020).  
Scientific  
instrumentarium for  
diagnostics of staffing at  
the Ukrainian machine-  
building enterprises:  
marketing approach. In  
SHS Web of  
Conferences EDP  
Sciences. SHS Web  
Conf. Innovative  
Economic Symposium  
2019 – Potential of  
Eurasian Economic  
Union  
(IES2019). Volume 73,  
2020, p. 01022).  
[https://doi.org/10.1051  
/shsconf/20207301022](https://doi.org/10.1051/shsconf/20207301022)  
(Web of Science)

5. Пряхіна К.  
Надлишкова  
пропозиція: динаміка  
рівня на ринках праці  
України і ЄС  
Європейська  
інтеграція.  
Пріоритети  
стратегічного  
розвитку  
національного  
господарства України:  
колективна  
монографія за заг.ред.  
Почтовюк А.Б.  
Кременчук : Видавець  
СВД Олексієнко В. В.,  
2020. С.166-174.  
пп. 14  
2022 рік  
1) керівництво  
студенткою Лісовик  
Ю., яка посіла I місце  
у II турі  
Всеукраїнського  
конкурсу студентських  
наукових робіт за  
напрямом  
«Маркетинг»;  
2021 рік  
1) керівництво

						студенткою Андрієнко М., яка посіла II місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Маркетинг»; 2) керівництво студенткою Скребкова К., яка посіла I місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Публічне управління та адміністрування»; 2020 рік 1) керівництво студенткою Андрієнко М., яка посіла I місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Управління спортивно-оздоровчою діяльністю»; 2) керівництво студенткою Скребкова К., яка посіла II місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Публічне управління та адміністрування»; 2019 рік 1) керівництво студенткою Лободою А., яка посіла III місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Гендерні дослідження»; 2) керівництво студенткою Скребкова К., яка посіла III місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Публічне управління та адміністрування»; пп. 19 Громадське об'єднання «Об'єднання маркетологів України» (1.03.2021 – по теперішній час)	
153805	Труніна Ірина Михайлівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Економіка і управління	Диплом спеціаліста, Ворошиловградський машинобудівний інститут, рік закінчення: 1992, спеціальність: Економіка та організація машинобудівної	28	ООК-9 Управління маркетинговими проектами	Інформація про кваліфікацію викладача Ворошиловградський машинобудівний інститут, 1992 р., економіка та організація машинобудівної промисловості, інженер-економіст. Доктор економічних наук., 08.00.04 –

промисловості,  
Диплом  
доктора наук  
ДД 003904,  
виданий  
22.12.2014,  
Атестат  
професора  
12ПР 011213,  
виданий  
15.12.2015

економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності); «Забезпечення конкурентоспроможності підприємницької діяльності»; професор кафедри економіки 12ПР №011213 від 15.12.2015; кандидат економічних наук., 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами.

Підвищення кваліфікації:

1. Twinning supporting Ukrainian universities. Summer School of the Project «Developing a five-year roadmap of aerospace, bioengineering, and artificial intelligence twinned research», 2023
2. Erasmus+ Teaching mobility, course “Startup project management” in The College of European and Regional Studies, Czech Republic, 2023 (8 год).
3. Virtual academic mobility programme with the framework of Erasmus + Capacity Building for Higher Education project «Digital competence framework for Ukrainian teachers and other citizens (dComFra)», №598236-EPP-1-2018-1-LT-EPPKA2-CBHE-SP. Module «Online Collaboration» (60 hours/2 ECTS), Module «Advanced Spreadsheets» (60 hours/2 ECTS), 2022.
4. «International hospitality projects» in partner of the Merkur Academy of Professional Education. 20 June-01 August 2022, 180 hours (6 credits of theoretical training; 4 credits of practical training).
5. Підвищення кваліфікації в рамках ініціативи «Підприємницький університет» і курсу «Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами», вересень-грудень 2020, 18.12.2020, 42 години (1,5 ECTS).
6. Національне агентство із

забезпечення якості вищої освіти, British Council, «Ukraine's new accreditation system: building on UK best practice introductory train the trainers programme», 23-24 November 2020.  
7. Підприємницький університет YEP, сертифікат, Innovative Entrepreneurship and Startup Management, 15.09.2020, (0.35 ECTS).  
8. Сертифікат, який підтверджує рівень володіння англійською мовою (B2) 2019 р. (сертифікат №UA1205; TestID: H11205UA).

Професійна активність згідно ЛУ п.38.

п.1

1. Труніна І., Чумакова А. (2022) Розвиток інвестиційної діяльності в місті. Центральнoукраїнськ ий науковий вісник, №8 (41), С. 160-169.

2. Труніна І., Маслак О., Гришко Н., Маслак М., Яковенко Я. (2022) Організація логістичного обслуговування на машинобудівних підприємствах. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

3. Trunina I., Zagirniak D., Pryakhina K., Bezugla T. (2020) Diagnostics of the enterprise personnel sustainability. Problems and Perspectives in Management, Business Perspectives Ltd., 18 (2), p. 382 (Scopus)

4. Труніна І., Андрієнко С., Сербін Р. (2021) Особливості управління персоналом у медичній галузі. Науковий вісник Херсонського державного університету, 43, С. 51-562.

5. Труніна І., Скребкова К., Пряхіна К., Усанова О. (2022) Інноваційний потенціал регіону крізь призму складових сталого розвитку. Вісник Львівського університету, 63, С. 42-56

п. 2  
 1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №106747 від 28 липня 2021 р. «Ensuring competitiveness of logistics service by selecting the type of storing single- piece cargoes».

2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №106745 від 28 липня 2021 р. «Globalization impact on the world travel market Development».

3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №107649 від 30 серпня 2021 р. «Diagnostics of the enterprise personnel sustainability».

4. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №115211 від 12 жовтня 2022 р. «Management of Competitive Advantages of Higher Education Institutions».

5. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №114445 від 25 серпня 2022 р. «Implementation of marketing tools in the development of industry 4.0».

6. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №118713 від 3 травня 2023 р. «Energy Management for the Development of Smart Regions»

7. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №120572 від 18 липня 2023 р. «Research on digitization processes in Ukraine in the context of post-war reconstruction»

п. 4  
 1. Силабус з навчальної дисципліни «Управління маркетинговими проектами» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.  
 2. Робоча програма навчальної

дисципліни  
«Управління  
маркетинговими  
проектами» для  
студентів денної та  
заочної форм  
навчання зі  
спеціальності 075 –  
«Маркетинг»  
освітнього ступеня  
«Магістр», 2023.

3. Робоча програма  
навчальної  
дисципліни  
«Маркетинг  
інновацій» для  
студентів денної та  
заочної форм  
навчання зі  
спеціальності 075 –  
«Маркетинг»  
освітнього ступеня  
«Магістр», 2023.

п.п. 6  
Керівництво  
здобувачем Безуглою  
Т.В., яка отримала  
диплом кандидата  
економічних наук  
26.02.2020 р. та Білик  
М.Ю, яка отримала  
диплом кандидата  
економічних наук  
30.11.2021 р.  
Науковий консультант  
докторанта Ховрак  
І.В., яка отримала  
диплом доктора  
економічних наук  
26.11.2020 р.

п.п. 7  
Член двох  
спеціалізованих рад із  
захисту докторських  
дисертацій: Д  
29.051.01 – зі  
спеціальностей  
08.00.04 та 08.00.05  
та Д 45.052.02 - із  
захисту зі  
спеціальностей  
08.00.07, 08.00.04.  
Офіційний опонент із  
захисту дисертацій:  
Персій Ю.О. (2018 р.),  
Борблік К.Е. (2021 р.),  
Вовк К.М. (2021 р.)  
Внутрішній опонент:  
Яковенко Я.Ю. (2021  
р.).

п.п. 8  
Член редакційної  
колегії фахового  
наукового журналу  
«Вісник  
Кременчуцького  
національного  
університету імені  
Михайла  
Остроградського»

п.п. 9  
Член галузевої  
експертної ради з  
галузі знань 24  
«Сфера  
обслуговування»  
Міністерства освіти і  
науки України (з 2019)  
Експерт  
Національного  
агентства

забезпечення якості вищої освіти (з 2019 р.)

п.п. 10

Erasmus + Staff Mobility на базі Abertay University (Dundee, Scotland), тема: Бізнес адміністрування», 2019.

Erasmus + Staff Mobility на базі Вищої школи Європейських та регіональних досліджень (Чехія), тема: «Управління стартап-проектами», 2023.

п.п. 11

Наукове консультування Міська рада міста Кременчука. Інститут розвитку Кременчука. Член комісії з питань туризму при Міській раді міста Кременчука.

