

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Хмельницький національний університет
Освітня програма	36982 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

Використані скорочення:

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

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	138
Повна назва ЗВО	Хмельницький національний університет
Ідентифікаційний код ЗВО	02071234
ПІБ керівника ЗВО	Скиба Микола Єгорович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	http://www.khnu.km.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/138>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	36982
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Тип освітньої програми	Освітньо-наукова
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Факультет економіки і управління, кафедра маркетингу і торговельного підприємництва
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Кафедра практичної психології та педагогіки; кафедра філософії і політології; кафедра менеджменту, адміністрування та готельно-ресторанної справи; кафедра іноземних мов; кафедра автоматизованих систем і моделювання в економіці
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	132021
ПІБ гаранта ОП	Ковальчук Світлана Володимирівна
Посада гаранта ОП	Зав.кафедрою
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	kovalchuksvitlana@khnu.km.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(067)-966-86-60
Додатковий телефон гаранта ОП	<i>відсутній</i>

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
заочна	4 р. 0 міс.
очна денна	4 р. 0 міс.

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

Турбулентність економічних та соціальних процесів як в країні в цілому, так і в регіоні, приводить до зміни парадигми бізнесу на користь структури та підрозділів, спроможних швидко адаптуватися у мінливих ринкових умовах, задовольняючи зростаючі потреби споживачів, що неможливо без фахівців у сфері маркетингу. Підготовка здобувачів за спеціальністю Маркетинг у ХНУ розпочалася у 1998 р.. У 2003 р. створено випускову кафедру, яка стала базовою для підготовки фахівців за трьома рівнями вищої освіти. Гарант ОП – Ковальчук С.В., завідувачка кафедри, є членом спеціалізованих вчених рад із захисту докторських дисертацій, брала участь у роботі разових спеціалізованих рад у якості опонента та голови. Під її керівництвом захищено 16 кандидатських (з них, Семенов К.Л. – за ОП 075 Маркетинг) та докторська дисертація, з 2006 р. проводиться щорічна МНПК «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», засновано наукову школу «Маркетингологічні технології в умовах трансформаційних змін» (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&t=2&p=3>). ОП Маркетинг розроблено у 2016 р. з урахуванням потреб ринку праці у висококваліфікованих наукових фахівцях нової формації. Інтегральна компетенція цих фахівців полягає у здатності розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. ОП затверджено Вченою радою ХНУ 28.04.2016 р., протокол №10, і введено в дію наказом ректора з 01.09.2016 р., згідно Наказу МОН України № 707 від 23.06.2016 р. отримано ліцензію на провадження освітньої діяльності. При формуванні ОП її розробниками враховувався досвід провідних вітчизняних ЗВО, а саме: НУ «Львівська політехніка», КНЕУ, ХНЕУ імені Семена Кузнеця. В ОП зафіксовано програмні компетентності, які корелюються з описом кваліфікаційного рівня «доктор філософії» НРК та рекомендовані Проектом Європейської Комісії «Гармонізація освітніх структур в Європі» (Tuning Educational Structures in Europe, TUNING), визначені постановою КМУ №519 від 25.06.2020 р., згідно якої третій рівень вищої освіти відповідає восьмому рівню НРК. Сформульовані в ОП фахові компетентності дають можливість вчасно і адекватно реагувати на зміни у мінливому середовищі та вирішувати комплексні проблеми з маркетингу щодо здійснення інноваційної, креативної, дослідницької, а також оволодіння методологією педагогічної та наукової діяльності за фахом. ОП Маркетинг впродовж 2016-2020 рр. удосконалювалась двічі: у 2017 р. через необхідність приведення освітньої програми у відповідність до вимог нормативної бази щодо структури ОП та забезпечення формування індивідуальної траєкторії навчання здобувачів вищої освіти; у 2020 р. враховано вимоги проекту стандарту вищої освіти щодо підготовки докторів філософії за спеціальністю 075 Маркетинг, а також оновлено вибірково складову ОП. ОП акредитується вперше.

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	2020 - 2021	1	1	0	0	0
2 курс	2019 - 2020	1	1	0	0	0
3 курс	2018 - 2019	2	1	1	0	0
4 курс	2017 - 2018	5	4	1	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	5878 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	5931 Маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	36982 Маркетинг

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	80337	26102
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	77304	23932
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	3033	2170
Приміщення, здані в оренду	592	0

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

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

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>ОНП_Маркетинг_PhD_2020.pdf</i>	jjYI7zjsz9nylW8YAH4j/cFGSFDaqh697opGyNC/N2Js=
Навчальний план за ОП	<i>НП_Маркетинг_PhD_2020_денна.pdf</i>	F+z9m+rxayHAZoh1b6o8jerWCPTFJbbiFcmPURWN2Ns=
Навчальний план за ОП	<i>НП_Маркетинг_PhD_2020_заочна.pdf</i>	9puSFZqoxVV6UF9oGSw4WozkTmfkiUo/7ILMRZyjs4=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія_ОНП_Маркетинг_PhD_Белякова.pdf</i>	sG9iZPVjbYJKiLBD9KAeaiDuFNcz1hWQMLQXgj6I84=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія_ОНП_Маркетинг_PhD_Лулик.pdf</i>	A0tkW7En3IjYkqhG5EJlehn/rzPjqF4uZHbvtXoTC8=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія_PhD_Маркетинг_Крикавський.pdf</i>	EGSOe5msCxEaaWYFgzjFnjUHPv2ioB/Wb9yBMqjebPE=

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Метою освітньо-наукової програми (ОНП) є формування на основі інтеграції виробництва, освіти і науки ефективної системи підготовки наукових кадрів, здатних продукувати новітні ідеї, розв'язувати комплексні проблеми маркетингу через здійснення дослідницької інноваційної діяльності, результати якої мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення. ОНП спрямована на досягнення вказаної мети за широкою поглибленою базовою підготовкою та здатністю швидкого самостійного освоєння нових знань, технологій і систем у маркетингової діяльності. Особливістю ОНП є її спрямованість на підготовку наукових кадрів у сфері маркетингу суб'єктів підприємництва на основі залучення до освітнього процесу провідних науковців, спеціалістів-практиків та інших стейкхолдерів, а також інтеграції навчального та виробничого процесів. Унікальність ОНП обумовлена поєднанням двох наукових шкіл: «Маркетинг-логістичні технології в умовах трансформаційних змін» та «Інновації у плануванні підприємницької діяльності на основі концепції маржинального доходу», що забезпечується викладанням ОК та напрямами наукових досліджень здобувачів. Складові ОНП рівною мірою забезпечують як підготовку висококваліфікованого фахівця-науковця, спроможного самостійно і оригінально розв'язувати наукові завдання у сфері маркетингу, так і спрямовані на формування вмінь та навичок, які нададуть майбутньому доктору філософії за спеціальністю 075 Маркетинг можливість здійснювати якісну колаборацію у відкритому бізнес-просторі.

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

Згідно зі Статутом, Стратегією розвитку ХНУ на 2021-2025 роки (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/01/020.pdf>), місія ХНУ полягає у розвитку інтелектуального потенціалу здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників і співробітників Університету у процесі їх спільної інноваційної освітньої, наукової та підприємницької діяльності, здатних до успішної професійної самореалізації, трансферу технологій та знань, адаптованих до потреб сучасного світу та викликів життя. Стратегічні цілі ХНУ полягають у 1) розвитку системи безперервної освіти та освіти впродовж життя; 2) забезпеченні якості вищої освіти; 3) взаємодія з ринком праці і місцевими органами

самоврядування; 4) створенні сприятливого освітнього середовища; 5) інтегруванні освіти і науки; 6) розвитку ресурсного потенціалу; 7) інтегруванні у Європейській і світовий освітній простір. Згідно чого визначено мету ОНП («Формування на основі інтеграції виробництва, освіти і науки ефективної системи підготовки наукових кадрів...»), її зорієнтованість («...здатність продукувати новітні ідеї, розв'язувати комплексні проблеми маркетингу через здійснення дослідницької інноваційної діяльності, результати якої мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення») та особливості («підготовка наукових кадрів у галузі маркетингу суб'єктів підприємництва на основі залучення до освітнього процесу провідних науковців, спеціалістів-практиків та інших стейкхолдерів, а також інтеграції навчального та виробничого процесів»).

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

Впродовж 2016-2021 рр. року здобувачі за ОНП Маркетинг постійно брали участь в обговореннях щодо удосконалення освітньої програми, що відбувалося в процесі: 1) спілкування здобувачів з науковими керівниками; 2) опитувань в університеті та на кафедрі (https://msn.khnu.km.ua/pluginfile.php/530071/mod_resource/content/1/Do%97Do%B2%D1%96%D1%82_%Do%BE%Do%BF%Do%B8%D1%82%D1%83%Do%B2%Do%Bo%Do%BD%Do%BD%D1%8F_PhD_%Do%BC%Do%Bo%D1%80%Do%BA%Do%B5%D1%82%Do%B8%Do%BD%Do%B3.pdf), репрезентативне опитування, анкетування із забезпеченням публічності та прозорості; 3) проведення круглих столів, відкритих форумів з адміністрацією університету, факультету та/або за участі роботодавців тощо. За підсумками обговорень зміст ОНП та її окремих освітніх компонент корегувався у 2017 та 2020 рр.. Здобувачі вищої освіти також можуть впливати на зміст освітньої програми через: 1) участь у роботі вченої ради університету (<http://khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=60>), факультету; 2) здійснення моніторингу якості нормативних документів (освітніх програм, робочих програм навчальних дисциплін, методичного забезпечення процесу тощо); 3) участь у роботі студентської організації самоврядування університету (<http://sr.khnu.km.ua/>) і факультету; 4) участь у роботі фокус-груп (<http://mr.khnu.km.ua/zborny-uchasnykiv-fokus-grup/>), ініціативних груп або індивідуально. Здобувач 2-го року навчання Субачев М.В. є учасником фокус-групи здобувачів третього (доктор філософії) рівня вищої освіти.

- роботодавці

ОНП сформована таким чином, щоб максимально забезпечити випускника компетентностями, необхідними для сучасного науковця, дослідника, практика. Основними замовниками для випускників ОНП за спеціальністю 075 Маркетинг є ЗВО, а саме: Хмельницький національний університет (внутрішній стейкхолдер), інтереси якого враховуються через участь академічної спільноти у обговоренні освітньо-наукової програми; Університет економіки і підприємництва (м. Хмельницький) та Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, з якими колаборація здійснюється на підставі укладених договорів про творчу співпрацю. До зовнішніх стейкхолдерів окрім представників ЗВО увійшли представники бізнес-середовища, громадських та фахових організацій: ці групи зацікавлених сторін брали участь в обговоренні та рецензуванні ОНП, частина з них (директор ТОВ «Світ-Маркет» Ю.В.Кравчук, директор ТОВ «Гама-Техніка» І.В.Стельмах, директор ТОВ «ІКЛІВ» К.Е.Карвовський, Президент Хмельницької торгово-промислової палати Н.М.Белякова та Президент ГО Українська асоціація маркетинг І.В.Лилик) регулярно бере участь в круглих столах, науково-практичних конференціях, наукових семінарах та засіданнях кафедри, на яких відбувається обговорення обов'язкових і вибіркового освітніх компетенцій та наукової тематики дисертаційних робіт здобувачів.

- академічна спільнота

У процесі формування та запровадження ОНП Маркетинг третього (доктор філософії) рівня вищої освіти, цілі та програмні результати навчання обговорювалися та узгоджувалися з представниками кафедр маркетингового спрямування: Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, НУ «Львівська політехніка» та інших провідних ЗВО України. Обговорення відбувалися на щорічній МНПК «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України» в форматі круглого столу (2016-2020 рр.). За результатами обговорення внесені зміни до вибіркового дисциплін ОНП (до переліку вибіркового дисциплін введено: «HR-маркетинг»; «Digital-комунікації в маркетингу»; «Трейд-маркетинг»; «CRM-системи у забезпеченні маркетингової діяльності»), а також переглянуто змістове наповнення низки дисциплін поглибленої професійної підготовки, зокрема: «Стратегічний маркетинг-менеджмент», «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень».

- інші стейкхолдери

Участь інших стейкхолдерів в обговоренні ОНП Маркетинг може здійснюватися згідно Положення про участь стейкхолдерів у процедурах забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/172.pdf>)

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

Безупинний розвиток маркетингової сфери та тотальна цифровізація економіки вимагають від ЗВО створення гнучкої системи реагування на запити ринку, задля чого періодично переглядаються навчальні плани та робочі

програми (останній перегляд 2020 р), розширюється список вибіркових дисциплін, оновлюється методичне забезпечення, вносяться корективи наповнення ОНП за результатами обговорення зі здобувачами та роботодавцями (протокол засідання кафедри №9 від 21.04.2020 р.). При розробці ОНП враховано проєкт стандарту вищої освіти для 3 рівня за спеціальністю «Маркетинг».

В процесі формування ОНП та її подальшого перегляду беруть участь визнані у маркетинговому науковому середовищі, бізнесі, громадських організаціях фахівці, представники яких включені у робочу групу із забезпечення якості програми. Представники академічного середовища ХНУ, як ініціаторами та співавторами ОНП також є авторитетними у галузі маркетингу науковцями (гарант програми є віце-президентом ГО Українська асоціація маркетингу). В ОНП сформовано обов'язкову компоненту та забезпечено індивідуальну траєкторію програми, які включають як набуття фахових компетентностей, так і м'яких навичок (soft skills) майбутнього науковця-маркетолога.

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

При розробці наповнення ОНП враховувались тенденції стійкого дефіциту кваліфікованих кадрів за компетентностями ОНП. Це актуально для м. Хмельницького у якому, в продовж останніх років, спостерігається дефіцит фахівців маркетингового спрямування. Складність завдань, які постають перед бізнесом у сфері маркетингу, визначає потребу у фахівцях, компетенції яких відповідають саме третьому (освітньо-науковому) рівню підготовки – докторів філософії за спеціальністю «Маркетинг» для заповнення вакансій у дослідницьких групах та відділах, менеджерів проєктів, керівників та менеджерів рекламних агенцій тощо. Крім цього, також існує потреба у підготовці висококваліфікованого викладацького складу ХНУ, інших ЗВО та ЗФПО, який би відповідав як ліцензійним, так і акредитаційним вимогам. Поряд із цим, зважаючи на універсальний характер маркетингу, а також наявність сучасних цифрових технологій, які дозволяють маркетологам працювати на засадах фрілансу, галузевий та регіональний контекст не є визначальним для цієї ОНП. Здобувачі за ОНП Маркетинг мають володіти глибокими і системними знаннями в галузі маркетингу, бути здатними ефективно досліджувати діяльність економічних суб'єктів в різних сферах господарювання. Маркетинг як наука не має галузевого аспекту, а характеризується специфікою управління та технологій на різних галузевих ринках.

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

При формуванні ОНП за спеціальністю 075 Маркетинг було проаналізовано подібні програми вітчизняних ЗВО, зокрема: НУ «Львівська політехніка» (<https://lpnu.ua/sites/default/files/2021/program/12412/phd075-20201.pdf>), КНТЕУ (<https://knute.edu.ua/file/MjI2OTQ=/2cd18174b329f7644416dc21bf4bb1c1.pdf>), ХНЕУ імені Семена Кузнеця (https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/03/ONP_075.pdf), КНУ імені Тараса Шевченка (http://econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2020/06/ОНП_PhD_075_2019.pdf). Аналіз засвідчив, що для більшості освітніх програм є спільними такі обов'язкові блоки: мовна підготовка, філософія науки, сучасні інструменти маркетингових досліджень та управління проєктами. В подальшому здобувач має можливість вільно обрати додаткові предмети. Щодо врахування досвіду іноземних ЗВО, то при побудові ОНП Маркетинг враховувалися напрацювання не лише за аналогічними програмами підготовки докторів філософії, але і за суміжними та міждисциплінарними програмами, а саме: Університету ім. Еразма Роттердамського; Університету Макгілла (<https://www.mcgill.ca/desautels/programs/phd/academics/programstructure/specializations/marketing>), (<https://www8.gsb.columbia.edu/facultyresearch/divisions/marketing/curriculum/phd>); Економічного університету в Кракові (<http://archiwumuek.uek.krakow.pl/pl/uczelnia/wydzialy/wydzial-ekonomii-i-stosunkowmiedzynarodowych/kandydaci/studia-doktoranckie.html>). Більшість іноземних ЗВО розглядають Маркетинг як ОК Менеджменту.