п.п. 12

1. Trunina I., Pryakhina K., Latyshev K., Skrebцова K. (2020) Strategic directions of the sustainable development for the city of Kremenchuk in Ukraine. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 20, P. 180-193.

2. Trunina, I., Pryakhina, K., & Yakymets, S. (2022, October). Research on the Development of Renewable Energy Sources in the World Dueto the War in Ukraine. In 2022 IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES) (pp. 1-5). IEEE.

3. Труніна І., Скребкова К., Пряхіна К. (2022) Вимоги ринку праці до сучасного маркетолога. Marketing and logistics in the management system. Abstracts of the XIV International Scientific and Practical Conference, С. 220-222.

4. Trunina I., Kushal I., & Zagirniak, D. (2019). An imitation model of the financial-economic mechanism of taking strategic decisions at the enterprise. In SHS Web of Conferences (Vol. 61, p. 01027). EDP Sciences.

5. Trunina I., Lomonos A., Yakovenko Y., Bilyk

M. (2022) Research on digitization processes in Ukraine in the context of post-war reconstruction. *Auspicia*, 2, P. 43-52. ISSN 2464-7217. DOI: 10.36682/a\_2022\_2\_5. pp. 14

1. Голова Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.

2. Член галузевої конкурсної комісії Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт у галузі «Управління спортивно-оздоровчою діяльністю», Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова.

3. Голова журі I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Туризм», Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.

5. Керівництво студентом, який зайняв призове місце у II етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт: 2019 р. Леснікова Ю., диплом I ступеню з напрямку «Туризм» (м. Харків, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця). pp. 15

Член журі II-III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів – членів Національного центру «Мала академія наук України». pp. 19

Громадське об'єднання «Об'єднання маркетологів України», голова Полтавської філії. pp. 20

Досвід практичної



							роботи 15 років за спеціальністю Маркетинг (директор з персоналу)
153805	Труніна Ірина Михайлівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Економіка і управління	Диплом спеціаліста, Ворошиловградський машинобудівний інститут, рік закінчення: 1992, спеціальність: Економіка та організація машинобудівної промисловості, Диплом доктора наук ДД 003904, виданий 22.12.2014, Атестація професора 12ПР 011213, виданий 15.12.2015	28	ООК-5 Маркетинговий менеджмент	Інформація про кваліфікацію викладача Ворошиловградський машинобудівний інститут, 1992 р., економіка та організація машинобудівної промисловості, інженер-економіст. Доктор економічних наук., 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності); «Забезпечення конкурентоспроможності підприємницької діяльності»; професор кафедри економіки 12ПР №011213 від 15.12.2015; кандидат економічних наук, 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами.  Підвищення кваліфікації: 1. Twinning supporting Ukrainian universities. Summer School of the Project «Developing a five-year roadmap of aerospace, bioengineering, and artificial intelligence twinned research», 2023 2. Erasmus+ Teaching mobility, course “Startup project management” in The College of European and Regional Studies, Czech Republic, 2023 (8 год). 3. Virtual academic mobility programme with the framework of Erasmus + Capacity Building for Higher Education project «Digital competence framework for Ukrainian teachers and other citizens (dComFra)», №598236-EPP-1-2018-1-LT-EPPKA2-CBHE-SP. Module «Online Collaboration» (60 hours/2 ECTS), Module «Advanced Spreadsheets» (60 hours/2 ECTS), 2022. 4. «International hospitality projects» in partner of the Merkur Academy of Professional Education. 20 June–01 August

2022, 180 hours (6 credits of theoretical training; 4 credits of practical training).  
5. Підвищення кваліфікації в рамках ініціативи «Підприємницький університет» і курсу «Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами», вересень-грудень 2020, 18.12.2020, 42 години (1,5 ECTS).  
6. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, British Council, «Ukraine's new accreditation system: building on UK best practice introductory train the trainers programme», 23-24 November 2020.  
7. Підприємницький університет YEP, сертифікат, Innovative Entrepreneurship and Startup Management, 15.09.2020, (0.35 ECTS).  
8. Сертифікат, який підтверджує рівень володіння англійською мовою (B2) 2019 р. (сертифікат №UA1205; TestID: H11205UA).

Професійна активність згідно ЛУ п.38.

пп.1

1. I. Trunina, M. Bilyk, A. Chumakova and O. Usanova, "Energy Management for the Development of Smart Regions," 2022 IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES), Kremenchuk, Ukraine, 2022, pp. 1-5, doi: 10.1109/MEES58014.2022.10005643. (Scopus)  
2. Trunina I., Pryakhina K., Bilyk M. (2021) Management of competitive advantages of higher education institutions. 2021 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), IEEE, P. 1-5 (Scopus)  
3. Труніна І., Мороз М., Мороз О. (2021) Оптимізація логістичної діяльності переробного підприємства. Науковий вісник Одеського національного

економічного університету, С. 63-69  
4. I. Trunina, O. Moroz and V. Herasymchuk, "Implementation of Marketing Tools in the Development of Industry 4.0," 2021 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), Kremenchuk, Ukraine, 2021, pp. 1-6, doi: 10.1109/MEES52427.2021.9598551. (Scopus)  
5. Труніна І., Білик М. (2020) Управління конкурентоспроможністю закладів вищої освіти. Центральнoукраїнський національний технічний університет. пп. 2

1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №106747 від 28 липня 2021 р. «Ensuring competitiveness of logistics service by selecting the type of storing single- piece cargoes».
2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №106745 від 28 липня 2021 р. «Globalization impact on the world travel market Development».
3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №107649 від 30 серпня 2021 р. «Diagnostics of the enterprise personnel sustainability».
4. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №115211 від 12 жовтня 2022 р. «Management of Competitive Advantages of Higher Education Institutions».
5. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №114445 від 25 серпня 2022 р. «Implementation of marketing tools in the development of industry 4.0».
6. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №118713 від 3 травня 2023 р. «Energy Management for the Development of Smart Regions»
7. Свідоцтво про реєстрацію

авторського права на твір №120572 від 18 липня 2023 р.  
«Research on digitization processes in Ukraine in the context of post-war reconstruction»  
п. 4  
1. Силабус з навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.  
2. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.  
3. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг інновацій» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.  
п. 6  
Керівництво здобувачем Безуглою Т.В., яка отримала диплом кандидата економічних наук 26.02.2020 р. та Білик М.Ю, яка отримала диплом кандидата економічних наук 30.11.2021 р.  
Науковий консультант докторанта Ховрак І.В., яка отримала диплом доктора економічних наук 26.11.2020 р.  
п. 7  
Член двох спеціалізованих рад із захисту докторських дисертацій: Д 29.051.01 – зі спеціальностей 08.00.04 та 08.00.05 та Д 45.052.02 - із захисту зі спеціальностей 08.00.07, 08.00.04.  
Офіційний опонент із захисту дисертацій: Персій Ю.О. (2018 р.), Борблік К.Е. (2021 р.), Вовк К.М. (2021 р.)  
Внутрішній опонент: Яковенко Я.Ю. (2021

р.).  
п. 8  
Член редакційної  
колегії фахового  
наукового журналу  
«Вісник  
Кременчуцького  
національного  
університету імені  
Михайла  
Остроградського»  
п. 9  
Член галузевої  
експертної ради з  
галузі знань 24  
«Сфера  
обслуговування»  
Міністерства освіти і  
науки України (з 2019)  
Експерт  
Національного  
агентства  
забезпечення якості  
вищої освіти (з 2019  
р.)  
п. 10  
Erasmus + Staff  
Mobility на базі  
Abertay University  
(Dundee, Scotland),  
тема: Бізнес  
адміністрування»,  
2019.  
Erasmus + Staff  
Mobility на базі Вищої  
школи Європейських  
та регіональних  
досліджень (Чехія),  
тема: «Управління  
стартап-проектами»,  
2023.  
п. 11  
Наукове  
консультування  
Міська рада міста  
Кременчука. Інститут  
розвитку  
Кременчука. Член  
комісії з питань  
туризму при Міській  
раді міста  
Кременчука.  
п. 12  
1. Trunina I., Pryakhina  
K., Latyshev K.,  
Skrebcova K. (2020)  
Strategic directions of  
the sustainable  
development for the  
city of Kremenchuk in  
Ukraine. Wydawnictwo  
Uniwersytetu  
Ekonomicznego we  
Wrocławiu, 20, P. 180-  
193.  
2. Trunina, I.,  
Pryakhina, K., &  
Yakymets, S. (2022,  
October). Research on  
the Development of  
Renewable Energy  
Sources in the World  
Dueto the War in  
Ukraine. In 2022 IEEE  
4th International  
Conference on Modern  
Electrical and Energy  
System (MEES) (pp. 1-  
5). IEEE.  
3. Труніна І.,  
Скребкова К., Пряхіна

К. (2022) Вимоги ринку праці до сучасного маркетолога. Marketing and logistics in the management system. Abstracts of the XIV International Scientific and Practical Conference, С. 220-222.

4. Trunina I., Kushal I., & Zagirniak, D. (2019). An imitation model of the financial-economic mechanism of taking strategic decisions at the enterprise. In SHS Web of Conferences (Vol. 61, p. 01027). EDP Sciences.

5. Trunina I., Lomonos A., Yakovenko Y., Bilyk M. (2022) Research on digitization processes in Ukraine in the context of post-war reconstruction. *Auspicia*, 2, P. 43-52. ISSN 2464-7217. DOI: 10.36682/a\_2022\_2\_5. pp. 14

1. Голова Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.

2. Член галузевої конкурсної комісії Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт у галузі «Управління спортивно-оздоровчою діяльністю», Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова.

3. Голова журі I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Туризм», Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.

5. Керівництво студентом, який зайняв призове місце у II етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт: 2019 р. Леснікова Ю., диплом I ступеню з напрямку «Туризм» (м. Харків, Харківський національний

							<p>економічний університет імені Семена Кузнеця).  пп. 15  Член журі II-III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково дослідницьких робіт учнів – членів Національного центру «Мала академія наук України».  пп. 19  Громадське об'єднання «Об'єднання маркетологів України», голова Полтавської філії.  пп. 20  Досвід практичної роботи 15 років за спеціальністю Маркетинг (директор з персоналу)</p>
169278	Мороз Олена Василівна	Доцент, Основне місце роботи	Економіка і управління	<p>Диплом спеціаліста, Кіровоградський державний технічний університет, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050109  Управління трудовими ресурсами,  Диплом кандидата наук ДК 006213, виданий 17.05.2012, Атестація доцента 12ДЦ 036807, виданий 21.11.2013</p>	21	ООК-4 Креативні технології реклами	<p>Інформація про кваліфікацію викладача Кіровоградський державний технічний університет, 2000 р., «Управління трудовими ресурсами», економіст, КС № 13823949  Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2012 р., ДК № 006213  Тема дисертації: «Муниципально-приватна модель організації міського пасажирського автотранспорту» (за переліком 2016 р. 051, 073, 075, 076, 241.  Доцент по кафедрі маркетингу, 2013 р., 12 ДЦ № 036807</p> <p>Підвищення кваліфікації:  1. The virtual academic mobility programme (online digital literacy courses for a total of 120 hours) within the framework of Erasmus+ Capacity Building for Higher Education project “Digital competence framework for Ukrainian teachers and other citizens (dComFra)”, No. 598236-EPP-1-2018-1-LT-EPPKA2-CBHE-SP. Kaunas, Lithuania, 2022.  2. Фонд цивільних досліджень США CRDF Global куп</p>

«Базові правила безпеки в цифровому середовищі»  
сертифікат  
B8f6sUKazO  
09.05.2023  
3. 2022Certificate of course “General English A1-C1” (Cormack Consultancy Group)  
2023, VERIFICATION: PZSsmt2Kf9Kx  
5. Erasmus+  
«Інжиніринг криз та ризиків у сфері транспортних послуг»  
№ 598218-EPP-1-2018-1 PL-EPPKA2-SBHE-JP (2 кредити ЄКТС), 2021 р.  
Принципи та технічні інструменти роботи з Big Data технологіями  
Машинне навчання, хмарні обчислення.  
Найкращі світові практики управління проектами.  
6. Платформа масових відкритих онлайн-курсів PROMETHEUS, сертифікат,  
«Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності» 1 кредит ЄКТ), 05.02.2021 р.  
Києво-Могилянська бізнес школа м. Київ  
7. Участь у XV міжнародна науково-практичній конференції  
«Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», 26-28 листопада 2020 р. м. Хмельницький: 1 кредит.  
8. Участь у міжнародній науково-практичній конференції  
«Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін», 27-29 квітня 2023 р. м. Хмельницький:  
Особиста участь 12 год.;  
Тренінг «Логістика і трейд маркетинг 6 год.  
Тренінг «Створення стurt up. Управління проектами» 6 год.  
Практичний тренінг за участю роботодавців 6 год.

Професійна активність згідно ЛУ п.38 пп. 1  
1. Olena Moroz, Irina Trunina, Viktoria Herasymchuk  
Implementation Of



Marketing Tools In The Development Of Industry 4.0. IEEE 20th International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), 2021, p

2. О. Мороз, О.Збираник, Т. Гайкова. Креативна реклама як інструмент цифрових маркетингових технологій. Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. Кременчук: КрНУ, 2023. Вип. 1 (138). С. 93–98.

3. Мороз О.В., Збираник О.М., Коваленко М.П. Аналіз сучасних інструментів маркетингу у просуванні продукції бізнес середовища / Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. Кременчук: КрНУ, 2021. Вип. 2 (127). С. 41–46.

4. Мороз О.В., Латишев К.О., Герасимчук В.В. Сучасна інфраструктура комунікаційних технологій у бізнес середовищі: моделювання методу «живої міграції» Інфраструктура ринку, 2021, № 53 / URL:[http://www/market-infr.od.ua/uk/53-2021](http://www.market-infr.od.ua/uk/53-2021)

5. Мороз О.В., Герасимчук В.В., Бондаренко А.О. Комунікаційний інструментарій у формуванні бренду міста. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. № 3(26). URL:<http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/vipusk-26-2020>. pp. 4

1. Методичні вказівки щодо самостійної роботи з навчальної дисципліни «Креативні технології реклами» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 –

«Маркетинг»  
освітньо-професійної  
програми  
«Маркетинг»  
освітнього ступеня  
«Магістр» /  
Кременчук:  
Видавничий відділ  
КрНУ, 2023. – 25 с.  
2. Методичні вказівки  
щодо виконання  
практичних робіт з  
навчальної  
дисципліни  
«Креативні технології  
реклами» для  
студентів денної та  
заочної форм  
навчання зі  
спеціальності 075 –  
«Маркетинг»  
освітньо-професійної  
програми  
«Маркетинг»  
освітнього ступеня  
«Магістр» /  
Кременчук:  
Видавничий відділ  
КрНУ, 2023. 48 с.  
3. Робоча програма  
навчальної  
дисципліни  
«Креативні технології  
реклами» для  
студентів денної та  
заочної форм  
навчання зі  
спеціальності 075 –  
«Маркетинг»  
освітнього ступеня  
«Магістр».  
Кременчук:  
Видавничий відділ  
КрНУ, 2023. с  
4. Методичні вказівки  
щодо самостійної  
роботи з навчальної  
дисципліни  
«Медіапланування»  
для студентів для  
студентів денної та  
заочної форм  
навчання зі  
спеціальності 075 –  
«Маркетинг»  
освітньо-професійної  
програми  
«Маркетинг»  
освітнього ступеня  
«Магістр» /  
Кременчук:  
Видавничий відділ  
КрНУ, 2023. – 19 с.  
пп. 7  
вчений секретар  
спеціалізованої вченої  
ради К 45.052.02  
(12.05.2017 по  
31.12.2021)  
пп. 12  
1. Мороз О.В.  
Особливості  
використання  
креативної реклами в  
цифровому  
маркетингу.  
Механізми  
забезпечення сталого  
розвитку економіки:  
проблеми,  
перспективи,

міжнародний досвід  
[Електронний ресурс]  
: матеріали IV  
Міжнар. наук.-практ.  
інтернет-конф., 19  
травня 2023 р. / Держ.  
біотехнологічний ун-т.  
Харків, 2023. С. 193-  
194.

2. Лісовик Ю. В.,  
Мороз О.В.  
Медіапланування як  
інструмент  
комунікації бренду /  
XXX Міжнародна  
науково-практична  
конференція  
студентів, аспірантів  
та молодих учених  
«Актуальні проблеми  
життєдіяльності  
суспільства»  
Матеріали  
конференції –  
Кременчук: КрНУ с.  
211-212.

3. Мороз О.В., Лісовик  
Ю. В. Креативні  
технології в рекламній  
діяльності / XXX  
Міжнародна науково-  
практична  
конференція  
студентів, аспірантів  
та молодих учених  
«Актуальні проблеми  
життєдіяльності  
суспільства»  
Матеріали  
конференції –  
Кременчук: КрНУ с.  
213-214.