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

Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для третього рівня (доктор філософії) – відсутній. При розробці ОНП враховано проєкт стандарту, а також компетентності, передбачені п. 27 «Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)» (Постанова КМУ № 261 від 23.03.2016 р. зі змінами, регламентованими Постановою КМУ № 283 від 03.04.2019 р.). ОНП, яка акредитується, містить чотири складові, що передбачають набуття здобувачем таких компетентностей відповідно до НРК: 1) здобуття глибоких знань із спеціальності, за якою аспірант здійснює дослідження, зокрема: «Стратегічний маркетинг-менеджмент»; «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень» (в обсязі 22 кредити ЄКТС); 2) оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду – «Філософія науки» (4 кредити ЄКТС); 3) набуття універсальних навичок дослідника, зокрема: «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі», «Управління науковими проєктами», (10 кредитів ЄКТС); 4) здобуття мовних компетентностей, достатніх для представлення та обговорення результатів своєї наукової роботи іноземною мовою (8 кредитів ЄКТС). Підготовка до здійснення викладацької діяльності забезпечується «Асистентською педагогічною практикою». Вибіркові компоненти ОНП, які формуються кафедрою маркетингу і торговельного підприємництва, складаються з дисциплін у яких наведені розв'язані викладачами науково-практичні проблеми у галузі маркетингу.

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?

Програмні результати навчання (ПРН) ОНП Маркетинг в редакції 2016 р. відповідали вимогам 9 рівня НРК України для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (Постанова КМУ № 1341 від 23.11.2011 р.). ПРН ОНП в редакції 2020 р. відповідають вимогам 8 рівня НРК (рішення КМУ від 25.06.2020 р. № 519) та досягаються завдяки обов'язковим освітнім компонентам, а саме: 1) мати «передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички» формуються за рахунок вивчення дисциплін – «Управління витратами, прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу»; «Стратегічний маркетинг-менеджмент», «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень»; 2) вміння «вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми сучасного маркетингу державною та іноземною мовами, кваліфіковано відображати результати досліджень у наукових публікаціях» формуються дисциплінами – «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі», «Іноземна мова за академічним спрямуванням», «Іноземна мова: іншомовна комунікація»; 3) вміння «розробляти та досліджувати економіко-математичні і комп'ютерні моделі процесів і систем із використанням сучасного програмного забезпечення, ефективно використовувати їх для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у маркетингу та у дотичних міждисциплінарних напрямках» формуються вивченням дисциплін: «Управління науковими проектами» та «Інформаційні технології в наукових дослідженнях»; 4) «розуміння загальних принципів та методів маркетингової науки, а також методології наукових досліджень» формується вивченням дисциплін «Філософія науки», «Стратегічний маркетинг-менеджмент», «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень»; 5) здатність «представляти результати самостійних оригінальних наукових досліджень, результати яких мають наукову новизну» досягається вивченням дисциплін: «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі», «Управління науковими проектами», «Асистентська педагогічна практика»; 6) уміння «демонструвати системність наукового світогляду і здатність інтерпретувати сучасні теорії та концепції маркетингу, в тому числі на межі предметних галузей, з метою отримання нових теоретичних і прикладних результатів» забезпечується дисциплінами: «Філософія науки», «Управління науковими проектами», «Управління витратами, прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу»; 7) здатність «здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей» досягається вивченням дисциплін: «Управління науковими проектами», «Управління витратами, прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу», «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень». Досягненню визначених ОНП програмних результатів навчання також сприяють освітні компоненти, що формують варіативну частину ОНП.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

60

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)?

60

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

16

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

ОНП Маркетинг орієнтована на формування у здобувачів вищої освіти здатностей розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. Для досягнення інтегральної компетенції добиралися освітні компоненти, спрямовані на формування та розвиток професійних компетентностей маркетолога-науковця. Зміст ОНП охоплює чотири складових, що передбачають набуття аспірантом компетентностей відповідно до НРК та Постанови КМУ № 261 від 23.03.2016 р.: 1) здобуття глибоких знань із спеціальності, за якою аспірант здійснює дослідження – «Стратегічний маркетинг-менеджмент», «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень», «Інформаційні технології в наукових дослідженнях», «Управління витратами, прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу»; 2) оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду – «Філософія науки»; 3) набуття універсальних навичок дослідника, зокрема: «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі», «Управління науковими проектами»; 4) здобуття мовних компетентностей, достатніх для представлення та обговорення результатів своєї наукової роботи іноземною мовою «Іноземна мова за академічним спрямуванням», «Іноземна мова: іншомовна комунікація». Підготовка до здійснення викладацької діяльності забезпечується «Асистентською педагогічною практикою». Освітня складова доповнюється дисциплінами вільного вибору, які, за вибором здобувача можуть задовольнити його інтереси у контексті обраної предметної області досліджень. Остаточна інтегральна компетенція досягається виконуваною аспірантом, під керівництвом наукового керівника, науковою роботою. Робочі програми освітніх компонентів ОП розроблено з урахуванням того, що здобувачі вищої освіти мають оволодіти загальнонауковими методами пізнання

та дослідницької діяльності, для цього використовуються проблемні, інтерактивні методи навчання, метод проєктів, метод case-study в поєднанні з використанням інформаційно-комп'ютерних технологій, зокрема, хмарних сервісів. Відтак, зміст ОНП відповідає предметній області заявленої для неї спеціальності.

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

Основою для формування здобувачем індивідуальної освітньої траєкторії є ОНП та навчальний план підготовки доктора філософії, на підставі яких формуються індивідуальні навчальний план та план наукової роботи здобувача, які погоджуються з науковим керівником та затверджуються у порядку, встановленому у Положеннях про індивідуальний навчальний план (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/06/03/101.pdf>) та про організацію освітнього процесу (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/06/03/0001.pdf>). Документом, що визначає організацію освітнього процесу, є навчальний план (НП). У структурі НП передбачено обов'язкову і вибіркову складові. Обов'язкова складова НП не перевищує 75% обсягу (у кредитах ЄКТС) НП і включає ОК та практику. Вибіркова складова НП, призначена для забезпечення можливості здобувачу поглибити знання в межах обраної ОНП та здобути додаткові спеціальні компетентності і складає 26,6% навчального навантаження. Індивідуалізація освітнього процесу є визначальним напрямом підготовки здобувачів за ОНП і реалізується шляхом вибору здобувачами навчальних дисциплін з наступним внесенням їх до індивідуального навчального плану здобувача, що формує індивідуальну траєкторію навчання з урахуванням власного вибору для поглиблення професійних знань, здобуття додаткових компетентностей. Порядок вибору дисциплін наведено у Положенні про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін у ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/162.pdf>)

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

Порядок вибору навчальних дисциплін здобувачами відбувається відповідно до розділу 3. Положення «Про порядок підготовки здобувачів вищої освіти наукових ступенів доктора філософії і доктора наук у ХНУ» (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/032.pdf>).

Формування індивідуального навчального плану здобувача передбачає можливість індивідуального вибору ним навчальних дисциплін. Максимальний обсяг дисциплін за вибором аспіранта складає не менше ніж 25 % від її загального обсягу, визначеного для цього освітнього рівня, а зміст її навчальних дисциплін має забезпечити формування компетентностей і виконання нормативного змісту підготовки аспіранта відповідно до ОНП. Структура та зміст розділів навчального плану підготовки доктора філософії є у додатку В «Методичних рекомендацій зі складання навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ» (<https://msn.khnu.km.ua>. Модульне середовище для навчання) та на сторінці навчально-методичного відділу (<http://nmv.khnu.km.ua/>). При цьому здобувач має право вибирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти і пов'язані з тематикою дисертаційної роботи, за погодженням з Гарантом освітньої програми, науковим керівником та деканом відповідного факультету у порядку, визначеному положеннями «Про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін ХНУ» та «Про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти ХНУ» (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/154.pdf>)

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

Згідно Положенню про організацію освітнього процесу в ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00001.pdf>), у робочих програмах дисциплін, що забезпечують освітні компоненти за ОНП Маркетинг присутні види занять, спрямовані на практичну підготовку здобувачів вищої освіти, яка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності: лабораторні та практичні заняття. Передбачена практична підготовка у формі Асистентської педагогічної практики (4 кредити/120 год.), що проводиться згідно Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти Хмельницького національного університету (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/158.pdf>) та Положення про педагогічну практику аспірантів (<http://www.khnu.km.ua/root/res/2-2-201.pdf>). Значимою компонентою практичної підготовки аспірантів є наукова складова ОНП Маркетинг, під час якої вони під керівництвом наукових керівників та в складі творчих наукових колективів проводять наукові дослідження, аналізують отримані результати і автономно працюють над розв'язанням наукових завдань. Важливим в контексті практичної підготовки аспірантів є проведення зустрічей з представниками бізнесу, що сприяє налагодженню ділових контактів та реалізації дослідницьких цілей здобувачів.

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

ОНП Маркетинг забезпечує набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills). Цьому сприяють такі освітні компоненти, як: «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі», «Асистентська педагогічна практика», «Іноземна мова за академічним спрямуванням», «Іноземна мова: іншомовна комунікація», «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень», що спрямовані на формування таких важливих для науковця у сфері маркетингу соціальних навичок, як навички міжособистісної взаємодії і комунікації, лідерство, креативність, здатність вчитися і набувати нові знання, здатність працювати в команді, критично мислити та приймати оптимальні рішення, діяти соціально та відповідально. Визначальними для успішної роботи фахівців сфери маркетингу є такі соціальні навички як: здатність спілкування та переконання опонентів, проведення переговорів і бесід, інтерв'ю, здатність креативно мислити та здатність до дослідницької, творчої, інноваційно-

пошукової діяльності, – їх набуттю сприяє участь здобувачів у наукових дебатах під час проведення наукових конференцій та семінарів, апробація результатів власних наукових досліджень на виробництві та в межах ЗВО, участь у проведенні конкурсів та майстер-класів, професійна діяльність у рамках функціонування ГО «Українська асоціація маркетингу» (<http://uam.in.ua/>) та центру маркетингових ініціатив ХНУ (<http://mr.khnu.km.ua/z/tsmi/>), виступи с презентаціями на практичних заняттях.

Яким чином зміст ОП урахує вимоги відповідного професійного стандарту?

Професійний стандарт зі спеціальності відсутній

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

Обсяг освітньої складової ОНП Маркетинг розрахований на 2 роки, з освітньою складовою у 60 кредитів ЄКТС. Кількість аудиторних годин на один кредит становить 12,3. Аудиторне навантаження становить орієнтовно до 40% обсягу кредиту ЄКТС та самостійна робота до 60%. Загальний обсяг навантаження складає 60 кредитів (1800 годин) з них аудиторне навантаження 736 години (40,1%) та самостійна робота 1064 години (59,9%). Навантаження для дисципліни загальнонаукової підготовки складає 4 кредити (120 годин) з них аудиторних - 51 година (43%), самостійна робота – 69 годин (57%), для дисциплін універсальної підготовки дослідника, відповідно, – 10 кредитів (300 годин), 70 годин (23%), 230 годин (77%), для дисциплін іншомовної підготовки - 8 кредитів (240 годин), 140 годин (58%), 100 годин (42%), для дисципліни поглибленої професійної підготовки - 22 кредити (660 годин), 259 годин (39%), 401 година (61%). Загалом обов'язкова частина складає - 44 кредитів (1320 годин) або 73% від загального обсягу, з них аудиторних 520 годин (39%), самостійна робота – 800 годин (61%). Вибіркова частина складає - 16 кредитів (480 годин), або 27% від загального обсягу, з них аудиторних 216 годин (45%), самостійна робота – 264 години (55%). Семестрове навантаження становить: 1-й семестр – 23 кредити (16 годин щотижня), 2-й – 29 (22), 4-й – 8 (4).

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

На ОНП Маркетинг підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою 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://prk.khnu.km.ua/wp-content/uploads/sites/17/2021/04/PVP2021_dodatok_8.pdf

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

Прийом на навчання за ОНП здійснюється згідно Правил прийому до аспірантури ХНУ (http://prk.khnu.km.ua/wp-content/uploads/sites/17/2021/04/PVP2021_dodatok_8.pdf). Умови вступу для здобувачів, перелік документів, необхідних вступнику та програми вступних іспитів зі спеціальності і іноземної мови розміщений на офіційному сайті Університету на сторінці Наука у розділі «Аспірантура, докторантура» за посиланням: <https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&t=2&r=2>. До аспірантури приймаються особи, які здобули ступінь магістра (ОКР «спеціаліст»). Правила прийому на навчання та вимоги до вступників ураховують особливості ОНП 075 «Маркетинг». Змістова складова навчання розкриває специфіку спеціальності 075 «Маркетинг» та сформована на базі освітньої програми підготовки фахівця-маркетолога II освітньо-професійного рівня вищої освіти. Для вступу на ОНП необхідно успішно скласти: фахове вступне випробування (<http://khnu.km.ua/root/res/2-2-109.pdf>); фахове вступне випробування з іноземної мови (<http://www.khnu.km.ua/root/res/2-2-aspeng.pdf>); додаткове фахове вступне випробування (для абітурієнтів з дипломами магістра, отриманого за іншою галуззю знань (<http://khnu.km.ua/root/res/2-2-110.pdf>)). Питання вступного випробування сформовані з дисциплін, набуті компетентності за якими є необхідними для навчання за третім рівнем.

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

Як за ОНП Маркетинг, так і в цілому в ХНУ, питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулюються Положенням про порядок перезарахування результатів навчання та визначення академічної різниці у Хмельницькому національному університеті (<http://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/006.pdf>), Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Хмельницького національного університету (<http://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/156.pdf>). Зазначені документи знаходяться у вільному доступі на сайті університету.

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

На ОП Маркетинг має місце перезарахування результатів навчання (освітніх компонентів) внаслідок поновлення здобувачки другого року заочної форми навчання Цурської Б.Г. (Наказ №4-ас від 27.01.2020 р.). Здобувачка навчалася у Львівському торговельно-економічному університеті за аналогічною ОП, звідки відрахувалася після завершення першого курсу. За заявою здобувачки вищої освіти перезарахування результатів раніше складених нею дисциплін здійснювалося деканом ФЕУ за погодженням із завідувачкою кафедри маркетингу і торговельного підприємництва (гарантом ОП) шляхом порівняння відповідності змісту дисципліни ОП, її обсягу в кредитах ЄКТС, форм підсумкового контролю. У результаті була встановлена академічні різниця. Зарахування дисциплін здійснювалося на підставі академічної довідки. При поновленні Цурської Б.Г. було перезараховано 28 кредити ЄКТС, із таких дисциплін: «Філософія науки», «Іноземна мова: іншомовна комунікація», «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі», «Управління науковими проектами», «Інформаційні технології в наукових дослідженнях», «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень». Решта предметів виведена в якості академічної різниці, яка була ліквідована до початку навчання на ОП. Результати зафіксовано в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти. Така чітка та послідовна процедура гарантує надійність визнання ПРН.

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

У ХНУ питання визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регулюється Положенням про порядок перезарахування результатів навчання та визначення академічної різниці (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/006.pdf>). Університет може ухвалити рішення про визнання і зарахування результатів навчання обсягом до 10% від ОК ОП. Спеціально створена експертна комісія розглядає надані здобувачем документи про неформальну освіту, проводить з ним співбесіду. При прийнятті комісією рішення щодо відповідності отриманих здобувачем знань ПРН за ОП, викладач за означеною дисципліною, ознайомлює здобувача з програмою навчальної дисципліни та переліком контрольних питань, що виносяться на підсумкове оцінювання. Комісія здійснює оцінювання знань за чинним в університеті «Положенням про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ» (<http://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00004.pdf>) та виставляє підсумкову оцінку за інституційною шкалою та шкалою ЄКТС у напрямлення, видане деканатом. Якщо середньозважений бал, який набрав здобувач, вищий за 3,00, то результати неформальної освіти зараховуються і заносяться у його індивідуальний план. У силабусах навчальних дисциплін за ОП передбачена можливість визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті. Здобувачі мають можливість обрати курси за рекомендацією викладача або власним бажанням.