4. Мороз О.В, Крупко  
Д. О. Ефективність  
таргетованої реклами  
та реклами у лідерів  
думок в соціальних  
мережах / Актуальні  
питання управління  
трансформаційними  
процесами в  
сучасному  
суспільстві: проблеми  
та перспективи : зб.  
матеріалів XI Міжнар.  
наук.-практ. конф., м.  
Кременчук, 27–28  
жовт. 2022 р.  
Кременчук : КрНУ,  
2022. с. 87-89.

5. Мороз О.В. , Куш  
А.О. Вірусний  
маркетинг як  
ефективний  
інструмент рекламних  
кампаній /Матеріали  
III Міжнародної  
науково-практичної  
Інтернет-конференції  
«ІННОВАЦІЇ: теорія і  
практика».  
Кропивницький:  
Академія Прикладних  
наук. 2022. с. 5-8.  
пп.14  
Керівництво  
студентом (Гуртяк А.С.  
група МК-20-1 м) ,  
який зайняв 3 місце у  
II турі  
Всеукраїнського

						конкурсну студентських наукових робіт зі спеціальності – «Логістика» в 2021 р. Керівництво студентом (Вьюн П.А. група МК-17), який зайняв 3 місце у II турі Всеукраїнського конкурсну студентських наукових робіт зі спеціальності – «Логістика» в 2020 р. пп. 19 Член громадської організації «Української асоціації маркетингу» (1.07.2021 – по теперішній час)	
103734	Латишев Костянтин Олександрович	Доцент, Основне місце роботи	Економіка і управління	Диплом спеціаліста, Кременчуцький державний політехнічний інститут, рік закінчення: 1998, спеціальність: 0502 Менеджмент у виробничій сфері, Диплом кандидата наук ДК 017640, виданий 21.11.2013, Атестат доцента 12ДЦ 040916, виданий 22.12.2014	22	ООК-3 Стратегічний маркетинг	<p>Інформація про кваліфікацію викладача Кременчуцький державний політехнічний університет, 1998 р. менеджмент у виробничій сфері; менеджер-економіст, ТА № 10133365, Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), «Підвищення міжнародної конкурентоспроможності продукції автобудівного підприємства», (за переліком 2016 р. 051, 073, 075, 076), ДК № 017640, доцент кафедри маркетингу, 12ДЦ № 040916.</p> <p>Підвищення кваліфікації:  1.Участь у міжнародній науково-практичній конференції «Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін», 27-29 квітня 2023 р. м. Хмельницький: Особиста участь 12 годин; Тренінг «Логістика і трейд маркетинг 6 год. Тренінг «Створення start up. Управління проектами» 6 год. Практичний тренінг за участю роботодавців 6 год. Разом 1 кредит ЄКТС.  2. Підвищення кваліфікації у Інституті технологій</p>

та бізнесу (Чехія, м. Чеське Будейовіце). Сертифікат програми «Конкурентоспроможність та маркетингові дослідження», 2019 р.  
3. Участь у XV міжнародна науково-практичній конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», 26-28 листопада 2020 р. м. Хмельницький: Особиста участь 0,4 кредита; Тренінг «Особливості проведення маркетингових досліджень під час нокдауну» 0,2 кредита; Майстер-клас з Інтернет-маркетингу 0,27 кредита Практичний тренінг за участю роботодавців 0,13 кредита; Разом 1 кредит.

Професійна активність згідно ЛУ п.38 пп. 1

1. К Латишев, А Пугач, В Мороз. Особливості формування маркетингової стратегії торговельного підприємства. Управління змінами та інновації 1 (№ 5), 2023. С. 23-27,  
2. Труніна І.М., Дідур С.В., Латишев К.О. Стратегічна модель розвитку підприємств агропромислового комплексу Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки, вип. 9(42). Кропивницький: ЦНТУ, 2023. С. 246-255.  
3. Latyshev K., Pochtovyuk A., Zaika K. Resource Potential as a Key Factor of Ukrainian Mining Enterprises Competitive Position. Innovative Economic Symposium 2020. Stable Development in Unstable World. SHS Web of Conferences 91, 01017 (2021) IES 2020 URL: <https://doi.org/10.051/shsconf/20219101017> (Web of Science).  
4. Латишев К. О., Мороз О. В., Збиранник О. А. Питання удосконалення комплексу маркетингу

промислового підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021, С. 190-194.

5. Khomenko M., Pryakhina K., Latyshev K. Prospects for development of Ukraine and EU in the field of renewable energy sources //SHS Web of Conferences. – EDP Sciences, 2019. – Т. 61. – р. 01008.  
<https://doi.org/10.1051/shsconf/20196101008>

2. Pochtovyuk A.,  
6. Латишев, К. О., Герасимчук, В. В. Маркетинг цифрової сфери: поведінка споживачів в умовах пандемії. Економічний простір, (160), 2020. С. 82-85.  
п. 4

1. Методичні вказівки щодо виконання практичних робіт з навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр». Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2023.

2. Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності: 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.

3. Методичні вказівки щодо виконання курсової роботи зі спеціальності 075 – Маркетинг освітнього ступеня «Магістр» / Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2023.  
п. 8

1. Відповідальний виконавець науково-дослідної роботи за рахунок коштів замовника «Маркетингові дослідження ринку транспортних послуг» № 210302 (2021 р.).

2. Відповідальний виконавець науково-дослідної роботи за рахунок коштів

замовника  
«Управління  
розвитком  
транспортної  
інфраструктури» №  
512/21 «БАМТ-ФОП»  
(2021 р.)  
п.п. 12

1. K. Latyshev, N.  
Radchenko, A.  
Nekrasov, O. Hrytsai.  
Research of Energy  
Efficiency of Start-Up  
of Asynchronous  
Electric Drives With  
Scalar Frequency  
Control. Proceedings of  
the 2022 IEEE 4th  
International  
Conference on Modern  
Electrical and Energy  
System, MEES 2022,  
2022. (Scopus)

2. K. Latyshev, O.  
Zbyrannyk, V.  
Tatarinov, O. Koren, O.  
Reznichenko. The  
Criteria for the  
Development of the  
Eco-Friendly Concept  
in the Energy Sector.  
2021 IEEE  
International  
Conference on Modern  
Electrical and Energy  
Systems (MEES). URL:  
<https://ieeexplore.ieee.org/document/959>  
(Scopus)

3. Latyshev K., Pyrogov  
D. Marketing  
instruments to increase  
the competitiveness of  
engineering enterprise.  
«Současné trendy a  
výzvy v oblasti  
ekonomiky a  
marketingu» :  
monografie. Vysoká  
škola evropských a  
regionálních studií.  
České Budějovice :  
2019. PP. 54–62.

4. Труніна, І. М.,  
Латишев, К. О.  
Маркетингове  
дослідження  
споживацьких переваг  
молоді в галузі  
туризму. Таврійський  
науковий вісник.  
Серія: Економіка, (3),  
2020. С. 115-122.

5. Khomenko, M.,  
Pryakhina, K., &  
Latyshev, K. (2019).  
Prospects for  
development of Ukraine  
and EU in the field of  
renewable energy  
sources. In SHS Web of  
Conferences (Vol. 61, p.  
01008). EDP Sciences.  
п.п.14

1) керівництво  
науковою роботою  
студентів: Герасимов  
С. С., який зайняв ІІ  
місце у ІІ турі  
Всеукраїнського  
конкурсу студентських

							<p>наукових робіт «Суднобудування та водний транспорт», секція «Економіка та менеджмент на водному транспорті» (2020 р.).</p> <p>2) керівництво науковою роботою студентів: Холодняк Д. І., який зайняв I місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт «Управління спортивно-оздоровчою діяльністю» (2021 р.).</p> <p>п.п. 19</p> <p>Дійсний член Української асоціації маркетингу сертифікат № 589 (травень 2021 р. – теперішній час)</p>
55325	Пряхіна Катерина Андріївна	Доцент, Основне місце роботи	Економіки і управління	<p>Диплом магістра, Кременчуцький державний університет імені Михайла Остроградського, рік закінчення: 2010, спеціальність: 050206 Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності, Диплом кандидата наук ДК 050606, виданий 05.03.2019</p>	9	ООК-2 Бізнес-комунікації (англійською мовою)	<p>Інформація про кваліфікацію викладача Кременчуцький державний університет імені Михайла Остроградського, 2010 р., магістр, «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», кваліфікація менеджер-економіст диплом з відзнакою ТА №39670234. Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (диплом №050606 від 5.03.2019 р.)</p> <p>Тема дисертації: «Модернізація кадрового забезпечення машинобудівних підприємств» (за переліком 2016 р. 051, 073, 075, 076, 241)</p> <p>Доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму, диплом АД №005284 від 24.09.2020 р</p> <p>Підвищення кваліфікації:</p> <p>1. Erasmus+ Teaching mobility, course “Personnel management” in The College of European and Regional Studies, Czech Republic (2023) (8 год).</p> <p>2. Онлайн стажування, курс «Бізнес економіка та менеджмент»,</p>