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

За ОП Маркетинг визнаються результати навчання, отримані у неформальній освіті – наприклад, для дисципліни «Стратегічний маркетинг-менеджмент» як результат виконання практичних робіт можуть зараховуватися онлайн-курси «Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності» («Prometheus»), для дисципліни «Інформаційні технології в наукових дослідженнях» як результат виконання лабораторних робіт можуть зараховуватися онлайн-курси «Інтелектуальний аналіз даних: наука про дані та датамайнінг», «BigData». Для дисципліни «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень» може слугувати самостійно проведене маркетингове дослідження за темою дисертаційної роботи.

Наразі здобувачі ОП Маркетинг не скористались такою пропозицією.

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

Організація освітнього процесу у ХНУ регулюється відповідним Положенням (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00001.pdf>). Освітній процес за ОП Маркетинг здійснюється за денною та заочною формами навчання. Серед форм навчання зазначаються такі, як: лекції з використанням інтерактивних технологій, практичні заняття з організуванням дискусій, лабораторні заняття з використанням проблемно-наукових та творчих підходів, виконання завдань під час проходження практики; контрольні заходи; самостійна позааудиторна робота із залученням модульного середовища для навчання Moodle (<https://msn.khnu.km.ua/>). За умов карантину, освітній процес регламентується Порядком організації освітньої діяльності за технологіями дистанційного навчання у ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00008.pdf>). Форми і методи обираються викладачем самостійно, враховуючи особливості освітнього компоненту та очікуваних результатів навчання. Відомості про очікувані результати та методи навчання містять робочі програми дисциплін (компонентів ОП). У Moodle здобувачеві доступна інформація про автора курсу, перелік основної та додаткової літератури, глосарій, питання до семестрового контролю, методичні матеріали до виконання лабораторних та індивідуальних завдань, завдання для самоконтролю та контролю знань. Самостійна робота в межах укладених договорів з науково-дослідними установами і закладами вищої освіти сприяє виконанню експериментальних досліджень, передбачених темою.

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?

Положення Про організацію освітнього процесу (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00001.pdf>) декларує студентоцентризований підхід, що реалізується через реальну вибірковість дисциплін ОНП, участь здобувачів під час атестації у засіданнях кафедри, на засіданнях кафедрального наукового семінару обговорення форм і методів навчання та пропозиції щодо їх вдосконалення. Задля визначення рівня задоволеності методами та технологіями навчання проведено відповідне опитування (<http://mr.khnu.km.ua/opytuvannya/>), яке визначило рівень мотивації здобувачів та дозволило врахувати їх зауваження в удосконаленні ОНП, а саме: збільшення кількості практичних годин, збільшення годин для знайомства з комп'ютерними програмами з аналізу даних і статистики та залучення органів місцевого самоврядування до навчального процесу. Процедура забезпечення якості освітньої діяльності регламентується Положенням (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/024.pdf>) та Положенням про участь стейкхолдерів у процедурах забезпечення якості у ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/172.pdf>). Опитування, що проводились відділом забезпечення якості вищої освіти ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/06/02/018.pdf>) продемонстрували достатньо високий рівень задоволеності здобувачів методами навчання і викладання. Рівень задоволеності здобувачів засвідчується також проведенням індивідуальних співбесід з ними наукових керівників, що відбуваються як впродовж семестру, так і наприкінці навчального року.

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

Методи навчання і викладання у ХНУ відповідають принципам академічної свободи, тобто самостійності і незалежності НПП і здобувачів з урахуванням принципів свободи слова. Професорсько-викладацький склад керується у своїй діяльності Законом України «Про освіту» і Статутом ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/01/001.pdf>). Як приклад, лектор зобов'язаний дотримуватися переліку тем лекційних занять відповідно до робочої програми навчальної дисципліни, але не обмежений в формах і засобах його донесення та питаннях трактування навчального матеріалу. Також, можливе читання окремих лекцій з проблем, які стосуються навчальної дисципліни провідними вченими або спеціалістами галузі для здобувачів в окремо відведений час (наприклад <http://mr.khnu.km.ua/crello-sekretnyj-instrument-marketologa/>). На ОНП застосовується практика «гостьових лекцій» та спільної участі у воркшопах та вебінарах, які проводяться в рамках започаткованого кафедрою проекту «Неформальна освіта маркетологів та підприємців». До участі в цьому проекті у якості спікерів залучаються представники академічної спільноти, бізнесу, дослідницьких маркетингових агенцій, громадських організацій. Заходи щодо проекту регулярно висвітлюються на сайті кафедри та соцмережах (<http://mr.khnu.km.ua/>, <https://www.facebook.com/groups/Marketing.Trade.Logistics>).

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

Інформація щодо змісту, результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання здобувачів міститься у Положенні про організацію освітнього процесу в ХНУ. Після зарахування на навчання на організаційних зборах гарант ОП надає інформацію про особливості ОП, освітніх компонентів, відповідає на запитання здобувачів. Надалі отримати необхідні роз'яснення здобувач може у викладача певної дисципліни, гаранта ОП або завідувача кафедри. Процедури реалізації ОП прописано у відповідних положеннях, які є у відкритому доступі на сайті ХНУ (Положення про організацію освітнього процесу (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/0001.pdf>), Положенням про контроль та оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/0004.pdf>)). Предмет, завдання та очікувані результати навчання, порядок і критерії оцінювання відповідно до окремих освітніх компонентів представлено в силабусах та робочих програмах навчальних дисциплін та доступні здобувачам через модульне середовище для навчання (<https://msn.khnu.km.ua/>), де надано інформацію про автора курсу, основну та додаткову літературу, питання до семестрового контролю, сформовано систему оцінювання, глосарій, лекційні матеріали, методичні рекомендації для виконання практичних та індивідуальних завдань, кейси, тестові завдання для самоконтролю тощо. Оновлення інформації відбувається перед

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

Відповідно до ОНП здобувачі третього рівня ВО поєднують навчання та наукові дослідження. Вони керуються Статутом ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/01/001.pdf>), місією та стратегією розвитку ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/01/004.pdf>), положенням Про наукове товариство студентів та молодих вчених (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/028.pdf>). Органічне поєднання навчання та інтеграції результатів наукових досліджень в освітній процес забезпечує інноваційний розвиток освіти. Таке поєднання досягається завдяки певним чинникам: тематика наукових досліджень здобувачів відповідає науковим напрямам досліджень кафедри та дозволяє здійснювати дослідження в межах кафедральних бюджетних та госпдогвірних НДР (наприклад: «Управління інноваціями у плануванні і маркетингу на засадах маржинального підходу». №ДР: 0117U001169. Керівник: д.е.н., проф. Орлов О.О.; відповідальний виконавець . д.е.н., проф. Ковальчук С.В. <https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=2&p=16>; «Формування механізмів маркетингового управління дистрибутивною політикою підприємства» №ДР 0117U005269. Керівник: д.е.н., проф. Ковальчук С.В.). За цими темами здійснювали дослідження Семенов К.Л. (2016 р.) та Корольков В.О. (2018 р.). Здобувачі Нездоровін О.В. та Франчук О.В. виконують роботу в межах держбюджетної теми «Самоорганізована розподілена система виявлення зловмисного програмного забезпечення в комп'ютерних мережах» (№ ДР 0121U109936). Індивідуальний план

роботи здобувача передбачає чітке планування змісту та графіку досліджень, а також його здійснення і контроль; освітні компоненти ОНП спрямовані на стимулювання проведення здобувачем власних наукових досліджень (наприклад, освітні компоненти «Управління науковими проектами», «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень», «Startup-маркетинг»); апробація результатів досліджень шляхом участі у науково-практичних конференціях як університету (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&g=2&p=8>), так і інших установ, підготовка публікацій у фахових виданнях України та інших держав, впровадження отриманих результатів досліджень. Здобувачі за ОНП Маркетинг проходять обов'язкову апробацію наукових досліджень на МНПК «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», а також беруть участь в проектах, ініційованих Центром маркетингових ініціатив кафедри. Корольков О.В. в межах свого наукового дослідження взяв участь у Конкурсі інноваційних ідей молодих вчених «ІІМВ ХНУ 2021» (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&g=7&p=7215>), його проєкт «Маркетингове забезпечення startup-проєкту FRESH LINE» посів 3-є місце. За цим проєктом підготовлена заявка на отримання патенту. На базі ХНУ діє Товариство студентів та молодих вчених (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&g=2&p=10>) як постійно діючий орган самоврядування, що сприяє накопиченню досвіду, професійному становленню та творчому зростанню, максимально ефективному використанню наукового потенціалу молодих науковців ХНУ.

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

Оновлення змісту освітніх компонентів (ОК) передбачено Положенням про організацію освітнього процесу (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00001.pdf>). Згідно п. 6.3.5 даного положення Програма навчальної дисципліни, як правило, має щорічно оновлюватися з урахуванням результатів моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм і, зокрема, отриманих від здобувачів вищої освіти та інших стейкхолдерів побажань та зауважень. У 2020 році в зв'язку з оновленням ОНП (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&g=50&rp=2&f=%D0%94>) та навчального плану відбулося оновлення всіх освітніх компонентів навчального плану. Участь науково-педагогічного персоналу у наукових конференціях семінарах, тренінгах та проведення власних наукових досліджень є підґрунтям для наповнення та оновлення освітніх компонентів ОНП. Наприклад, враховуючи наукові досягнення у галузі маркетингу та сучасні тенденції розвитку, оновлено зміст таких обов'язкових навчальних дисциплін циклу поглибленої професійної підготовки, що формують фахові компетентності, як: «Стратегічний маркетинг-менеджмент» (викл. Ковальчук С.В.), оновлено лекційний зміст курсу, зокрема, Теми 3, 5, 6, 7 розширено; додано Тему 9 «Реалізація та контроль у стратегічному маркетинг-менеджменті»; «Інформаційні технології в наукових дослідженнях» (викл. Григорук П.М.) впроваджено використання пакета прикладних програм Statistika. Також оновлено РП за дисциплінами вибіркового циклу: «Сучасні концепції розвитку маркетингу» (викл. Ковальчук С.В.) додані результати навчання «уміти проводити сегментування ринків; обробляти маркетингову інформацію; визначати коло потенційних споживачів, ціну продукції, її конкурентоспроможність» та теми: «Особливості маркетингової діяльності на різних типах ринків, сегментування ринку та позиціонування товару»; «Місце інформаційних систем у менеджменті та формування автоматизованих інформаційних систем»; «Організація та контроль маркетингової діяльності»; «Підприємницькі мережі: форми організації міжфірмових взаємодій суб'єктів підприємництва» (викл. Забурмеха Є.М.) додано тему «Досвід формування й розвитку мережових і кластерних об'єднань». Також були введені нові дисципліни вибіркового пулу: «HR маркетинг», «Digital комунікації в маркетингу», «Start-up маркетинг», «CRM системи у забезпеченні маркетингової діяльності». Обговорення змін у змісті навчальних дисциплін, що формують фахові компетентності проходить на засіданнях кафедри. Викладачі постійно оновлюють перелік рекомендованої літератури (з урахуванням публікацій НПП, задіяних на освітній програмі) та інших інформаційних джерел, зміст лекційних занять, доповнюють їх актуальною статистичною інформацією

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

Інтернаціоналізація діяльності ХНУ регламентується Положенням про відділ міжнародних зв'язків (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/02/038.pdf>). Професори Ковальчук С.В., Тельнов А.С. та Орлов О.О. пройшли міжнародне науково-педагогічне онлайн-стажування в Університет третього віку у Громадці гміни Громадка, Болеславецького повіту, Нижнесілезького воєводства (Республіка Польща) з 15.02-28.05.2021 року. Професор Рудніченко Є.М. пройшов міжнародне стажування №2021/02/0037.21 організоване Університетом Суспільних Наук у м. Лодзь у співпраці з Фондацією Central European Academy Studies and Certifications грудень 2020-лютий 2021 р. (180 год.). Професор Григорук П.П. пройшов підвищення кваліфікації у науково-дослідному Інституті Люблінського науково-технологічного парку (м. Люблін, Республіка Польща), IESF «Міжнародна фундація науковців та освітян» (м. Київ, Україна) з 15.02.2021 року до 22.02.2021 (1,5 кр. ЄКТС), Міжнародне науково-педагогічне онлайн-стажування 21.09-30.10.2020 р., університет Ковентрі (Англія), Європейський інститут безперервної освіти (Словаччина), Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, (6 кр. ЄКТС, сертифікат ID 202003901) та науково-педагогічне стажування на тему: «Сучасний університет в системі європейської освіти: методи навчання, науково-педагогічний розвиток, дистанційна освіта та інтернаціоналізація навчального процесу», 3-18.04.2018 р., м. Пшеворськ, Польща, (сертифікат № IFC-WSSG wk/wssg /2018-87).

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?

Положенням про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Хмельницькому національному університеті (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00004.pdf>). Цим Положенням передбачено застосування вхідного, поточного та підсумкового контролю, які проводяться згідно з графіком навчального процесу та робочими програмами навчальних дисциплін. Вхідний контроль може застосовуватися для виявлення рівня знань здобувачів вищої освіти як передумова успішної організації вивчення навчальної дисципліни. Поточний контроль навчальних досягнень здобувача освіти здійснюється впродовж семестру під час проведення аудиторних занять і має на меті виявити поточний результат засвоєння навчальної дисципліни, рівень сформованості знань, умінь і навичок, компетентностей. Перевірка досягнення програмних результатів навчання аспірантів відбувається при здійсненні поточного контролю під час проведення лекційних, практичних та лабораторних занять у формі усного опитування або письмового експрес-контролю. Набуття теоретичних знань і практичних навичок перевіряється шляхом захисту кожної лабораторної та/або практичної роботи згідно з робочою програмою відповідної дисципліни. Також здійснюється поточний контроль якості підготовки здобувачів у вигляді тестування, як письмового, так і комп'ютерного, або комбінованої контрольної (тести та практичні завдання). Форми поточного контролю відображено в робочих програмах. Підсумковий семестровий контроль проводиться з метою оцінювання програмних результатів навчання за певним освітнім компонентом. Семестровий контроль може здійснюватися у формі іспиту, диференційованого заліку або заліку. Форми підсумкового контролю за ОК визначаються відповідною ОП і не можуть замінюватися на інші. Форма проведення семестрового контролю з дисципліни (усна, письмова, тестова, комбінована) визначається кафедрою. Особливості проведення семестрового контролю відображаються у робочій програмі навчальної дисципліни та силабусі і доводяться до відома здобувачів (Модульне середовище для навчання: https://msn.khnu.km.ua/pluginfile.php/437160/mod_resource/content/1; сайт кафедри: <http://mr.khnu.km.ua/okomponenty/>). Іспит складається у період екзаменаційної сесії. Форма проведення іспиту (письмова, усна, письмово-усна) та вид завдань (тест, запитання з відкритими відповідями тощо). За ОНП передбачена підсумкова атестація здобувачів у формі публічного захисту кваліфікаційної (дисертаційної роботи) на засіданні спеціалізованої вченої ради.

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

Забезпечення чіткості та зрозумілості форм контрольних заходів у межах навчальних дисциплін ОНП відбувається під час формування навчального плану та відповідно до Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00004.pdf>). Форми контрольних заходів визначаються ОНП. Структурування дисципліни за видами робіт і ваговими коефіцієнтами та зміст контрольних завдань і критерії їх оцінювання висвітлюються в РП навчальних дисциплін та силабусах, що розміщені в модульному середовищі (<https://msn.khnu.km.ua/course/index.php?categoryid=486>) та на сайті кафедри (<http://mr.khnu.km.ua/okomponenty/>). У Moodle до початку семестру викладачі, які працюють на ОНП розміщують РП навчальних дисциплін, силабуси, навчальні матеріали, контролюють хід виконання здобувачами планових завдань, надають консультації. Результати оцінювання систематично обговорюються на засіданні кафедри та вченої ради факультету економіки і управління за участю представників студентського самоврядування. Критерії оцінювання оприлюднюються викладачами в інформаційній системі «Електронний університет» (електронні журнали з навчальних дисциплін) і доступні для перегляду здобувачами вищої освіти. Здобувач в цій системі бачить свій індивідуальний навчальний план та успішність із закріплених за ним дисциплін. Питання, включені до екзаменаційних білетів, корелюються з програмними результатами навчання, викладеними в ОНП та РП навчальних дисциплін.

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

Відповідно до Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00004.pdf>) та Положення про організацію освітнього процесу (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00001.pdf>) науково-педагогічний працівник, який викладає дисципліну, на першому занятті з дисципліни має ознайомити здобувачів освіти зі структурою, змістом та формою проведення контрольних заходів і критеріїв оцінювання. Терміни проведення підсумкових контрольних заходів визначаються графіком навчального процесу. Проміжні контрольні заходи з деталізацією за тижнями визначаються робочими програмами та силабусами освітніх компонент, які є доступними для здобувачів освіти в модульному середовищі для навчання (<https://msn.khnu.km.ua/course/index.php?categoryid=486>), в індивідуальних навчальних планах здобувачів освіти, які теж доступні їм на платформі «Електронний університет». З цією інформацією здобувачі освіти ознайомлюються на початку семестру, а у випадку із вибірковими дисциплінами – до початку її вивчення. Здобувачі вищої освіти ознайомлюються із програмою підсумкового іспиту за місяць до початку екзаменаційної сесії. Отримання інформації щодо чіткості і зрозумілості критеріїв оцінювання навчальних досягнень за ОНП здійснюється шляхом бесід та колективних обговорень зі здобувачами вищої освіти. Критерії оцінювання відображені силабусах та РП навчальних дисциплін та доводяться до здобувачів на першому занятті.

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

Стандарт вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг для третього (освітньо-наукового) рівня на даний момент відсутній. Відповідно до проекту стандарту, атестація здобувачів освіти за даною ОНП здійснюється у формі публічного захисту дисертаційної роботи. Проект стандарту містить узагальнені вимоги до дисертаційної роботи, які були враховані при формуванні даної ОНП. Відповідно до цих вимог дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує вирішення комплексної проблеми в сфері

маркетингу або на його межі з іншими спеціальностями, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. Дисертаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Постановою КМУ від 06.03.2019 р. № 167 (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2019-p#Text>) встановлено, що атестація здобувача є комплексом послідовних експертних дій щодо оцінювання наукового рівня дисертації та наукових публікацій здобувача, встановлення рівня набуття здобувачем теоретичних знань, умінь, навичок та відповідних компетентностей з метою державного визнання рівня наукової кваліфікації здобувача шляхом присудження йому наукового ступеня. Таким чином, форми атестації здобувачів освіти за даною ОНП повністю відповідають наведеному в проекті стандарту вищої освіти та постанові КМУ і дозволяють оцінити рівень теоретичних знань, практичних умінь та навичок

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

Процедура проведення контрольних заходів у ХНУ регулюється Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/024.pdf>), Положенням про організацію освітнього процесу (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00001.pdf>), Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти у ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/0015.pdf>) та Положенням про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00004.pdf>). Ці ж документи регламентують формування критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти за даною ОНП. Вказані документи визначають, що критерії оцінювання є обов'язковою складовою РП навчальної дисципліни та її силабусу, які є доступними для ознайомлення здобувачами освіти у модульному середовищі для навчання ХНУ (<https://msn.khnu.km.ua/>). Із самими положеннями здобувачі освіти можуть ознайомитись на офіційному сайті університету у розділі «Публічна інформація» за посиланнями, що розміщено вище.

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 у процесі їх роботи над оцінюванням навчальних досягнень здобувачів освіти регламентується Положенням про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00004.pdf>). В Положенні зазначається, що атестація здобувачів вищої освіти здійснюється відкрито і гласно у присутності екзаменатора та асистента, що унеможливорює необ'єктивне оцінювання навчальних досягнень за цією ОНП. За незгоди здобувача з рішенням екзаменатора щодо результатів оцінювання, він має право звернутися за роз'ясненням і якщо останнє не влаштовує здобувача, він має право апелювати до завідувача кафедри або декана факультету. За рішенням декана підсумкова робота здобувача освіти може бути надана для оцінювання іншому науково-педагогічному працівнику, що викладає ту саму чи суміжну дисципліну або має достатню компетенцію. В такому випадку остаточно вважається вища оцінка. З метою визначення рівня об'єктивності оцінювання здобувачів освіти екзаменаторами в університеті проводились опитування здобувачів кафедрою (<http://mr.khnu.km.ua/opytuvannya/>) та відділом внутрішнього забезпечення якості вищої освіти. Процедура запобігання та врегулювання конфлікту інтересів передбачена Положенням про запобігання і врегулювання конфліктних ситуацій у ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/170.pdf>). Опитування показали високий рівень об'єктивності екзаменаторів. Випадків оскарження результатів оцінювання на ОНП не зафіксовано.

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

Процедури ЗВО, що врегулюють порядок повторного проходження контрольних заходів визначені Положенням про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00004.pdf>), та Положенням про організацію освітнього процесу (розділ 8) (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00001.pdf>). Згідно зазначених документів визначено, що ліквідація академічної заборгованості із семестрового контролю здійснюється у період екзаменаційної сесії або за графіком, встановленим деканатом. Повторне складання семестрового контролю з дисципліни, за якою отримана незадовільна оцінка, допускається не більше двох разів: перший раз викладачеві, другий – комісії, яка створюється деканом факультету. Рішення цієї комісії є остаточним. Здобувач вищої освіти, який за результатами семестрового контролю має академічну заборгованість і не ліквідував її в установлені терміни, має право подати заяву на ім'я ректора щодо перенесення на наступний семестр вивчення дисципліни, з якої він не атестований. Ректор дає дозвіл декану на внесення змін до Індивідуального навчального плану здобувача і встановлення йому графіку повторного вивчення дисципліни за умови дотримання структурно-логічної схеми ОНП. За ОНП, що акредитується, випадків повторного проходження контрольних заходів не зафіксовано.

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

Процедури ЗВО, що врегулюють порядок повторного проходження контрольних заходів визначені Положенням про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00004.pdf>), та Положенням про організацію освітнього процесу (розділ 8) (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00001.pdf>). Згідно зазначених документів визначено, що ліквідація академічної заборгованості із семестрового контролю здійснюється у період екзаменаційної сесії або за графіком, встановленим деканатом. Повторне складання семестрового контролю з дисципліни, за якою отримана

незадовільна оцінка, допускається не більше двох разів: перший раз викладачеві, другий – комісії, яка створюється деканом факультету. Рішення цієї комісії є остаточним. Здобувач вищої освіти, який за результатами семестрового контролю має академічну заборгованість і не ліквідував її в установлені терміни, має право подати заяву на ім'я ректора щодо перенесення на наступний семестр вивчення дисципліни, з якої він не атестований. Ректор дає дозвіл декану на внесення змін до Індивідуального навчального плану здобувача і встановлення йому графіку повторного вивчення дисципліни за умови дотримання структурно-логічної схеми ОНП. За ОНП, що акредитується, випадків повторного проходження контрольних заходів не зафіксовано.

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

Основна політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності в Хмельницькому національному університеті відображені у Положенні про діяльність ХНУ у сфері інтелектуальної власності (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/0046.pdf>) та Положенні про дотримання академічної доброчесності в ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/0005.pdf>), Кодекс академічної доброчесності учасників освітнього процесу ХНУ (http://vzia.khnu.km.ua/wp-content/uploads/sites/13/2020/02/Kodeks_dobrochesnosti.pdf). З цими документами здобувачі вищої освіти ознайомлюються одразу після вступу на ОНП, про що свідчить їх особистий підпис у Декларації учасника освітнього процесу, яку підписують усі учасники ОП, зберігаються вони в особових справах у відділі кадрів.

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

ХНУ здійснює контроль за дотриманням академічної доброчесності, що відображено у відповідному Положенні (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/0005.pdf>) та Положенні про діяльність ХНУ у сфері інтелектуальної власності (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/046.pdf>). Про дотримання академічної доброчесності як викладачами, так і здобувачами освіти, свідчать їх наукові публікації у фахових виданнях, в тому числі індексованих у міжнародних наукометричних базах даних. Технологічні рішення, що застосовуються на ОНП як інструмент протидії порушенням академічної доброчесності, стосуються обов'язкової перевірки на наявність співпадінь та плагіату за допомогою спеціальних комп'ютерних програм (AntiPlagiarizm та Unichек). Усі наукові праці підлягають оприлюдненню в репозитарії або електронній бібліотеці ЗВО. Обов'язковою така перевірка є для дисертаційних робіт усіх здобувачів. При виявленні академічного плагіату персональну адміністративну відповідальність несуть автор та науковий керівник.

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

У ХНУ запроваджуються спеціальні заняття, що популяризують академічну доброчесність, до яких залучаються здобувачі за ОНП Маркетинг (<http://mr.khnu.km.ua/page/>). Викладачі власним прикладом демонструють роботу з джерелами інформації, озвучують першоджерела під час проведення занять, включають завдання щодо роботи із якісними джерелами в процесі самостійної роботи здобувача. Наукові керівники та НПП, що забезпечують освітній процес на ОНП, повідомляють здобувачів про основні причини академічного плагіату; пояснюють як виявляти випадки плагіату, прописують у методичних матеріалах вимоги до письмових робіт та критерії їх оцінювання; розробляють нестандартні завдання з освітніх компонент ОНП, постійно їх удосконалюють; презентують здобувачам приклади виконаних робіт; упродовж роботи здобувача над письмовою роботою здійснюють проміжні перевірки, надають рекомендації здобувачеві щодо покращення роботи; залучають до оцінювання письмових робіт інших здобувачів вищої освіти на основі встановлених критеріїв оцінювання результатів навчання тощо.

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

При виявленні факту порушення академічної доброчесності здобувачем освіти, його робота повертається на доопрацювання. Одна і та ж робота допускається до перевірки не більше, ніж три рази. Якщо після доопрацювань робота має недопустимо низький рівень унікальності, то вона не допускається до захисту. До порушників академічної доброчесності Хмельницький національний університет, відповідно до Положення про дотримання академічної доброчесності в ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/0005.pdf>) та Положення про діяльність ХНУ у сфері інтелектуальної власності (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/046.pdf>) застосовує такі заходи адміністративного впливу: відмова у присудженні (присвоєнні) або позбавлення присудженого (присвоєного) наукового ступеня чи наукового звання; позбавлення права працювати у визначених законом органах або займати певні посади, а також – усне зауваження; попередження про можливість стягнення; скерування на додаткове навчання з питань академічної доброчесності; повторне виконання завдання; зниження оцінки; виключення з рейтингу на отримання академічної стипендії; позбавлення почесних звань, нагород, стипендій тощо. Фактів академічної недоброчесності серед учасників навчального процесу за ОНП Маркетинг виявлено не було.

6. Людські ресурси

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

Конкурсний добір викладачів для забезпечення ОНП регламентується з одного боку чинним законодавством

України, Статутом (<http://khnu.km.ua/root/files/01/01/001.pdf>) і окремими положеннями та документами Хмельницького національного університету, а з іншого – їх фаховими компетентностями. Процедура проведення конкурсу здійснюється відповідно до Порядку проведення конкурсного відбору (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/14/02/010.pdf>), Положення про щорічне рейтингове оцінювання роботи науково-педагогічних працівників університету (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/164.pdf>), Положення про факультет (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/01/001.pdf>). У зазначених документах прописана процедура проведення конкурсного відбору науково-педагогічних працівників. Під час конкурсного добору викладачів для забезпечення освітнього процесу за ОНП Маркетинг враховується відповідність його кваліфікації, рівня професійної й наукової активності. До викладання на ОНП Маркетинг залучені висококваліфіковані викладачі. 100% викладачів, залучених до викладання на ОНП, мають науковий ступінь та вчене звання, з них 10 докторів наук (91%), 1 кандидат наук (9%). Науковці також є кваліфікованими дослідниками в сфері маркетингу, про що свідчать їх досягнення та публікації, які відображені в таблиці 2. На сайті кафедри <http://mr.khnu.km.ua/> наведено відомості про здобутки у науковій та методичній сферах роботи, що демонструє значний потенціал її НПП.

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

Задля підвищення якості освіти та набуття практичних навиків здобувачів ОНП Маркетинг та відповідно до Положення про відділ інформаційного менеджменту і працевлаштування (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/02/047.pdf>) Хмельницький національний університет залучає стейхолдерів до організації навчального процесу. На кафедрі впродовж 2019-2021 рр. проводяться систематичні зустрічі з представниками академічної спільноти та фахівцями у сфері маркетингового підприємництва у вигляді майстер-класів, ворк-шопів, вебінарів тощо (<http://mr.khnu.km.ua/>, https://instagram.com/marketing_torgovlia_khnu?utm_medium=copy_link, <https://www.facebook.com/groups/Marketing.Trade.Logistics/?ref=share>). Серед роботодавців-представників бізнесу: Ю. Костюк, головний редактор інформаційного інтернет-видання «Поділля News» (https://www.instagram.com/p/CFJ0oOAJ94S/?utm_medium=copy_link), представники компаній Advanced Ukraine, Devloop, Global Partner Soft (https://www.instagram.com/p/CMTbmCHsBAn/?utm_medium=copy_link), Р. Ужва, Digital агенство Imrev (https://www.instagram.com/p/CI5XVQ_JZOR/?utm_medium=copy_link), А.Кострубська, head of marketing and sales Stfalcon.com (https://www.instagram.com/p/CI43ZD3J-pH/?utm_medium=copy_link).

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

В межах ОНП за сприяння ГО УАМ проводяться зустрічі з фахівцями-практиками, майстер-класи тощо. Зокрема, ворк-шопи від фахівців-практиків – А. Кострубської «Таргетинг-перспективи інтернет-маркетингу» (https://www.instagram.com/p/CIz_TmFMQri/?utm_medium=copy_link), О. Голубовської (https://www.instagram.com/p/B_Tv7awJOH3/?utm_medium=copy_link), М. Гавенка (https://www.instagram.com/p/B--ReYypKNx/?utm_medium=copy_link); експертів галузі: О. Анісімової «Персональна стратегія підприємця у соціальних мережах» (https://www.instagram.com/p/CIi6oissbZv/?utm_medium=copy_link), І. Лилик, президент (https://www.instagram.com/p/CI8Xt1csvzw/?utm_medium=copy_link), вебінари Kantar Ukraine (https://www.instagram.com/p/CHxothpMc87/?utm_medium=copy_link, https://www.instagram.com/p/CHPRUNgJVin/?utm_medium=copy_link, https://www.instagram.com/p/CHfgOKWp5QK/?utm_medium=copy_link), В. Примаченко, керівник проєктів Prometheus (https://www.instagram.com/p/CGoj_xFJG5P/?utm_medium=copy_link); К. Малик в розрізі набуття практичних навичок маркетолога в банківській сфері, «Презентація – маркетингова онлайн практика «ПриватБанк»» (https://www.instagram.com/p/B_mosBwJAVB/?utm_medium=copy_link). Згідно Порядку організації освітнього діяльності за технологіями дистанційного навчання у ХНУ (<http://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/0008.pdf>) заняття проходили за використання платформи Zoom.

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

У ЗВО діє Положення про підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00022.pdf>) згідно якого регламентуються основи підвищення кваліфікації викладачів ОНП (формальна та неформальна освіта). Викладачі постійно підвищують кваліфікацію в межах курсів, що проводяться в ХНУ так і у інших ЗВО. У 2020-2021 навчальному році проведено низку семінарів та майстер-класів з педагогічної майстерності («Ресурси та методи проведення навчальних занять on-line в умовах карантину») для викладачів університету (наказ № 276-КП від 23.11.2020 р.). Міжнародне науково-педагогічне онлайн-стажування в Університет третього віку у Громадці гміни Громадка, Болеславецького повіту, Нижнесілезького воєводства (Республіка Польща) з 15.02-28.05.2021 року пройшли професори Ковальчук С.В., Тельнов А.С., Орлов О.О., Диха М.В. Міжнародне стажування, організоване Університетом Суспільних Наук у м. Лодзь у співпраці з Фондацією Central European Academy Studies and Certifications у грудні 2020-лютому 2021 р. пройшов професор Рудніченко Є.М. Професор Григоруk П.П. пройшов підвищення кваліфікації у науково-дослідному Інституті Люблінського науково-технологічного парку (м. Люблін, Республіка Польща), IESF «Міжнародна фундація науковців та освітян» (м. Київ, Україна) у лютому 2021 р.