Університет Матей  
Бела, Банська  
Бистриця, Словачія.  
02.06.20222 (2  
кредити)  
3. The virtual academic  
mobility  
programmeб(online  
digital literacy courses  
for a total of 120 hours)  
within the framework  
of Erasmus+ Capacity  
Building for Higher  
Education project  
“Digital competence  
framework for  
Ukrainian teachers and  
other citizens  
(dComFra)”, (60 hours/  
2 ECTS) (2022)  
4. LinkedIn Learning  
Certificate of  
Completion, course  
“Project Management  
Foundations”, Project  
Management Institute  
(PMI), USA (2022).  
5. Certificate of Google,  
course “Fundamentals  
of digital marketing”  
(2022).  
6. Certificate, course  
“Take Your English  
Communication Skills  
to the Next Level” /  
Georgia Institute of  
Technology, (2022).  
7. Erasmus +  
Youthpass» Баку,  
Азербайджан,  
Сертифікат, тема:  
«Молодіжне  
підприємництво –  
освіта для  
персонального  
розвитку», 10.05.2019.  
(1 кред)  
8. Сертифікат про  
володіння  
англійською мовою  
(рівень B2) 2019 року  
(сертифікат №  
UA1224; Test ID:  
H11225UA)  
9. Abertay University,  
Dundee, Scotland,  
United Kingdom,  
Сертифікат, Erasmus +  
Staff mobility for  
training, 6.03.2019 (8  
год).

Професійна  
активність згідно ЛУ  
п. 38.  
п. 1  
1. Zaika, K.,  
Pochtovyuk, A.,  
Pryakhina, K., &  
Kushch, O. (2022).  
Formation of Human  
Resources within an  
Enterprise under  
Conditions of  
Globalization Changes.  
In SHS Web of  
Conferences (Vol. 135).  
EDP Sciences.  
<https://doi.org/10.1051/shsconf/20221350>.  
(Web of Science)

2. Pochtovyuk A., Pryakhina K., Bilyk M. and Napkhonenko N., Formation of Organizational and Managerial Competence of Electrical Engineers, 2020 IEEE Problems of Automated Electrodrive. Theory and Practice (PAEP), Kremenchuk, Ukraine, 2020, pp. 1-4, doi: 10.1109/PAEP49887.2020.9240862. (Scopus).

3. Pryakhina, K., & Pochtovyuk, A. (2020). Scientific instrumentarium for diagnostics of staffing at the Ukrainian machine-building enterprises: marketing approach. In SHS Web of Conferences EDP Sciences. SHS Web Conf. Innovative Economic Symposium 2019 – Potential of Eurasian Economic Union (IES2019). Volume 73, 2020, p. 01022). <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207301022> (Web of Science)

4. Почтовюк А.Б., Пряхіна К.А., Цимбал О.С. HR – менеджмент у системі антикризового управління підприємств. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. Вип. 3, 2020.

5. Пряхіна К.А., Білик М.Ю., Людський капітал як основа розвитку малого підприємництва Полтавського регіону Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2019. Вип. 35. С. 63-68.

6. Пряхіна К., Скребкова К. Соціальні мережі: удосконалення правового регулювання передвиборної агітації Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України, 2019. с.145–153. пп. 4)

1. Робоча програма навчальної дисципліни «Бізнес-комунікації (англійською мовою)» для студентів денної

та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.

2. Методичні вказівки щодо практичної роботи з навчальної дисципліни «Ринкові дослідження» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальностей: 051 – «Економіка», 071 – «Облік оподаткування», 072 – «Фінанси, банківська справа та страхування», 073 – «Менеджмент», 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр».

Кременчук: Видавничий відділ КрНУ, 2022. с.

3. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг територій» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.

п. 5  
Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (диплом №050606 від 5.03.2019 р.)  
Тема дисертації: “Модернізація кадрового забезпечення машинобудівних підприємств”

п. 7  
член спеціалізованої вченої ради К 45.052.02 (2019- по 1.10.2021)

п. 8  
член редакційної колегії «Вісника КрНУ імені Михайла Остроградського». 073 Менеджмент  
<http://visnikkrnu.kdu.edu.ua/redakcia.php>  
рецензент журналу Вроцлавського університету економіки і бізнесу Biblioteka Regionalisty.  
<https://br.ue.wroc.pl/about/#editorial-board>

п. 9  
експерта Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти зі

спеціальності 075  
Маркетинг (з  
1.02.2021 – по  
теперішній час).  
експерт секції  
«Економічні  
перетворення,  
демографічні зміни та  
добробут» Експертної  
ради МОН (серед  
молодих вчених, з  
09.2021– по  
теперішній час)  
п.п. 10  
2019 – Erasmus + Staff  
Mobility на базі  
Університету Абергей  
(Шотландія), тема:  
«Teaching and learning  
in higher education»,  
2019 р.  
2019 – Erasmus Youth,  
тема: «Youth  
Entrepreneurship  
Education for Personal  
development»  
(Азербайджан), 2019.  
2020 – Erasmus + Staff  
Mobility на базі  
Університету Абергей  
(Шотландія), 2020 р.  
2022 – Ukraine  
Kennen:Lernen  
program, Associated  
Researcher (Ukraine  
Fellow), The Research  
Center for the History  
of Transformations  
(RECET), University of  
Vienna, Austria.  
2023 – Erasmus+  
Teaching mobility,  
course “Personnel  
management” in The  
College of European  
and Regional Studies,  
Czech Republic.  
2023 – Visiting  
Research Fellow, IWM -  
Institut für die  
Wissenschaften vom  
Menschen, Австрія  
п.п. 12  
1. Пряхіна К., Труніна  
І., Скребкова К.  
Вимоги ринку праці  
до сучасного  
маркетолога.  
Маркетинг і логістика  
в системі  
менеджменту: тези  
доповідей XIV  
Міжнародної науково-  
практичної  
конференції. Львів:  
Видавництво  
Львівської  
політехніки, 2022. С.  
220-221.  
2. Bilyk, M., Kratt, O., &  
Pryakhina, K. (2021).  
City branding as a tool  
of public  
administration.  
Regional  
Journal/Biblioteka  
Regionalisty, (21).  
[https://www.dbc.wroc.  
pl/dlibra/publication/1  
54432/edition/113830.](https://www.dbc.wroc.pl/dlibra/publication/154432/edition/113830)  
3. Pryakhina K.,

Trunina I., Latyshev K., Skrebcova K. Strategic directions of the sustainable development for the city of Kremenchuk in Ukraine. Biblioteka Regionalisty, 2020, Nr 20, pp. 180-193. doi:10.15611/br.2020.1.14 ;  
oai:dbc.wroc.pl:85057

4. Trunina, I., Druzhynina, V., Zahorianska, O., & Pryakhina, K. (2020). Socio-demographic dimension of tourism development in Ukraine. Biblioteka Regionalisty, (20), 170-179.

5. Пряхіна К. Надлишкова пропозиція: динаміка рівня на ринках праці України і ЄС Європейська інтеграція. Пріоритети стратегічного розвитку національного господарства України: колективна монографія за заг.ред. Почтовюк А.Б. Кременчук : Видавець СВД Олексієнко В. В., 2020. С.166-174. ш. 14

2023 рік  
1) керівництво студенткою Лісовик Ю., яка посіла II місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських дипломних за напрямом «Маркетинг»;

2022 рік  
1) керівництво студенткою Лісовик Ю., яка посіла I місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Маркетинг»;

2021 рік  
1) керівництво студенткою Андрієнко М., яка посіла II місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Маркетинг»;

2) керівництво студенткою Скребкова К., яка посіла I місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Публічне управління та адміністрування»;

						<p>2020 рік 1) керівництво студенткою Андрієнко М., яка посіла I місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Управління спортивно-оздоровчою діяльністю»; 2) керівництво студенткою Скрєбкова К., яка посіла II місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Публічне управління та адміністрування»;</p> <p>2019 рік 1) керівництво студенткою Лободою А., яка посіла III місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Гендерні дослідження»; 2) керівництво студенткою Скрєбкова К., яка посіла III місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямом «Публічне управління та адміністрування»;</p> <p>п.п. 19 Громадське об'єднання «Об'єднання маркетологів України» (1.03.2021 – по теперішній час)</p>	
153805	Труніна Ірина Михайлівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Економіка і управління	<p>Диплом спеціаліста, Ворошиловградський машинобудівний інститут, рік закінчення: 1992, спеціальність: Економіка та організація машинобудівної промисловості, Диплом доктора наук ДД 003904, виданий 22.12.2014, Атестат професора 12ПР 011213, виданий 15.12.2015</p>	28	ООК-6 Маркетинг інновацій	<p>Інформація про кваліфікацію викладача Ворошиловградський машинобудівний інститут, 1992 р., економіка та організація машинобудівної промисловості, інженер-економіст. Доктор економічних наук., 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності); «Забезпечення конкурентоспроможності підприємницької діяльності»; професор кафедри економіки 12ПР №011213 від 15.12.2015; кандидат економічних наук., 08.06.01 – Економіка, організація і управління</p>

підприємствами.