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Розвиток викладацької майстерності працівників ХНУ стимулюється моральним та матеріальним заохоченням. В межах дії Колективного договору (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/01/011.pdf>) регламентується соціальне страхування, медичне обслуговування, організація санаторно-курортного лікування і відпочинку. В ХНУ діє Положення про щорічне рейтингове оцінювання роботи НПП ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/164.pdf>), на основі якого здійснюється преміювання кращих викладачів за високі показники у науковій діяльності (наказ ректора №45-квп, від 20.12.2019). Викладачі заохочуються подяками, грамотами, преміями. Заохочення оголошуються в наказі, доводяться до відома колективу в урочистій атмосфері й записують до трудової книжки працівника (накази 8-кв від 11.10.2017, 11-кв від 11.05.2018, 16-кв від 11.10.2018, 3-кв від 24.01.2019, 11-кв від 08.10.2019, 7-к від 11.02.2020). Науково-педагогічні працівники, задіяні у ОНП, періодично, згідно рейтингового оцінювання заохочуються матеріально. У ЗВО діє система матеріального стимулювання за результатами публікаційної активності у виданнях, що індексуються в міжнародних наукометричних базах Web of Science Core Collection і/або Scopus (розпорядження № 113 від 20.12.2019 р.). Згідно цього розпорядження в продовж 2019-2021 рр. приміювалися проф. Ковальчук С.В., проф. Рудніченко Є.М., проф. Орлов О.О., проф. Григорук П.М.

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 та матеріально-технічні ресурси (бібліотека, інша інфраструктура, обладнання тощо), а також навчально-методичне забезпечення ОП забезпечують досягнення визначених ОП цілей та програмних результатів навчання. За кафедрою закріплені 2 мультимедійні аудиторії для проведення лекцій та практичних занять (4-314 і 4-404), 1 аудиторія, в якій створені умови для самостійної роботи аспірантів та докторантів (4-522) Крім того, здобувачі вищої освіти можуть використовувати ресурси інформаційно-комп'ютерного центру університету. Підготовка здобувачів ОП ведеться з використанням сучасних інформаційних освітніх технологій. Навчально-методичне забезпечення ОП дає можливість досягти визначених ОП цілей та ПРН завдяки його максимальній змістовній насиченості та постійному оновленню. Навчально-методичні комплекси обов'язкових та вибіркового освітніх компонентів ОП розміщено у MOODLE ХНУ з вільним доступом для здобувачів. Платформа Web of Science доступна на кожному комп'ютері з IP-адресом університету. Бібліотека має достатню кількість періодичних фахових видань http://lib.khnu.km.ua/fond/z_u.htm. Здобувачі мають можливість користуватися ідальною, навчальною, науковою, виробничою, спортивною, культурно-освітньою, побутовою та оздоровчою базами ХНУ у межах законодавства. Фінансування освітніх потреб у ХНУ здійснюється щороку у відповідності із запитами завідувачів кафедр та гарантів ОП

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

У ХНУ сформовано сучасне освітнє середовище для навчання, яке дозволяє максимально задовольнити потреби та інтереси здобувачів вищої освіти за ОНП Маркетинг. Основні права та обов'язки здобувачів прописано у Статуті ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/01/001.pdf>), внутрішнього трудового розпорядку (<http://khnu.km.ua/root/files/01/01/006.pdf>). Освітнє середовище включає систему електронного навчання «Електронний університет» (<http://isu1.khnu.km.ua/isu/>), «Moodle ХНУ» (<https://msn.khnu.km.ua/>), електронний репозиторій, електронну бібліотеку, сервіси корпоративної електронної пошти, хмарні сервіси Microsoft. Регулярно проводяться зустрічі керівництва університету зі здобувачами наукового ступеня для виявлення і врахування їх потреб та інтересів. Забезпечена можливість публікації результатів досліджень у наукових фахових виданнях «Вісник ХНУ. Серія: Економічні науки», http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?page_id=39. Забезпечено вільний доступ до науково-метричних баз Web of Science, Scopus та інших (http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php). Товариство студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених ХНУ сприяє науково-дослідницькій, винахідницькій та творчій діяльності молоді в ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/06/03/028.pdf>). На засіданнях Студентського самоврядування ХНУ обговорюються потреби та інтереси здобувачів вищої освіти, виносяться пропозиції до керівництва університету щодо їх задоволення (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/020.pdf>)

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

Освітнє середовище ХНУ є безпечним для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти, що навчаються за ОНП та дає можливість задовольнити їхні потреби та інтереси. Усі навчальні та адміністративні приміщення відповідають вимогам техніки безпеки та забезпечують умови життєдіяльності щодо освітлення, теплового та повітряного режиму тощо. Перед початком занять в лабораторіях ХНУ здобувачі проходять інструктаж з техніки безпеки. В ХНУ діє пропускний режим для входу. У ЗВО функціонують відділи охорони праці, протипожежної безпеки, відділ охорони. Працюють системи сигналізації, камери відеоспостереження, є мобільні групи реагування із числа штатних охоронців.

Для підтримки психічного здоров'я створена та функціонує Психологічна служба <https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/166.pdf>, активовано телефон психологічної служби, за яким можна попередньо записатися на консультацію до психолога. Атмосфера психологічного здоров'я в ХНУ забезпечується

дотриманням Кодексу академічної доброчесності http://vzia.khnu.km.ua/wp-content/uploads/sites/13/2020/02/Kodeks_dobrochesnosti.pdf). В ХНУ працює «Скринька довіри» <https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=10>). Проводяться регулярні та різноманітні заходи щодо здорового способу життя серед студентів і співробітників ХНУ.

Наведені компоненти утворюють безпечне освітнє середовище для здобувачів вищої освіти ХНУ.

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: Для забезпечення освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти у ХНУ функціонують відповідні структурні підрозділи та задіяні необхідні механізми. Комунікацію між учасниками освітнього процесу реалізовано за допомогою інформаційної підсистеми «Електронний університет» (<http://isu1.khnu.km.ua/isu>). Якість вищої освіти, доброчесність, ліквідація забороганості, розв'язування конфліктних ситуацій є предметом засідань ректорату, вченої ради факультету, кафедри.

Організаційна підтримка: Удосконалення організації освітнього процесу здійснюється Вченою радою ХНУ, ректоратом, Вченою радою факультету, деканатом, кафедрою. Деканат забезпечує оперативне вирішення питань з організації освітнього процесу, методичної, наукової (науково-дослідної, науково-технічної) роботи, сприяє організації виховної і профорієнтаційної роботи здобувачів вищої освіти.

Інформаційна підтримка: реалізована через сайти ЗВО, кафедри та сторінку відділу аспірантури і докторантури (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=2&p=2>). У ХНУ створено умови доступу до мережі Internet, у корпусах та на кафедрі – безкоштовний WiFi. Силабуси дисциплін за ОНП розміщено у Moodle ХНУ (<https://msn.khnu.km.ua/>) та на сайті кафедри (<http://mr.khnu.km.ua/okomponenty/>), що дозволяє використовувати можливості змішаного і дистанційного навчання. Освітній процес повною мірою забезпечено. Здобувачі вищої освіти мають доступ до усіх нормативних документів ХНУ. На сайті ХНУ розміщено інформацію щодо правил прийому на навчання до аспірантури, строків вступної компанії, змісту ОНП, графіку навчального процесу, нормативних документів, що регламентують порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та вимоги до захисту дисертації (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=2&p=2>).

Консультативна підтримка здобувачів здійснюється із залученням таких структурних підрозділів ЗВО, як: відділи аспірантури і докторантури та забезпечення якості навчання. У ХНУ діє студентська рада (<https://sr.khnu.km.ua/>), яка працює згідно із Положенням (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/020.pdf>). Підтримка здобувачів вищої освіти забезпечується розвиненою соціальною інфраструктурою, в ХНУ діє Психологічна служба (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/166.pdf>). Визначення рівня задоволеності здобувачів ОП цією підтримкою є одним із предметів обговорення під час проведення їх індивідуальних співбесід з науковим керівником. У ХНУ функціонує первинна профспілкова організація здобувачів. Здобувачі пільгових категорій отримують соціальні стипендії. В університеті діє Лабораторія інклюзивної педагогіки при кафедрі психології (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/02/040.pdf>)

Оцінювання задоволеності здобувачів вищої освіти здійснюється шляхом соціологічних опитувань, що регулярно проводяться навчально-виховним відділом та відділом забезпечення якості навчання (<https://vzia.khnu.km.ua/informatsiya-dlya-garantiv/>).

Яким чином ЗВО створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами? Наведіть посилання на конкретні приклади створення таких умов на ОП (якщо такі були)

У ХНУ для задоволення широкого діапазону освітніх, інформаційних та соціальних потреб осіб з інвалідністю та хронічними захворюваннями реалізується інклюзивна освітня політика. Особливості прийому на навчання осіб з особливими потребами прописані у Правилах прийому до ХНУ (http://prk.khnu.km.ua/pravila_khnu/). Навчання здобувачів з особливими освітніми потребами в ЗВО передбачає навчання у формі індивідуального графіка в загальних групах, маломобільним групам населення забезпечено доступність до навчальних приміщень. Для здобувачів, які не мають можливості відвідувати університет, створені умови для здобуття освіти у повному обсязі за дистанційними технологіями. Усі навчальні корпуси та гуртожитки облаштовано пандусами (відповідно до вимог ДБН В.2.2-17:2006 «Будинки і споруди. Доступність будинків і споруд для маломобільних груп населення»). В університеті облаштовано спеціальні кімнати гігієни для таких осіб. В університеті розроблено та діє Порядок супроводу осіб з інвалідністю та представників інших маломобільних груп населення під час перебування на території ХНУ: <https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/168.pdf>. В гуртожитку №3 у спортивному залі, в коридорах, гігієнічній кімнаті облаштовано поручні.

В університеті працюють психологічна служба <https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/166.pdf>, лабораторія інклюзивної педагогіки <https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/02/040.pdf>.

Особи з особливими освітніми потребами за ОНП Маркетинг не навчаються.

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

Політика та процедури врегулювання конфліктних ситуацій регламентовані нормативними документами ХНУ (Положення про запобігання і врегулювання конфліктних ситуацій у ХНУ <https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/170.pdf>, Кодекс академічної доброчесності учасників освітнього процесу Хмельницького національного університету

http://vzia.khnu.km.ua/wpcontent/uploads/sites/13/2020/02/Kodeks_dobrochesnosti.pdf, Положення про дотримання академічної доброчесності <http://vzia.khnu.km.ua/wp-content/uploads/sites/13/2016/10/Polozhennya-akademichnadobrochesnist.pdf>. В ХНУ діє уповноважена особа ректорату з питань запобігання та виявлення корупції. Врегулювання конфліктних ситуацій, пов'язаних із корупцією, здійснюється відповідно до Закону України «Про запобігання корупції». Зокрема до відома викладачів доводиться інформація про заходи й форми покарання щодо фактів виявлення дій, пов'язаних з корупцією (<http://khnu.km.ua/root/files/01/11/009.pdf> та <http://khnu.km.ua/root/files/01/11/010.pdf>). Для ефективної системи запобігання та протидії корупції в підрозділах ХНУ затверджена антикорупційна програма та антикорупційні заходи (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/15/009.pdf>, <https://www.khnu.km.ua/root/files/01/15/016.pdf>). Здійснюється постійний моніторинг цієї програми зі сторони керівництва ХНУ. На сайті ХНУ публікуються звіти про антикорупційні заходи (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/11/007.pdf>). До здобувачів вищої освіти постійно доводиться інформація щодо діючих телефонів та скриньки довіри, куди можна звернутися при виникненні конфліктної ситуації (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&t=10>). Розгляд звернень, скарг і заяв, що надходять до ХНУ, відбувається відповідно до ЗУ «Про доступ до публічної інформації», «Про звернення громадян». Розгляд скарг і звернень відбувається шляхом особистого прийому громадян керівництвом університету у встановлені дні та години відповідно до графіку прийому. Про результати розгляду скарг і звернень громадянину повідомляється письмово або усно, за його бажанням. В продовж терміну дії ОНП Маркетинг в ХНУ конфліктні ситуації не виникали.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП регулюються у ХНУ такими документами, як: Положення про організацію освітнього процесу у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/00001.pdf>); Положення про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/07.pdf>); Положення про учасників процесу розроблення, започаткування та супроводження освітніх програм (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/174.pdf>); Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/024.pdf>); Положення про участь стейкхолдерів у процедурах забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/172.pdf>). У ході розроблення ОП погоджується із завідувачами таких відділів, як: навчальний (<http://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/02/009.pdf>); забезпечення якості вищої освіти (<http://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/02/018.pdf>); навчально-методичного (<http://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/02/052.pdf>). Вказані документи оприлюднені на сайті ХНУ.

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

Періодичний перегляд, моніторинг та удосконалення освітніх програм ХНУ в процесі їх реалізації організовує гарант ОНП із залученням членів проєктної групи з метою забезпечення належного рівня освітніх послуг, формування компетентностей та створення сприятливого й ефективного освітнього середовища для аспірантів. Критерії, за якими відбувається моніторинг та удосконалення ОНП ХНУ в процесі їх реалізації, формуються як у результаті зворотного зв'язку з НПП, здобувачами вищої освіти, випускниками, та стейкхолдерами, так і внаслідок прогнозування розвитку спеціальностей та потреб суспільства. Пропозиції щодо удосконалення ОНП, подаються будь-якою із ініціативних груп гаранту (академічною спільнотою; здобувачами; випускниками за ОНП; професіоналами-практиками іншими зацікавленими сторонами). Гарант ОНП організує розгляд наданих пропозицій на засіданні проєктної групи. Прийняте нею рішення виноситься для обговорення на засідання кафедри для прийняття рішення щодо реалізації цих пропозицій і внесення змін до ОП, або обґрунтованої відмови у прийнятті пропозицій. На основі рішення кафедри щодо змін до ОП, внесених учасниками обговорення, гарант формує остаточний варіант таблиці пропозицій і подає її разом із проєктом ОП для подальшого розгляду і затвердження вченою радою університету. Процедури періодичного перегляду та моніторингу ОНП регулюються у ХНУ Положення про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/07.pdf>). Моніторинг та удосконалення освітніх програм ХНУ в процесі їх реалізації включають визначення: змісту освітніх програм за результатами останніх досліджень у відповідній галузі знань з метою забезпечення їх відповідності сучасним вимогам; змін потреб суспільства; очікувань, потреб та ступеня задоволення здобувачів стосовно освітньої програми. ОНП переглядаються не рідше одного разу на 3 роки. Процедура оновлення ОНП є складовою внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти системи управління якістю ХНУ. ОНП включаються до Інформаційних пакетів ЄКТС, які щорічно оприлюднюються на офіційному сайті ХНУ. Але можуть проводитися і щорічно, відповідно мають бути відображені у її структурних елементах. Внесені зміни оформлюються окремими додатками, затверджуються Вченою радою університету і є невід'ємною складовою освітньої програми. ОНП Маркетинг впродовж 2016-2020 рр. удосконалювалась двічі: у 2017 р. через необхідність приведення освітньої програми у відповідність до вимог нормативної бази щодо структури ОП та забезпечення формування індивідуальної траєкторії навчання здобувачів вищої освіти; у 2020 р. враховано вимоги проєкту стандарту вищої освіти щодо підготовки докторів філософії за спеціальністю 075 Маркетинг, а також оновлено вибіркочку складову

ОНП. Зміни до ОНП були ініційовані групами стейкхолдерів в процесі публічного обговорення.

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

Перегляд ОНП в ХНУ здійснюється на основі результатів моніторингу (експертизи) або контролю якості, з метою її удосконалення, усунення виявлених недоліків, невідповідностей потребам стейкхолдерів та здійснюється у формі оновлення або модернізації (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/07.pdf>). Регулярно проводиться опитування НПП, фокус-груп та здобувачів щодо виявлення проблемних питань змісту ОНП. Однією з процедур забезпечення якості ОНП в університеті є щорічні анкетування здобувачів щодо їх задоволення ОНП, якістю вищої освіти (<http://vzia.khnu.km.ua/informatsiya-dlya-garantiv>). Відділ забезпечення якості вищої освіти систематично проводить навчання учасників студентських фокус-груп щодо умінь реалізації процедур забезпечення якості освіти і моніторингу якості ОНП. Здобувачі мають можливість висловити свої пропозиції щодо удосконалення ОНП при спілкуванні з НПП, науковими керівниками. Групою забезпечення ОНП проводиться анкетування здобувачів з метою встановлення відповідності ОНП їх науковим і дослідницьким інтересам (<http://mr.khnu.km.ua/opytuvannya/>). Результати опитувань здобувачів розглядаються на засіданнях кафедри. За їх пропозиціями реалізовано: введення до вибіркової частини структури ОП достатньої кількості відповідних сучасним вимогам ринку освітніх компонент (наприклад, «HR маркетинг», «Digital-комунікації в маркетингу»); з дисципліни «Інформаційні технології в наукових дослідженнях» впроваджено використання пакета прикладних програм Statistika.