Підвищення  
кваліфікації:

1. Twinning supporting Ukrainian universities. Summer School of the Project «Developing a five-year roadmap of aerospace, bioengineering, and artificial intelligence twinned research», 2023
2. Erasmus+ Teaching mobility, course “Startup project management” in The College of European and Regional Studies, Czech Republic, 2023 (8 год).
3. Virtual academic mobility programme with the framework of Erasmus + Capacity Building for Higher Education project «Digital competence framework for Ukrainian teachers and other citizens (dComFra)», N°598236-EPP-1-2018-1-LT-EPPKA2-CBHE-SP. Module «Online Collaboration» (60 hours/2 ECTS), Module «Advanced Spreadsheets» (60 hours/2 ECTS), 2022.
4. «International hospitality projects» in partner of the Merkur Academy of Professional Education. 20 June-01 August 2022, 180 hours (6 credits of theoretical training; 4 credits of practical training).
5. Підвищення кваліфікації в рамках ініціативи «Підприємницький університет» і курсу «Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами», вересень-грудень 2020, 18.12.2020, 42 години (1,5 ECTS).
6. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, British Council, «Ukraine’s new accreditation system: building on UK best practice introductory train the trainers programme», 23-24 November 2020.
7. Підприємницький університет УЕР, сертифікат, Innovative Entrepreneurship and Startup Management, 15.09.2020, (0.35 ECTS).

8. Сертифікат, який підтверджує рівень володіння англійською мовою (B2) 2019 р. (сертифікат №UA1205; TestID: H11205UA). Професійна активність згідно ЛУ п.38.

пп. 1

1. Trunina I., Bilyk M., Chumakova A, Usanova O. (2022) Energy Management for the Development of Smart Regions. 2022 IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES), IEEE, P. 1-5 (Scopus)

2. Труніна І., Скребкова К., Пряхіна К., Усанова О. (2022) Інноваційний потенціал регіону крізь призму складових сталого розвитку. Вісник Львівського університету, 63, С. 42-56

3. Trunina I., Moroz O., Herasymchuk V. (2021) Implementation of Marketing Tools in the Development of Industry 4.0. 2021 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), IEEE, P. 1-6 (Scopus)

4. Труніна І., Білик М., Чорна М. (2021) Проблеми розвитку інноваційних бізнес-процесів на підприємствах готельної індустрії. Центральнoукраїнський науковий вісник. Економічні науки, С. 25-32

5. Trunina I., Zahorianska O., Sushchenko O., Druzhynina V. (2020) Globalization impact on the world travel market development. SHS Web of Conferences, 73, 01029. (Web of Science).

пп. 2

1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №106747 від 28 липня 2021 р. «Ensuring competitiveness of logistics service by selecting the type of storing single- piece cargoes».

2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на



твір №106745 від 28 липня 2021 р.  
«Globalization impact on the world travel market Development».

3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №107649 від 30 серпня 2021 р.  
«Diagnostics of the enterprise personnel sustainability».

4. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №115211 від 12 жовтня 2022 р.  
«Management of Competitive Advantages of Higher Education Institutions».

5. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №114445 від 25 серпня 2022 р.  
«Implementation of marketing tools in the development of industry 4.0».

6. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №118713 від 3 травня 2023 р.  
«Energy Management for the Development of Smart Regions»

7. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №120572 від 18 липня 2023 р.  
«Research on digitization processes in Ukraine in the context of post-war reconstruction»

пп. 4

1. Силабус з навчальної дисципліни «Маркетинг інновацій» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.

2. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг інновацій» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.

3. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент» для

студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.

пп. 6  
Керівництво здобувачем Безуглою Т.В., яка отримала диплом кандидата економічних наук 26.02.2020 р. та Білик М.Ю., яка отримала диплом кандидата економічних наук 30.11.2021 р.  
Науковий консультант докторанта Ховрак І.В., яка отримала диплом доктора економічних наук 26.11.2020 р.

пп. 7  
Член двох спеціалізованих рад із захисту докторських дисертацій: Д 29.051.01 – зі спеціальностей 08.00.04 та 08.00.05 та Д 45.052.02 - із захисту зі спеціальностей 08.00.07, 08.00.04.  
Офіційний опонент із захисту дисертацій: Персій Ю.О. (2018 р.), Борблік К.Е. (2021 р.), Вовк К.М. (2021 р.)  
Внутрішній опонент: Яковенко Я.Ю. (2021 р.).

пп. 8  
Член редакційної колегії фахового наукового журналу «Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського»

пп. 9  
Член галузевої експертної ради з галузі знань 24 «Сфера обслуговування» Міністерства освіти і науки України (з 2019)  
Експерт Національного агентства забезпечення якості вищої освіти (з 2019 р.)

пп. 10  
Erasmus + Staff Mobility на базі Abertay University (Dundee, Scotland), тема: Бізнес адміністрування», 2019.  
Erasmus + Staff Mobility на базі Вищої школи Європейських та регіональних досліджень (Чехія),

тема: «Управління  
стартап-проектами»,  
2023.

п.п. 11

Наукове  
консультування  
Міська рада міста  
Кременчука. Інститут  
розвитку  
Кременчука. Член  
комісії з питань  
туризму при Міській  
раді міста  
Кременчука.

п.п. 12

1. Trunina I., Pryakhina  
K., Latyshev K.,  
Skrebcova K. (2020)  
Strategic directions of  
the sustainable  
development for the  
city of Kremenchuk in  
Ukraine. Wydawnictwo  
Uniwersytetu  
Ekonomicznego we  
Wrocławiu, 20, P. 180-  
193.

2. Trunina, I.,  
Pryakhina, K., &  
Yakymets, S. (2022,  
October). Research on  
the Development of  
Renewable Energy  
Sources in the World  
Dueto the Warin  
Ukraine. In 2022 IEEE  
4th International  
Conference on Modern  
Electrical and Energy  
System (MEES) (pp. 1-  
5). IEEE.

3. Труніна І.,  
Скрєбкова К., Пряхіна  
К. (2022) Вимоги  
ринку праці до  
сучасного  
маркетолога.  
Marketing and logistics  
in the management  
system. Abstracts of the  
XIV International  
Scientific and Practical  
Conference, C. 220-222.

4. Trunina I., Kushal I.,  
& Zagirniak, D. (2019).  
An imitation model of  
the financial-economic  
mechanism of taking  
strategic decisions at  
the enterprise. In SHS  
Web of Conferences  
(Vol. 61, p. 01027). EDP  
Sciences.

5. Trunina I., Lomonos  
A., Yakovenko Y., Bilyk  
M. (2022) Research on  
digitization processes in  
Ukraine in the context  
of post-war  
reconstruction.

Auspicia, 2, P. 43-52.

ISSN 2464-7217. DOI:  
10.36682/a\_2022\_2\_5.

п.п. 14

1. Голова  
Міжнародного  
конкурсу студентських  
наукових робіт зі  
спеціальності 076  
«Підприємництво,  
торгівля та біржова

							<p>діяльність», Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.</p> <p>2. Член галузевої конкурсної комісії Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт у галузі «Управління спортивно-оздоровчою діяльністю», Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова.</p> <p>3. Голова журі I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Туризм», Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.</p> <p>5. Керівництво студентом, який зайняв призове місце у II етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт: 2019 р. Леснікова Ю., диплом I ступеню з напрямку «Туризм» (м. Харків, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця).</p> <p>пп. 15 Член журі II-III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково дослідницьких робіт учнів – членів Національного центру «Мала академія наук України».</p> <p>пп. 19 Громадське об'єднання «Об'єднання маркетологів України», голова Полтавської філії.</p> <p>пп. 20 Досвід практичної роботи 15 років за спеціальністю Маркетинг (директор з персоналу)</p>
153805	Труніна Ірина Михайлівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Економіка і управління	Диплом спеціаліста, Ворошиловградський машинобудівний інститут, рік закінчення: 1992, спеціальність: Економіка та організація	28	ООК-1 Методологія маркетингових досліджень	Інформація про кваліфікацію викладача Ворошиловградський машинобудівний інститут, 1992 р., економіка та організація машинобудівної промисловості, інженер-економіст.

машинобудівної промисловості, Диплом доктора наук ДД 003904, виданий 22.12.2014, Аттестат професора 12ПР 011213, виданий 15.12.2015

Доктор економічних наук., 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності); «Забезпечення конкурентоспроможності підприємницької діяльності»; професор кафедри економіки 12ПР №011213 від 15.12.2015; кандидат економічних наук., 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами;

Підвищення кваліфікації:

1. Twinning supporting Ukrainian universities. Summer School of the Project «Developing a five-year roadmap of aerospace, bioengineering, and artificial intelligence twinned research», 2023
2. Erasmus+ Teaching mobility, course “Startup project management” in The College of European and Regional Studies, Czech Republic, 2023 (8 год).
3. Virtual academic mobility programme with the framework of Erasmus + Capacity Building for Higher Education project «Digital competence framework for Ukrainian teachers and other citizens (dComFra)», №598236-EPP-1-2018-1-LT-EPPKA2-CBHE-SP. Module «Online Collaboration» (60 hours/2 ECTS), Module «Advanced Spreadsheets» (60 hours/2 ECTS), 2022.
4. «International hospitality projects» in partner of the Merkur Academy of Professional Education. 20 June-01 August 2022, 180 hours (6 credits of theoretical training; 4 credits of practical training).
5. Підвищення кваліфікації в рамках ініціативи «Підприємницький університет» і курсу «Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами», вересень-грудень 2020, 18.12.2020, 42 години (1,5 ECTS).

6. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, British Council, «Ukraine's new accreditation system: building on UK best practice introductory train the trainers programme», 23-24 November 2020.

7. Підприємницький університет YEP, сертифікат, Innovative Entrepreneurship and Startup Management, 15.09.2020, (0.35 ECTS).

8. Сертифікат, який підтверджує рівень володіння англійською мовою (B2) 2019 р. (сертифікат №UA1205; TestID: H11205UA). Професійна активність згідно ЛУ п.38. пп.1

1. Труніна І., Дідур С., Латишев К. (2023) Стратегічна модель розвитку підприємств агропромислового комплексу. Центральнотраїнський науковий вісник. Економічні науки, 9 (42), С. 246-255.

2. Trunina I., Khovrak I., Pryakhina K., Usanova O. (2021) Life quality as an indicator of sustainable development: International statistical research. Journal of Geology, Geography and Geocology, 30 (4), P. 772-780. (Web of Science)

3. Труніна І., Латишев К. (2020) Маркетингове дослідження споживацьких переваг молоді в галузі туризму. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, 3, С. 115-122.

4. I. Trunina, I. Khovrak and M. Bilyk, "Academic Entrepreneurship in Ukraine: Determinants of Development and Performance Indicators," 2020 IEEE Problems of Automated Electrodrive. Theory and Practice (PAEP), Kremenchuk, Ukraine, 2020, pp. 1-4, doi: 10.1109/PAEP49887.2020.9240891. (Scopus)

5. S. O. Anatoliivna, T. I. Mykhailivna, B. D. Ivanivna and P. M. Mykolayivna, "Coaching

as Education Technology on Electrical Engineering Education," 2019 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), Kremenchuk, Ukraine, 2019, pp. 426-429, doi: 10.1109/MEES.2019.8896507. (Scopus)

п. 2

1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №106747 від 28 липня 2021 р.  
«Ensuring competitiveness of logistics service by selecting the type of storing single- piece cargoes».

2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №106745 від 28 липня 2021 р.  
«Globalization impact on the world travel market Development».

3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №107649 від 30 серпня 2021 р.  
«Diagnostics of the enterprise personnel sustainability».

4. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №115211 від 12 жовтня 2022 р.  
«Management of Competitive Advantages of Higher Education Institutions».

5. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №114445 від 25 серпня 2022 р.  
«Implementation of marketing tools in the development of industry 4.0».

6. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №118713 від 3 травня 2023 р.  
«Energy Management for the Development of Smart Regions»

7. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №120572 від 18 липня 2023 р.  
«Research on digitization processes in Ukraine in the context of post-war reconstruction»

п. 4

1. Силабус з навчальної дисципліни

«Методологія маркетингових досліджень» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.

2. Робоча програма навчальної дисципліни «Методологія маркетингових досліджень» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.

3. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент» для студентів денної та заочної форм навчання зі спеціальності 075 – «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр», 2023.

п. 6  
Керівництво здобувачем Безуглою Т.В., яка отримала диплом кандидата економічних наук 26.02.2020 р. та Білик М.Ю, яка отримала диплом кандидата економічних наук 30.11.2021 р.  
Науковий консультант докторанта Ховрак І.В., яка отримала диплом доктора економічних наук 26.11.2020 р.

п. 7  
Член двох спеціалізованих рад із захисту докторських дисертацій: Д 29.051.01 – зі спеціальностей 08.00.04 та 08.00.05 та Д 45.052.02 - із захисту зі спеціальностей 08.00.07, 08.00.04.  
Офіційний опонент із захисту дисертацій: Персій Ю.О. (2018 р.), Борблік К.Е. (2021 р.), Вовк К.М. (2021 р.)  
Внутрішній опонент: Яковенко Я.Ю. (2021 р.).

п. 8  
Член редакційної колегії фахового наукового журналу «Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла



Остроградського»  
пп. 9  
Член галузевої  
експертної ради з  
галузі знань 24  
«Сфера  
обслуговування»  
Міністерства освіти і  
науки України (з 2019)

.  
Експерт  
Національного  
агентства  
забезпечення якості  
вищої освіти (з 2019  
р.)

пп. 10  
Erasmus + Staff  
Mobility на базі  
Abertay University  
(Dundee, Scotland),  
тема: Бізнес  
адміністрування»,  
2019.

Erasmus + Staff  
Mobility на базі Вищої  
школи Європейських  
та регіональних  
досліджень (Чехія),  
тема: «Управління  
стартап-проектами»,  
2023.

пп. 11  
Наукове  
консультування  
Міська рада міста  
Кременчука. Інститут  
розвитку  
Кременчука. Член  
комісії з питань  
туризму при Міській  
раді міста  
Кременчука.

пп. 12  
1. Труніна І., Пряхіна  
К., Крат О., Почтовюк  
А. Маркетингове  
позиціонування  
Кременчуцького  
індустріального  
центру на  
міжнародних ринках.  
Міжнародна  
транспортна  
інфраструктура,  
індустріальні центри  
та корпоративна  
логістика: матеріали  
п'ятнадцятої науково-  
практичної  
міжнародної  
конференції, 6-8  
червня 2019 р. Харків:  
УкрДУЗТу, 2019. С.  
28–29.

2. Trunina, I.,  
Pryakhina, K., &  
Yakymets, S. (2022,  
October). Research on  
the Development of  
Renewable Energy  
Sources in the World  
Due to the War in  
Ukraine. In 2022 IEEE  
4th International  
Conference on Modern  
Electrical and Energy  
System (MEES) (pp. 1-  
5). IEEE.

3. Trunina I., Bilyk M.,  
Krat O., Pryakhina K., &

(2021). City branding as a tool of public administration. Biblioteka Regionalisty, (21), 15-27.

4. Trunina I., Kushal I., & Zagirniak, D. (2019). An imitation model of the financial-economic mechanism of taking strategic decisions at the enterprise. In SHS Web of Conferences (Vol. 61, p. 01027). EDP Sciences.

5. 1. Trunina I., Lomonos A., Yakovenko Y., Bilyk M. (2022) Research on digitization processes in Ukraine in the context of post-war reconstruction. *Auspicia*, 2, P. 43-52. ISSN 2464-7217. DOI: 10.36682/a\_2022\_2\_5. pp. 14

1. Голова Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.

2. Член галузевої конкурсної комісії Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт у галузі «Управління спортивно-оздоровчою діяльністю», Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова.

3. Голова журі I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Туризм», Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.