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

Згідно з Положенням Про наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених <https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/028.pdf>, до складу товариства входять представники Ради студентського самоврядування (РСС), серед основних завдань передбачено сприяння формуванню умов для розкриття наукового, підвищення якості наукових досліджень та впровадженню результатів науково-дослідної роботи; формуванню особистості дослідника. Згідно з розділами 5 та 10 Статуту ХНУ <https://www.khnu.km.ua/root/files/01/01/001.pdf> до складу ВР ХНУ входять виборні представники аспірантів, докторантів, стажистів, керівники органів самоврядування відповідно до квот. Представники РСС входять також до складу вченої ради факультету й мають можливість донести до членів ради побажання щодо покращення якості освіти, брати участь в обговоренні та прийнятті відповідних рішень. Результатом таких обговорень є можливість перегляду змісту та внесення змін до ОП. Згідно з Положенням про освітні програми у ХНУ <http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/0007.pdf>, органи самоврядування залучені до проектування ОП, її реалізації, моніторингу та перегляду шляхом подання Гаранту ОП зауважень та пропозицій щодо удосконалення змісту як окремих освітніх компонент, так і ОП загалом. Представники самоврядування активно беруть участь у процедурах внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти шляхом залучення до роботи фокус-груп, у складі експертних груп, членів рад факультету.

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

Роботодавці безпосередньо залучені до процесу перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості, стейкхолдери беруть участь у обговореннях проектних груп щодо ОП, вносять пропозиції з актуалізації змісту окремих освітніх компонент, удосконалення інформаційного забезпечення ОП. Кафедра має зовнішніх партнерів, з якими укладено угоди про співпрацю, що дає можливість залучати їх досвід, професійні компетенції та ресурси. В рамках ОНП укладено договори про співробітництво з ДУ «Житомирська політехніка» (№ 8/2013 від 05.08.2013 р.), ХНЕУ ім. С.Кузнеця (№ 81-20 від 10.03.2021 р.), Дніпровським ДАЕУ (№ 3-21 від 1.03.2021 р.) та іншими ЗВО. На Ярмарку вакансій та Дні кар'єри, відділом інформаційного менеджменту та працевлаштування шляхом опитування збираються пропозиції від роботодавців для перегляду ОНП, враховуючи які вносяться актуальні зміни. Обговорення ОНП та її освітніх компонент регулярно відбуваються на щорічній МНПК «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України» у форматі круглого стола та зустрічей на засіданнях кафедри не менше одного разу на рік. Результати обговорення освітніх компонент ОНП, зауваження та пропозиції стейкхолдерів відображаються в протоколах засідань круглих столів та засідань кафедри МТП: протоколи №7 від 25.01.2017 р., №6 від 26.01.2018 р., №6 від 22.01.2019 р., №6 від 16.01.2020 р., №7 від 21.01.2021 р.). Представники бізнесу та інших ЗВО залучаються до неформальних зустрічей, проведення тренінгів та гостьових лекцій.

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

В університеті з 2002 року функціонує Відділ інформаційного менеджменту та працевлаштування <http://career.khnu.km.ua>, одним із завдань якого є збір інформації та координування роботи факультетів та випускових кафедр щодо моніторингу кар'єрного шляху випускників, залучення їх до заходів, що сприяють кар'єрному розвитку аспірантів (майстер-класи, відкриті лекції, презентації, ворк-шопи, Дні університету). Відділом проводиться анкетування випускників щодо задоволення якістю надання освітніх послуг на постійній основі (з інтервалом 0,5-3-5 років після завершення навчання). На сайті Відділу <http://career.khnu.km.ua/> розміщуються відгуки роботодавців про працівників підприємств, організацій, установ, які завершили навчання в ХНУ; банк вакансій для працевлаштування; інформація про перспективи підвищення кваліфікації випускників впродовж життя в межах позаосвітніх програм університету. Відділом спільно з випусковими кафедрами щорічно

проводиться опитування випускників поточного року, таким чином формується база випускників щодо їх кар'єрного шляху. Опитування відбувається під час відзначення Дня Університету (1 раз на рік). Протягом року онлайн форма анкети розповсюджується через соцмережі та надсилаються на електронні адреси випускників. Пропозиції випускників вивчаються та враховуються при формуванні та оновленні ОП. Випускник за ОНП Маркетинг 2021 р., Семенов К.Л. взяв участь в опитуванні, проведеному кафедрою, його думку враховано у Звіті (<http://mr.khnu.km.ua/opytuvannya/>).

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?

Відповідно положень про участь здобувачів вищої освіти у процедурах забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти у ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/023.pdf>) та про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти у ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/024.pdf>) були ініційовані кроки щодо виявлення недоліків в ОНП. В процесі проведення щорічного внутрішнього аудиту системи забезпечення якості підготовки здобувачів за ОНП Маркетинг та в освітній діяльності з її реалізації, працівниками відділу забезпечення якості вищої освіти ХНУ у 2020-2021 н.р. зауважень та недоліків зафіксовано не було.

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

ОНП Маркетинг за третім освітньо-науковим рівнем вищої освіти (доктор філософії) акредитується вперше, тому підстав для врахування пропозицій останніх акредитацій за цією спеціальністю немає. Проте, зауваження та пропозиції, сформульовані під час попередніх акредитацій інших ОП університету, були враховані під час освітньої діяльності з реалізації ОП. Так, під час акредитації у 2020 році ОП бакалаврського рівня вищої освіти 017 «Фізична культура і спорт» та 274 «Автомобільний транспорт», а також акредитації ОНП «Комп'ютерні науки та інформаційні технології» (рівень доктора філософії) ХНУ отримав рекомендації щодо продовження реалізації та популяризації політики, стандартів і процедур дотримання академічної доброчесності. Експерти рекомендували деталізувати процедуру перевірки на плагіат різних видів робіт; забезпечити здійснення перевірки на плагіат системами, до яких є довіра, чи із застосуванням декількох систем одночасно; покращити структурованість та регламентованість процедури доведення правил академічної доброчесності та всіх її компонент до здобувачів вищої освіти; розробити додаткові заходи із популяризації цих правил з використанням процедур перевірки уміння застосовувати ці знання під час практичних ситуацій з дотримання академічної доброчесності. Університет вжив заходів щодо урахування вказаних зауважень та пропозицій. Було затверджено та введено в дію з 01.12.2020 р. Порядок перевірки на наявність академічного плагіату та визначення рівня унікальності тексту кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти усіх освітніх програм та рівнів вищої освіти за допомогою програмно-технічних засобів Unichек та Plagiarism. У зв'язку з запровадженням у ХНУ практики перевірки кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти на наявність академічного плагіату за допомогою програми Unichек, компанія ТОВ «Антиплагіат» провела навчальний вебінар для завідувачів кафедрами, гарантів ОП та осіб, відповідальних за перевірку кваліфікаційних робіт на кафедрах (17.11.2020 р.). Відділ забезпечення якості вищої освіти ХНУ організував тренінг для учасників фокус-груп із забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти на тему: «Самостійна робота студентів: інноваційні форми та доброчесність», який включав модуль «Знайомство з програмою Unichек для перевірки текстів на наявність академічного плагіату». Результати акредитаційних експертів обговорюються на засіданнях науково-методичної ради університету, прийнято наказ від 07.10.2020 №137

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

В університеті на постійній основі запроваджено анкетування (Програма опитування учасників освітнього процесу на 2019-2020 н.р.: <http://vzia.khnu.km.ua/wp-content/uploads/sites/13/2020/02/Programa-opytuvannya.pdf>. Доступ до анкет, та результати анкетування, що проводить відділ забезпечення якості вищої освіти <http://vzia.khnu.km.ua/informatsiya-dlya-garantiv/>, група забезпечення ОП (<http://kopa.khnu.km.ua/anketuvannya/>). Результати опитувань обговорюються на засіданнях ректорату, науково-методичній раді, вчених радах факультетів, засіданнях кафедр де приймаються відповідні рішення щодо покращення процедур внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти. Критерії, за якими відбувається моніторинг та удосконалення ОНП формуються у результаті зворотного зв'язку з науково-педагогічними працівниками, здобувачами, випускниками, партнерами та іншими стейкхолдерами та внаслідок прогнозування розвитку підприємництва і торгівлі. Удосконалення ОНП включає визначення змісту ОНП за результатами останніх досліджень у маркетингу; змін потреб суспільства; очікувань потреб та ступеня задоволення чим аспірантів стосовно ОНП.

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

Внутрішнє забезпечення якості підготовки здобувачів вищої освіти ступеня «доктор філософії» проводиться для періодичного перегляду та моніторингу, оцінки та підвищення якості підготовки здобувачів. Відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (СВЗЯОД) у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/10/03/024.pdf>) відповідальним за функціонування та постійне удосконалення СВЗЯОД ХНУ є ректор. Відповідальним за процеси СВЗЯОД та діяльності в межах процесів є проректори, декани

факультетів, завідувачі кафедр, керівники підрозділів, керівники груп забезпечення спеціальностей, гаранті освітніх програм та уповноважені особи. Керівник СУЯ ХНУ є підпорядкованим та підзвітним безпосередньо ректору ХНУ. Після перевірки структурних підрозділів університету, які є відповідальними за якість реалізації ОП, визначається розбіжність реальних показників від фактичних за основними критеріями, виконується самооцінка та здійснюються управлінські дії направлені на покращення рівня якості освітньої діяльності. Розподіл відповідальності щодо процесів та процедур внутрішнього забезпечення якості відбувається в ХНУ на п'яти рівнях: перший – здобувачі вищої освіти; другий – кафедра та НПП; третій – вчена рада факультету; четвертий – вчена рада університету; п'ятий – наглядова рада університету. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти контролює усі напрями, що здійснює ХНУ щодо постійного підвищення рівня якості освітнього процесу.

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?

У Статуті Хмельницького національного університету (<http://khnu.km.ua/root/files/01/01/001.pdf>): Розділи 6, 9 та 10; Колективному договорі на 2020-2023 рр. між адміністрацією і трудовим колективом (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/01/011.pdf>) зазначено Правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу. Визначені та конкретизовані відповідно до чинних нормативно-правових актів, які регламентують внутрішній розпорядок у ЗВО, у «Правилах внутрішнього трудового розпорядку» (<http://khnu.km.ua/root/files/01/01/003.pdf>). Інші аспекти прав та обов'язків регулюються окремими Положеннями: про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/06/03/0007.pdf>), про порядок перерахування результатів навчання та визначення академічної різниці у ХНУ (<http://khnu.km.ua/root/files/01/06/03/006.pdf>), про організацію освітнього процесу (<http://khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=60>) тощо. Ці та інші документи є у вільному доступі на сайті університету.

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

Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва регулярно співпрацює зі стейкхолдерами, які активно беруть участь не тільки в обговоренні ОНП, але і в забезпеченні освітнього процесу. Для своєчасного отримання зауважень та пропозицій зацікавлених сторін на сайті університету створено відповідну сторінку <https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=51&p=2&f=%D0%94>

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

Інформація про ОНП розміщена на сайті кафедри маркетингу і торговельного підприємництва: <http://mr.khnu.km.ua/op/>.

На сайті ХНУ: <https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=50&p=2&f=%D0%94>

10. Навчання через дослідження

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

Зміст ОНП Маркетинг відповідає науковим інтересам здобувачів вищої освіти третього рівня (доктор філософії) – дисципліни загальнонаукової підготовки сприяють розвитку наукового світогляду аспірантів; дисципліни іншомовної підготовки забезпечують здобувачам рівень англomовного академічного письма та англomовної комунікації, достатній для публікацій та комунікації в міжнародному науковому середовищі; науковим інтересам аспірантів відповідають дисципліни поглибленої професійної підготовки; вибіркові дисципліни, запропоновані кафедрою, містять вирішені наукові проблеми та є прикладами виконання наукових досліджень (відповідають тематиці дисертацій). Зокрема, науковим інтересам здобувачів відповідають ОК: Нездоровіна О.В. – «Сучасні концепції розвитку маркетингу», «Digital комунікації в маркетингу», «Сучасні концепції управління розвитком соціально-економічних систем»; Франчук Л.В. – «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі», «Сучасні концепції розвитку маркетингу», «HR-маркетинг»; Цурської Б.Г. – «Сучасні концепції розвитку маркетингу», «HR-маркетинг»; Королькова В.О. – «Управління науковими проектами», «Start-up маркетинг», «Стратегічний маркетинг-менеджмент»; Субачова М.В. – «Сучасні концепції розвитку маркетингу», «Digital комунікації в маркетингу», «HR-маркетинг», «Start-up маркетинг»; Шевчука Р.О. – «Управління витратами, прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу», «Сучасні концепції розвитку маркетингу», «Start-up маркетинг».

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

Повноцінну підготовку здобувачів вищої освіти до дослідницької діяльності за ОНП спеціальності 075 Маркетинг забезпечують цикл навчальних дисциплін, що формують фахові компетентності, важливі для сучасного дослідника у сфері маркетингу (разом – 38 кредитів ЄТКС). Такими є дисципліни як обов'язкового «Стратегічний маркетинг-менеджмент», «Управління витратами, прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу», «Сучасні методи проведення маркетингових досліджень маркетингових досліджень», «Інформаційні технології в наукових дослідженнях» – 22 кредити ЄТКС), так і вибіркового блоків (16 кредитів ЄТКС – блок з 4 дисциплін сформований таким чином, щоб надати здобувачу можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, відповідної науковим інтересам здобувача та актуальній маркетинговій проблематиці). Іншим блоком є навчальні дисципліни, які забезпечують набуття універсальних навичок дослідника, зокрема усної та письмової презентації результатів власного наукового дослідження українською мовою, застосування сучасних інформаційних технологій у викладацькій діяльності, організації та проведенні навчальних занять, формування та управління проектами, захист прав інтелектуальної власності («Філософія науки», «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі», «Управління науковими проектами», «Асистентська педагогічна практика» загальним обсягом 14 кредитів ЄТКС).

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

Повноцінну підготовку здобувачів вищої освіти до викладацької діяльності за ОНП Маркетинг забезпечують дисципліни «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі» та «Асистентська педагогічна практика». Наявність у блоці дисциплін універсальної підготовки ОНП дисципліни «Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі» обсягом 3 кредити ЄТКС лекційних, практичних занять та самостійної роботи, разом з іншими ОК зі спеціальності забезпечує повноцінну підготовку здобувачів до викладацької діяльності. Практичне закріплення отриманих знань забезпечується педагогічною практикою в обсязі 4 кредити, яка триває в продовж 3, 4 семестрів, що є достатнім для набуття початкових компетентностей для здійснення науково-педагогічної діяльності. В рамках ОК «Асистентська педагогічна практика» здобувач вчиться орієнтуватися в закономірностях освітнього процесу; отримує уявлення про навчання особистості; опановує знання про різні форми, методи, засоби навчання; оволодіває навичками аналізу та подолання конфліктних педагогічних ситуацій тощо. Здобувачі ОНП залучаються до проведення аудиторних занять зі здобувачами інших рівнів вищої освіти, де мають можливість застосувати набуті знання. Так, М.В. Субачов (здобувач 2-го року навчання), за консультаційною підтримкою та вибірковою присутністю відповідальних викладачів у 2020/2021 н.р. проводив практичні заняття з дисциплін «Маркетинговий менеджмент», «Рекламний менеджмент» та «Стратегічний маркетинг».