5. Керівництво студентом, який зайняв призове місце у II етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт: 2019 р. Леснікова Ю., диплом I ступеню з напрямку «Туризм» (м. Харків, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця). pp. 15

						Член журі II-III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково дослідницьких робіт учнів – членів Національного центру «Мала академія наук України». п.п. 19 Громадське об'єднання «Об'єднання маркетологів України», голова Полтавської філії. п.п. 20 Досвід практичної роботи 15 років за спеціальністю Маркетинг (директор з персоналу)
--	--	--	--	--	--	---

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

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначеному стандартом вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	☒	ООК-9 Управління маркетинговими проектами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-8 Цифрові технології маркетингу	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття, лабораторні роботи); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними	аналітичні звіти, реферати (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань, лабораторних робіт; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних

			технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	завдань); диф. залік.
		ООК-1 Методологія маркетингових досліджень	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); - практичний метод (практичні заняття); - наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); - робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анутовання, рецензування, складання реферату); - відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	диференційований залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анутовання); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	захист звіту практики; диф. залік
		ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анутовання); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. програмного забезпечення.	☒	ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анутовання); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анутовання); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	захист звіту практики; диф. залік
		ООК-10 Маркетинг територій	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою	диф. залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист

	(конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
ООК-9 Управління маркетинговими проєктами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
ООК-7 Маркетинг взаємодії і партнерських відносин	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
ООК-3 Стратегічний маркетинг	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань); іспит.

		ООК-2 Бізнес-комунікації (англійською мовою)	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	диференційований залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
<i>ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</i>	☒	ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий	захист звіту практики; диф. залік
		ООК-9 Управління маркетинговими проектами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-5 Маркетинговий менеджмент	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на

			відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-4 Креативні технології реклами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань, тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
<i>ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</i>	☒	ООК-3 Стратегічний маркетинг	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань); іспит.
		ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	захист звіту практики; диф. залік
		ООК-5 Маркетинговий менеджмент	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття);	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі

			<p>наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій);</p> <p>робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);</p> <p>відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).</p>	<p>виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни);</p> <p>виконання та захист практичних завдань; тести;</p> <p>виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).</p>
<p><i>ПРН 11. Використовувати методи маркетингового аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>ООК-3 Стратегічний маркетинг</p>	<p>словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо);</p> <p>практичний метод (практичні заняття);</p> <p>наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій);</p> <p>робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);</p> <p>відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);</p> <p>дослідницько-пошуковий.</p>	<p>аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання);</p> <p>презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни);</p> <p>виконання та захист практичних завдань; тести;</p> <p>виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань);</p> <p>іспит.</p>
		<p>ООК-5 Маркетинговий менеджмент</p>	<p>словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо);</p> <p>практичний метод (практичні заняття);</p> <p>наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій);</p> <p>робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);</p> <p>відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).</p>	<p>іспит;</p> <p>аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання);</p> <p>презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни);</p> <p>виконання та захист практичних завдань; тести;</p> <p>виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).</p>
		<p>ООК-9 Управління маркетинговими проєктами</p>	<p>словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо);</p> <p>практичний метод (практичні заняття);</p> <p>наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій);</p> <p>робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);</p> <p>відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами</p>	<p>іспит;</p> <p>аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання);</p> <p>презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни);</p> <p>виконання та захист практичних завдань; тести;</p> <p>виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).</p>



			навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	
		ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	захист звіту практики; диф. залік
ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів	☒	ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	захист звіту практики; диф. залік
		ООК-9 Управління маркетинговими проєктами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-8 Цифрові технології маркетингу	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття, лабораторні роботи); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування,	аналітичні звіти, реферати (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань, лабораторних робіт; тести; виконання завдань на

			складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб- орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань); диф. залік.
		ООК-6 Маркетинг інновацій	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально- методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб- орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-5 Маркетинговий менеджмент	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально- методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб- орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
<i>ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</i>	☒	ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько- пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько- пошуковий.	захист звіту практики; диф. залік
		ООК-5 Маркетинговий менеджмент	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія,	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання);

	співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
ООК-4 Креативні технології реклами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань, тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
ООК-3 Стратегічний маркетинг	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань); іспит.
ООК-1 Методологія маркетингових досліджень	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); - практичний метод (практичні заняття); - наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); - робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); - відеометод у сполученні з	диференційований залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів

			новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	(ділові ігри, тренінги).
		ООК-6 Маркетинг інновацій	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу	☒	ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	захист звіту практики; диф. залік
		ООК-7 Маркетинг взаємодії і партнерських відносин	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-5 Маркетинговий менеджмент	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи

			ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-4 Креативні технології реклами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань, тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
		ООК-2 Бізнес-комунікації (англійською мовою)	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий	диференційований залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань)
ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.	☒	ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	захист звіту практики; диф. залік

ООК-10 Маркетинг територій	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	диф. залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
ООК-9 Управління маркетинговими проектами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
ООК-8 Цифрові технології маркетингу	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття, лабораторні роботи); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	аналітичні звіти, реферати (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань, лабораторних робіт; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань); диф. залік.
ООК-6 Маркетинг інновацій	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій);	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою

			робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-4 Креативні технології реклами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.	☒	ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	захист звіту практики; диф. залік
		ООК-9 Управління маркетинговими проєктами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-2 Бізнес-комунікації	словесний метод (лекція, зокрема, на основі	диференційований залік; аналітичні звіти, реферати,

		(англійською мовою)	проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
<p><i>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</i></p>	☒	ООК-2 Бізнес-комунікації (англійською мовою)	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	диференційований залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
		ООК-3 Стратегічний маркетинг	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань); іспит.
		ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною	захист звіту практики; диф. залік



			літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	
		ООК-10 Маркетинг територій	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	диф. залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
		ООК-9 Управління маркетинговими проєктами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-7 Маркетинг взаємодії і партнерських відносин	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його	<input checked="" type="checkbox"/>	ООК-9 Управління маркетинговими проєктами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та

<p>результати і обґрунтувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p>		<p>(практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).</p>	<p>досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).</p>
	<p>ООК-8 Цифрові технології маркетингу</p>	<p>словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття, лабораторні роботи); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.</p>	<p>аналітичні звіти, реферати (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань, лабораторних робіт; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань); диф. залік.</p>
	<p>ООК-5 Маркетинговий менеджмент</p>	<p>словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).</p>	<p>іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).</p>
	<p>ООК-3 Стратегічний маркетинг</p>	<p>словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними</p>	<p>аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних</p>

			технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	завдань); іспит.
		ООК-1 Методологія маркетингових досліджень	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); - практичний метод (практичні заняття); - наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); - робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); - відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	диференційований залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	захист звіту практики; диф. залік
		ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи
<i>ПРН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</i>	☒	ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	Публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий	Захист звіту практики; диф. залік
		ООК-10 Маркетинг територій	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою	диф. залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист

	(конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
ООК-6 Маркетинг інновацій	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
ООК-4 Креативні технології реклами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
ООК-1 Методологія маркетингових досліджень	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); - практичний метод (практичні заняття); - наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); - робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); - відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	диференційований залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).

		ООК-5 Маркетинговий менеджмент	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	☒	ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	Публічний захист кваліфікаційної роботи
		ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий	Захист звіту практики; диф. залік
		ООК-8 Цифрові технології маркетингу	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття, лабораторні роботи); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	аналітичні звіти, реферати (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань, лабораторних робіт; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань); диф. залік.
		ООК-6 Маркетинг інновацій	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування,	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести;

			складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
		ООК-3 Стратегічний маркетинг	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань); іспит.
		ООК-1 Методологія маркетингових досліджень	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); - практичний метод (практичні заняття); - наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); - робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); - відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	диференційований залік; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги).
ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	☒	ООК-11 Переддипломна практика	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	захист звіту практики; диф. залік
		ООК-5 Маркетинговий менеджмент	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів

		новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо).	(ділові ігри, тренінги).
	ООК-4 Креативні технології реклами	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	іспит; аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань, лабораторних робіт; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань).
	ООК-3 Стратегічний маркетинг	словесний метод (лекція, зокрема, на основі проблемного викладу), дискусія, співбесіда тощо); практичний метод (практичні заняття); наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); дослідницько-пошуковий.	аналітичні звіти, реферати, есе (питання, відведені на самостійне опрацювання); презентації результатів виконаних завдань та досліджень (у тому числі виступи на науково-практичних заходах за тематикою дисципліни); виконання та захист практичних завдань; тести; виконання завдань на прикладі реальних об'єктів (ділові ігри, тренінги, вирішення ситуаційних завдань); іспит.
	ООК-12 Кваліфікаційна робота	словесний метод (бесіди, дискусії); наочний метод (ілюстрації); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); самостійна робота; дослідницько-пошуковий.	публічний захист кваліфікаційної роботи