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

Напрямок досліджень аспірантів визначається на етапі їх вступу на ОНП Маркетинг і супроводжується процедурою узгодження з керівником. Після успішного вступу тема дисертаційної роботи і науковий керівник затверджуються Вченою радою ХНУ. Тема кандидатської дисертації формується у фарватері досліджень наукового керівника з урахуванням публікацій у журналах, індексованих у наукометричних базах даних (<https://bit.ly/3fnSnRR>). За ОНП Маркетинг керівництво аспірантами здійснюють: д.е.н., проф. Ковальчук С.В. (наукова школа «Маркетинг-логістичні технології в умовах трансформаційних змін») – тематика аспірантів: Франчук Л.В. «Маркетингове забезпечення надання освітніх послуг»; Корольков В.О. «Маркетингове забезпечення startup-проектів»; Субачов М.В. «Маркетинг рекреаційної сфери і сфери розваг»; д.е.н., проф. Орлов О.О. (наукова школа «Інновації у плануванні підприємницької діяльності на основі концепції маржинального доходу») – тематика аспірантів: Костюк М.В. «Маркетингове ціноутворення на підприємствах електронної комерції»; Шевчук Р.О. «Формування маркетингової цінової політики підприємства на засадах маржинального підходу»; к.е.н., доцент Кобець Д.Л. (тема докторської дисертації «Стратегізація маркетингової діяльності підприємств в умовах цифрової економіки») – тематика досліджень аспірантів: Нездоровін О.В. «Маркетингове забезпечення діяльності підприємств в умовах цифрової трансформації»; Цурська Б.Г. «Формування системи комунікацій крупноформатного торговельного підприємства».

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

ХНУ організаційно і матеріально забезпечує проведення та апробацію результатів наукових досліджень аспірантів в межах ОНП Маркетинг. План проведення наукових конференцій затверджується проректором з наукової роботи та розміщено на сайті (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&t=2&r=16>). На кафедрі діє Центр маркетингових ініціатив (<http://mr.khnu.km.ua/tsmi/>), в рамках якого виконано низку бюджетних («Управління інноваціями у плануванні і маркетингу на засадах маржинального підходу» ДРН[№] 0117U001169, 2017–2019 рр.) та госпдоговірних («Формування механізмів маркетингового управління дистрибутивною політикою підприємства» ДРН[№] 0117U005269, 2017–2018 рр.) тем, а також кафедральні науково-дослідні теми, у реалізації яких беруть участь здобувачі за ОНП Маркетинг. Результати досліджень здобувачі мають можливість презентувати в рамках щорічних МНПК «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України» та ««Проблеми планування в ринкових умовах», за результатами яких полікуються тези доповідей та статті у «Віснику ХНУ. Серія Економічні науки». Корольков О.В. в межах свого наукового дослідження взяв участь у Конкурсі інноваційних ідей молодих вчених «ІІМВ ХНУ 2021» (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&t=7&r=7215>), його проект «Маркетингове забезпечення startup-проекту FRESH LINE» посів 3-є місце. За проектом підготовлена заявка на отримання патенту. Аспіранти в межах України за кошти ХНУ мають можливість брати участь у конференціях (оплачується дорога та

добові).

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

Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва ХНУ спільно з міжнародними партнерами щорічно проводить дві Міжнародні науково-практичні конференції «Проблеми планування в ринкових умовах», «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України» (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&g=2&p=8>), в яких беруть участь представники іноземних ЗВО та міжнародних дослідницьких структур. Ці конференції є майданчиком для обговорення результатів досліджень здобувачів вищої освіти за третім (доктор філософії) рівнем. Здобувачі також мають змогу брати участь в міжнародних науково-практичних конференціях та наукових заходах і за межами України. Крім того, здобувачі приймають участь у конкурсі інноваційних ідей молодих вчених «ПІМВ ХНУ 2021» (<https://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&g=7&p=7215>) – проект Королькова В.О. «Маркетингове забезпечення startup-проекту «FRESH LINE». Через пандемію зменшилися можливості залучення здобувачів у міжнародних проектах та грантах.

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

Наукові керівники здобувачів та аспіранти за ОНП Маркетинг беруть участь у дослідницьких проектах та науково-дослідних темах, результати яких регулярно публікуються та практично впроваджуються. Так, проф. Орлов О.О., проф. Ковальчук С.В., доцент Кобець Д.Л., аспірант Корольков В.О., аспірант Семенов К.Л. (захистив дисертацію у 2021 р.) брали участь у виконанні держбюджетної прикладної теми «Управління інноваціями у плануванні і маркетингу на засадах маржинального підходу» ДPN^о 0117U001169, 2017–2019 рр.. Проф. Орлов О.О. за 2016-2020 рр. має 4 статті у періодичних виданнях, які включено до наукометричних баз Scopus та/або Web of Science (профіль в Scopus – <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56677499600>, таблиця 2) та 13 статей у фахових виданнях України (таблиця 2). Проф. Ковальчук С.В. за 2016-2020 рр. має 6 статей у періодичних виданнях, які включено до наукометричних баз Scopus та/або Web of Science (профіль в Scopus – <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57192543325>, таблиця 2) та 18 статей у фахових виданнях України (таблиця 2). Доц. Кобець Д.Л. за 2016-2020 рр. має 3 статті у періодичних виданнях, які включено до наукометричних баз Scopus та/або Web of Science (профіль в Scopus – <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57205257317>) та 12 статей у фахових виданнях України. Наукові керівники активно беруть участь в наукових проектах України, що позитивно впливає і на підготовку аспірантів.

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

В університеті діють Положення про діяльність у сфері інтелектуальної власності (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/046.pdf>) та Положення про дотримання академічної доброчесності (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/0005.pdf>), з якими здобувачі ВО ознайомлюються одразу після вступу на ОНП. Дотримання академічної доброчесності як НПП, так і здобувачів підтверджується їх науковими публікаціями, індексованими у визнаних Міжнародних науково-метричних базах – перед опублікуванням такі праці проходять обов'язкову перевірку на плагіат/самоплагіат, і відхиляються при встановленні фактів плагіату/самоплагіату. Перевірки на академічний плагіат підлягають рукописи дисертацій на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук, рукописи статей і монографій. До спеціалізованої вченої ради подаються дисертаційні роботи, які мають підтвердження про відсутність в них академічного плагіату. Для аналізу академічних текстів на плагіат застосовуються такі платформи: Unicheck.com, AntiPlagiarism (<https://ap.khnu.km.ua>)

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

Здобувачі вищої освіти, одразу після вступу на ОП, ознайомлюються із діючими в ХНУ Положеннями: про діяльність ХНУ у сфері інтелектуальної власності (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/046.pdf>) та про дотримання академічної доброчесності в ХНУ (<https://www.khnu.km.ua/root/files/01/10/03/0005.pdf>) Наукове керівництво аспірантів здійснюють особи, які суворо дотримуються академічної доброчесності. У Положенні про дотримання академічної доброчесності в ХНУ за недопущення академічного плагіату у наукових творах несуть персональну адміністративну відповідальність автор та науковий керівник. Так керівник дисертаційної роботи, який систематично допускає наявність академічного плагіату у дисертаційних роботах здобувачів вищої освіти, за рішенням засідання кафедри притягується до дисциплінарного стягнення – відсторонюється від керівництва аспірантами на встановлений відповідним рішенням кафедри термін. Також, до учасників освітнього процесу, які допустили наявність академічного плагіату можуть застосовуватися наступні види академічної відповідальності: позбавлення права голосу у колегіальних органах управління закладом вищої освіти або обмеження права на участь у роботі таких органів на певний термін; позбавлення почесних звань, стипендій, нагород тощо, присудження закладом вищої освіти; позбавлення права брати участь у конкурсах на отримання фінансування наукових досліджень, грантів, стипендій; звільнення.

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Звіт за результатами самоаналізу характеризує ОНП третього рівня (доктор філософії) за спеціальністю 075 Маркетинг. З огляду на задані критерії оцінювання, вимоги профільного законодавства, стандартів і принципів забезпечення якості, що існують в Європейському просторі вищої освіти; мету програми, сформульовану із фокусом на підготовку універсальних навиків дослідника, достатніх для проведення та успішного завершення наукового дослідження і подальшої професійно-наукової діяльності, можна виокремити такі сильні сторони ОНП:

1. ОНП є сучасною, мультидисциплінарною, збалансованою за структурою складовою трирівневою підготовки здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» у ХНУ, що постійно удосконалюється та враховує сучасні тенденції ринку праці та регіональний контекст.
2. ОНП має потужне наукове середовище, що дозволяє здобувачам вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» формуватися як дослідникам спроможним до вирішення сучасних науково-дослідних завдань;
3. В межах ОНП здійснюється співпраця з закладами вищої освіти України, громадськими та дослідницькими організаціями у сфері маркетингу.
4. В рамках ОНП на постійній основі підтримуються тісні взаємовідносини з бізнес-середовищем та стейкхолдерами, що сприяє поєднанню фундаментальної та прикладної підготовки здобувачів ОНП.
5. На базі кафедри маркетингу і торговельного підприємництва ХНУ сформована потужна наукова школа «Маркетинг-логістичні технології в умовах трансформаційних змін», яка сприяє реалізації наукових заходів, науково-дослідних проєктів, міжнародної співпраці з вищими школами країн Європейського союзу;
6. Реалізація ОНП здійснюється на базі матеріально-технічної бази із сучасним програмним забезпеченням та широким і вільним доступом до інформаційних ресурсів та міжнародних наукових баз даних.

Проте, за результатами самоаналізу визначено і слабкі сторони ОНП, що потребують окремої уваги:

1. Відсутність практики викладання дисциплін ОНП англійською мовою, що мало б значно розширити можливості для нового набору та академічної мобільності здобувачів вищої освіти.
2. Незначне залучення здобувачів ОНП до грантової і проєктної діяльності, зокрема – до участі у міжнародних дослідницьких проєктах.

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

Освітня та наукова складові ОНП Маркетинг підлягають постійній верифікації на предмет актуальності і відповідності сучасним тенденціям розвитку ринку та маркетингової наук – це передбачає обов'язковий її перегляд, оновлення та модернізацію у відповідності до передових світових практик за такими напрямками:

- 1) подальше посилення співпраці з бізнес-середовищем та експертами у сфері маркетингу щодо здійснення спільної грантової діяльності;
- 2) активне залучення до освітнього процесу провідних українських та іноземних науковців і фахівців-практиків у сфері маркетингу;
- 3) покращення міжнародної мобільності здобувачів шляхом участі у зарубіжних конференціях та стажуваннях у провідних європейських та іноземних ЗВО;
- 4) формування міжнародного профілю ОНП Маркетинг, у тому числі, через розширення практики виконання освітніх компонентів англійською мовою;
- 5) систематичне оновлення тем наукових досліджень, освітніх компонентів на підставі аналізу ринкових трендів та світових тенденцій розвитку маркетингової науки (шляхом моніторингу наукових публікацій за фахом, участю в наукових заходах, співпраці з бізнес-середовищем; обговорення та прийняття відповідних рішень щодо удосконалення ОНП).

Для здійснення цих завдань ХНУ впродовж наступних 3-х років планує отримати партнерську підтримку в результаті взаємодії із ЗВО, організаціями та установами у рамках договорів про творчу співдружність та співпрацю.

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: Матюх Сергій Анатолійович

Дата: 27.05.2021 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Філософія науки	навчальна дисципліна	<i>Філософія_науки.pdf</i>	EOGuA69rEczwhqJd388JwWQ84SdVL2nbASWU6QzOMTg=	Мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D (1 шт.), стаціонарно змонтований екран 1,50Х0,95 (1 шт.), мобільний пульт дистанційного керування презентацією (1 шт.) - 2019 р., стаціонарно встановлені колонки TUSTer SP-672 (2 шт.) - 2015 р.; ноутбук HP 255 - 20197 р., маніпулятор mouse Pico, принтер Canon LPB-290, багатофункціональний пристрій MF-4018 - 2015 р.
Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі	навчальна дисципліна	<i>Педагогіка_психологія_та_педагогічна_майстерність_у_вищій_школі.pdf</i>	EtqinTvAIw1wMtyC8mAjJT9FvM+yCLbzMDaYjGnr1kA=	Мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D (1 шт.), стаціонарно змонтований екран 1,50Х0,95 (1 шт.), мобільний пульт дистанційного керування презентацією (1 шт.) - 2019 р., стаціонарно встановлені колонки TUSTer SP-672 (2 шт.) - 2015 р.; ноутбук HP 255 - 20197 р., маніпулятор mouse Pico, принтер Canon LPB-290, багатофункціональний пристрій MF-4018 - 2015 р.
Управління науковими проектами	навчальна дисципліна	<i>Управління_науковими_проектами.pdf</i>	RdU+iXnjzbiRspz40bw8SV8t/7byYwze9a aB631rQos=	Мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 512G (1 шт.), стаціонарно змонтований екран 1,50Х0,95 (1 шт.), мобільний пульт дистанційного керування презентацією (1 шт.) - 2019 р., стаціонарно встановлені колонки TUSTer SP-672 (2 шт.) - 2015 р.; ноутбук Canon BN 700 - 2018 р., маніпулятор mouse 4 TECH, принтер Canon LPB-290, багатофункціональний пристрій MF-4018 - 2015 р. Робоча станція для викладачів типу "Офісний ПК" Монітор XEROX - 2015 р.
Асистентська педагогічна практика	практика	<i>RP_praktiki_aspirantiv_2021_ocm.pdf</i>	KxxB1PoMb3YO9CMApPHyRT/A7ZzGLP F6u3dLEiNsXEY=	Мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 512G (1 шт.), стаціонарно змонтований екран 1,50Х0,95 (1 шт.), мобільний пульт дистанційного керування презентацією (1 шт.) - 2019 р., стаціонарно встановлені колонки TUSTer SP-672 (2 шт.) - 2015 р.; ноутбук Canon BN 700 - 2018 р., маніпулятор mouse 4 TECH, принтер Canon LPB-290, багатофункціональний пристрій MF-4018 - 2015 р. Робоча станція для викладачів типу "Офісний ПК" Монітор XEROX - 2015 р.
Іноземна мова за академічним спрямуванням	навчальна дисципліна	<i>Іноземна_мова_за_академічним_спрямуванням.pdf</i>	USL0s+NE5W1cLxA T3LLnRxC3kuaXoU +FPf+Ab6DdpJo=	Мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D (1

				шт.), стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95 (1 шт.), мобільний пульт дистанційного керування презентацією (1 шт.) - 2019 р., стаціонарно встановлені колонки TUSTer SP-672 (2 шт.) - 2015 р.; ноутбук HP 255 - 20197 р., маніпулятор mouse Pico, принтер Canon LPB-290, багатофункціональний пристрій MF-4018 - 2015 р.; лінгафонне обладнання аудіо - відеокасет.
Іноземна мова: іношомовна комунікація	навчальна дисципліна	<i>Іноземна мова іншомовна комунікація.pdf</i>	biDGhdP3BCVHNM oGHorDoBA/YsoB7T 7PDnV5Y1LIW9g=	Мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D (1 шт.), стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95 (1 шт.), мобільний пульт дистанційного керування презентацією (1 шт.) - 2019 р., стаціонарно встановлені колонки TUSTer SP-672 (2 шт.) - 2015 р.; ноутбук HP 255 - 20197 р., маніпулятор mouse Pico, принтер Canon LPB-290, багатофункціональний пристрій MF-4018 - 2015 р.; лінгафонне обладнання аудіо - відеокасет.
Управління витратами, прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу	навчальна дисципліна	<i>Управління витратами Маржинальний підхід.pdf</i>	aXThWKdjv1opGH7 CqO+oJTIAOs71fq1g E5SdqBhxYOk=	Мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D (1 шт.), стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95 (1 шт.), мобільний пульт дистанційного керування презентацією (1 шт.) - 2019 р., стаціонарно встановлені колонки TUSTer SP-672 (2 шт.) - 2015 р.; ноутбук HP 255 - 20197 р., маніпулятор mouse Pico, принтер Canon LPB-290, багатофункціональний пристрій MF-4018 - 2015 р. Робоча станція для викладачів типу "Офісний ПК" Монітор Samsung Syne Master - 2015 р.
Інформаційні технології в наукових дослідженнях	навчальна дисципліна	<i>Інформаційні технології в наукових дослідженнях.pdf</i>	wSIDD2DKEeLkiecC Rrucg2k1PrtGkWMC fScNksgfytc=	Мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 512G (1 шт.), стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95 (1 шт.), мобільний пульт дистанційного керування презентацією (1 шт.) - 2019 р., стаціонарно встановлені колонки TUSTer SP-672 (2 шт.) - 2015 р.; ноутбук Canon BN 700 - 2018 р., маніпулятор mouse 4 TECH, принтер Canon LPB-290, багатофункціональний пристрій MF-4018 - 2015 р. Робоча станція для викладачів типу "Офісний ПК" Монітор XEROX - 2015 р.
Стратегічний маркетинг-менеджмент	навчальна дисципліна	<i>Стратегічний маркетинг-менеджмент.pdf</i>	r5Nj1mRgdE5zRfrTJ IgVf4/NLYO2Xl4edd Zr759G6us=	Мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D (1 шт.), стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95 (1 шт.), мобільний пульт дистанційного керування презентацією (1 шт.) - 2019 р., стаціонарно встановлені колонки TUSTer SP-672 (2 шт.) - 2015 р.; ноутбук HP 255 - 20197 р., маніпулятор mouse Pico, принтер Canon LPB-290, багатофункціональний пристрій MF-4018 - 2015 р. Робоча станція для викладачів типу "Офісний ПК" Монітор

				<i>Samsung Syne Master – 2015 p.</i>
Сучасні методи проведення маркетингових досліджень	навчальна дисципліна	<i>Сучасні_методи_п роведення_маркет ингових_досліджен _pdf</i>	DdNjVA3BoQceyr+y CZ09GdeJfw9sOWU 59HGrAL4PUxQ=	<i>Мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 512G (1 шт.), стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95 (1 шт.), мобільний пульт дистанційного керування презентацією (1 шт.) - 2019 p., стаціонарно встановлені колонки TUSTer SP-672 (2 шт.) – 2015 p.; ноутбук Canon BN 700 – 2018 p., маніпулятор mouse 4 TECH, принтер Canon LPB-290, багатофункціональний пристрій MF-4018 – 2015 p. Робоча станція для викладачів типу "Офісний ПК" Монітор XEROX – 2015 p.</i>

* 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
132021	Ковальчук Світлана Володимирівна	Зав.кафедрою, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ	Диплом доктора наук ДД 002660, виданий 21.11.2013, Диплом кандидата наук RY 014812, виданий 18.06.1997, Атестат професора 12ІР 002660, виданий 28.04.2015	27	Стратегічний маркетинг-менеджмент	1. Основне місце роботи – ХНУ. 2. Стаж науково-педагогічної діяльності – 26 років. 3. Наявність документа про освіту / науковий ступінь / вчене звання за кафедрою – диплом д. економ. н. / атестат професора кафедри маркетингу і товарознавства; 4. Виконання пункту 30 Ліцензійних умов: відповідає підпунктам: 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18. П. 1. 1. Kovalchuk S. Scientific and methodological approaches to the evaluation of marketing management of enterprises in the context of international diversification / Tanasiichuk, A., Hromova, O., Kovalchuk, S., Perevozova, I., Khmelevskiy, O. // European Journal of Sustainable Development, 2020, 9 (3), С. 349-375. – Джерело доступу: https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/1090/1072 (Scopus). 2. Kovalchuk S.

Modeling the choice of strategies of marketing management of enterprise personnel / S. Kovalchuk, Zaburmekha Ye.M. Kobets D.L. // Naukovyi Visnyk NHU, 2019, № 2 – С. 163-173. – ISSN 2071-2227. – Режим доступу: [https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85065621498&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Kovalchuk&st2=svitlana&nlo=1&nlr=20&nls=count-f&sid=d30dffod202fef7a4dec25bc21a86366&sort=anl&sdt=aut&sl=43&s=AU-ID%28%22Kovalchuk%2c+Svitlana+V.%22+57192543325%29&relpos=1&citeCnt=0&searchTerm=\(Scopus\)](https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85065621498&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Kovalchuk&st2=svitlana&nlo=1&nlr=20&nls=count-f&sid=d30dffod202fef7a4dec25bc21a86366&sort=anl&sdt=aut&sl=43&s=AU-ID%28%22Kovalchuk%2c+Svitlana+V.%22+57192543325%29&relpos=1&citeCnt=0&searchTerm=(Scopus)).

3. Kovalchuk S. Features of building a managerial career based on entrepreneurship education / S. Kovalchuk, Zaburmekha Ye.M. Kobets D.L. // Stoyan Radev Koev, Iryna Moroz, Natalia Mushynska, Olena Kovin'ko // Journal of entrepreneurship education, 2019. – vol: 22. – issue: 1S. – Друж ISSN: 1098-8394; Online ISSN: 1528-2651. – Режим доступу: [https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85064469420&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Kovalchuk&st2=svitlana&nlo=1&nlr=20&nls=count-f&sid=d30dffod202fef7a4dec25bc21a86366&sort=anl&sdt=aut&sl=43&s=AU-ID%28%22Kovalchuk%2c+Svitlana+V.%22+57192543325%29&relpos=3&citeCnt=3&searchTerm=\(Scopus\)](https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85064469420&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=Kovalchuk&st2=svitlana&nlo=1&nlr=20&nls=count-f&sid=d30dffod202fef7a4dec25bc21a86366&sort=anl&sdt=aut&sl=43&s=AU-ID%28%22Kovalchuk%2c+Svitlana+V.%22+57192543325%29&relpos=3&citeCnt=3&searchTerm=(Scopus)).

4. Kovalchuk S. Business scaling using the latest marketing tools / S. Kovalchuk, O. Sadchenko, L. Yakymyshyn, D. Chernenko, A. Zaitseva, A. Dudnyk // International Journal of Recent Technology and Engineering. – 2019. – 8(4). – С. 3889-3894.

5. Kovalchuk S. Formation of a system approach to the optimization of

marketing management at an enterprise / S. Kovalchuk, D. Kobets, L. Dybchuk // Eastern-European journal of enterprise Technologies. – 3/4 (81). – 2016. – P.4-12. Джерело доступу <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57192543325> (Scopus).

П. 2. 1. Ковальчук С.В. Технології неформальної освіти: європейський та вітчизняний досвід / С.В. Ковальчук, Л.Б. Мартинова, А.М. Танасійчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2021. – № 1. – С. 33-38. – Джерело доступу : <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/04/VKNU-ES-2021-N-1-290.pdf>

2. Ковальчук С. В. Сучасні тенденції та тренди маркетингу освітніх послуг / С. В. Ковальчук, Л.В. Франчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2019. – № 4., Т. 3. – С. 30-32.

3. Ковальчук С.В. Концепція розвитку маркетингової діяльності фірми / С.В. Ковальчук, С.В. Біліченко, Т.І Каткова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2018. – №5. – Т.2. – С. 99-101. – Режим доступу : <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdibase/2018/VKNU-ES-2018-N5-T2.pdf>

4. Ковальчук С.В. Управління брендами у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств / С.В. Ковальчук, О.М. Ковінько, Н.О. Шевченко // Вісник НУ Львівська політехніка. Серія: Логістика. – № 892, 2018. – С. 114-120. – Режим доступу: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdibase/2018/VKNU-ES-2018.№892-T2.pdf>.

5. Ковальчук С.В. Вплив некомерційних організацій на бізнес-середовище українських підприємств / С.В. Ковальчук, М.С. Принько // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2018. – №3. – Т.2. – С.104-112

6. Ковальчук С.В. Застосування сценарного підходу до впровадження маркетингових стратегій управління персоналом у діяльність машинобудівних підприємств / С.В. Ковальчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. : Науковий журнал. – №6, Т.1. – 2017 – С.7-16.

П. 3. 1. Kovalchuk S.V. Research, development and elements evaluation of marketing and logistics support of enterprises in production and trade chains / S.V.Kovalchuk, K. L.Semenov // Economic Development: Global Trends and National Peculiarities. – Collective monograph. – Poland: «Publishing House «Baltija Publishing», 2020. – 600 p. – P.514-529.

2. Ковальчук С.В. Формування ефективної дистрибутивної системи як складника успішного бізнесу / С.В. Ковальчук, Л.В. Дибчук // Інституціалізація як фактор забезпечення розвитку системи інвестиційно-інноваційної безпеки України : колективна монографія / За заг. ред. О. Л. Гальцової. – Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2019. – С. 382-398. – ISBN 978-966-916-840-5. Джерело доступу: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/7844>.

3. Ковальчук С.В. Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у інноваційному управлінні бізнесом /

С.В. Ковальчук, К.Л. Семенов // Innovative development of the economy: global trends and national features. – Collective monograph / – Lithuania: Publishing House «Baltija Publishing». – 2018. – С. 604-618. – ISBN 978-9934-62683-571-76-3. – 716 р. Джерело доступу: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/7839>.

4. Kovalchuk S. The evolutionary approach to the formation of a complex of marketing communications / S. Kovalchuk, L. Dubchuk // Transformations in Contemporary Society: Economic Aspects. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2017. – P. 168-177. – ISBN 978 – 83-62683-96-3. – pp.348.

5. Ковальчук С.В. Актуальні питання комплексного оцінювання інноваційної діяльності промислових підприємств : монографія / О.О. Орлов, О.І. Гончар, С.В. Ковальчук, Є.Г. Рясних. – Хмельницький, ХНУ, 2017. – 552.

6. Ковальчук С.В. Маркетинг : навчальний посібник / С.В. Ковальчук, В.Л. Карпенко, Л.М. Коваль, Р.В. Бойко, Л.А. Бичікова та ін.; [за ред. канд. екон. наук Ковальчук С.В.]. – Львів : Новий Світ – 2000, 2018. – 679 с.

7. Ковальчук С.В. Рекламний менеджмент: [навчальний посібник] / С.В. Ковальчук, Р.В. Бойко, А.В. Корюгін та ін. – Львів, «Новий світ-2000», 2017. – 269 с.

8. Ковальчук С.В. Маркетингова товарна політика: [навчальний посібник] / С.В. Ковальчук, В.Л. Карпенко та ін. – Львів, «Новий світ-2000», 2016. – 281 с.

9. Маркетингова цінова політика : навч. посібник./ С.В. Ковальчук, І.В. Гвоздецька, С.М. Синиця. – Львів: «Новий Світ-2000»,

2016. – 352 с.
П. 4. Керівництво дисертацією на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук:
1. Ковінько Олена Миколаївна
«Маркетингове управління бізнес-діяльністю підприємств в умовах міжнародної диверсифікації». Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Науковий керівник – Ковальчук С.В. Захист відбувся 03.07.2018 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 11.051.03 у Донецькому національному університеті імені Василя (м. Вінниця).
Керівництво дисертацією на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук:
1. Семенов Костянтин Леонідович
«Маркетинг-логістичне забезпечення підприємств у виробничо-торговельних ланцюгах». Галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг». Науковий керівник – Ковальчук С.В. Захист відбувся 26.02.2021 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради ДФ 70.052.007 у Хмельницькому національному університеті
2. Добровольська Катерина Анатоліївна
«Брендинг у виробничо-торговельних ланцюгах». Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Науковий керівник – Ковальчук С.В. Захист відбувся 31.10.2019 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 67.052.05 у Херсонському національному технічному університеті.
3. Лазебник Максим Романович «Механізм

формування комплексу маркетингових комунікацій промислового підприємства». Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності. Науковий керівник – Ковальчук С.В. Захист відбувся 26.03.2019 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 67.052.05 у Херсонському національному технічному університеті.

4. Принько Мар'яна Сергіївна. Тема дисертації: Управління маркетингом підприємств реального сектору економіки на засадах взаємодії з неприбутковими організаціями. Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності. Науковий керівник – Ковальчук С.В. Захист відбувся 26.11.2018 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 67.052.05 у Херсонському національному технічному університеті.

Лиса (Лень) Тамара Валеріївна. Тема дисертації: Маркетингові стратегії управління персоналом підприємства. Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності. Науковий керівник – Ковальчук С.В. Захист відбувся 27.06.2017 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 67.052.05 у Херсонському національному технічному університеті.

П. 5. 1. Програма міжнародного підвищення кваліфікації (стажування) без відриву від виробництва в Університеті третього віку у Громадка гміни

Громадка,
Болеславського
повіту,
Нижнесілецького
воєводства
(Республіка Польща) з
15 лютого 2021 року до
28 травня 2021 року.

2. Член журі
міжнародного
конкурсу EFFIE
AWARDS UKRAINE.
Джерело доступу:
[https://effie.org.ua/con
test/jury/](https://effie.org.ua/con
test/jury/)

3. Комплексний
науковий
міжнародний проект
«Детермінанти
сталого розвитку
економіки» в частині
розробки розділу
«Маркетинг як
ринково-орієнтована
концепція сталого
розвитку» – Довідка
НУ «Києво-
могилянської
академії» № 64/12-28
від 06.06.2019 р.
Міжнародний
науковий проект із
обміну досвідом
забезпечення
навчального процесу у
академії ім. Яна
Длугуша в Ченстохові,
Польща з 12 по 23
березня 2018 р.
П. 7. 1. Уманський
національний
університет
садівництва, ОП
«Маркетинг» за
спеціальністю 075
Маркетинг за
початковим рівнем
(короткий цикл)
вищої освіти, 29-30
березня 2021 р., наказ
№ 538-Е від 11.03.2021
р.

2. Львівський
національний
університет
ветеринарної
медицини та
біотехнологій імені
С.З. Гжицького за
спеціальністю 075
Маркетинг ОП
Маркетинг за другим
рівнем вищої освіти,
07-09 жовтня 2020 р.,
Наказ № 1387-Е від
28.09.2020 р.

3. Національний
університет
«Львівська
Політехніка» ОП
Підприємництво,
торгівля та біржова
діяльність за третім
рівнем вищої освіти
(PhD), 07-09 вересня
2020 р., Наказ №
1130-Е від 27.08.2020
р.

4. Львівський
національний
університет імені

Івана Франка ОП
Підприємництво,
торгівля та біржова
діяльність, 13-14
липня 2020, Наказ №
1020-Е ID 36767.

5. Приватне
акціонерне товариство
Вищий навчальний
заклад «Національна
академія управління»
ОП Маркетинг, 18-
19.06.2020 р., Наказ
№940-Е ID 11659.

6. Кам'янець-
Подільський
національний
університет ім.
Огієнка, 25-27
листопада 2019 р.,
Наказ № 96-Е від
12.11.2019 р.

7. Кам'янець-
Подільському
національному
університеті імені
Івана Огієнка, 25-
27.11.2019 р., наказ
МОН № 96-Е від
12.11.2019 р.

8. Коледж економіки і
права Вінницького
кооперативного
інституту, 29-
31.05.2019 р., наказ
МОН № 524-Л від
15.05.2019 р.

9. Українська академія
друкарства, м. Львів,
15-17.05.2019 р., наказ
МОН № 494-Л від
07.05.2019 р.

10. Кременчуцький
національний
університет імені
Михайла
Островського, 16-18
січня 2019 р., наказ
МОН № 3086-Л від
21.12.2018 р.

11. Запорізький
національний
технічний університет,
20-22.12.2018 р., наказ
МОН № 3031-Л від
13.12.2018 р.

12. Луцький
національний
технічний університет,
13-14.12.2018 р., наказ
МОН № 2434-Л від
06.12.2018 р.

13. Чернівецький
торговельно-
економічний інститут
КНТЕУ, 10-12.12.2018
р., наказ МОН №
2408-Л від 06.12.2018
р.

14. Херсонський
національний
технічний університет
наказ № 489л від
21.12.2017 р., з
26.12.2017 по
28.12.2017 р.

15. Тернопільський
національний
економічний
університет, наказ №
413-л від 5.04.2018, з

15.04.2018р. по
18.04.2018 р.
16. Івано-
Франківський НТУ
нафти і газу, наказ №
1456-л від 10.09.2018
р., з 22.10.2018-
24.10.2018 р., з
28.02.2019 р. по
31.02.2019 р.
17. Тернопільський
національний
економічний
університет, наказ №
413-л від 5.04.2018, з
15.04.2018р. по
18.04.2018 р.
18. Херсонський
національний
технічний університет
наказ № 489л від
21.12.2017 р., з
26.12.2017 по
28.12.2017 р.
Участь у робочій групі
з розробки Концепції
підготовки фахівців за
дуальною формою
здобуття освіти у
вищій та фаховій
передвищій освіті
Міністерства освіти і
науки України за
участі Фонду ім.
Фрідріха Еберга в
Україні та Української
Асоціації Маркетингу,
14.05.2019 р., м. Київ
П. 8. 1.
Відповідальний
виконавець наукової
теми: № 4Б-2017
«Управління
інноваціями у
плануванні і
маркетингу на засадах
маржинального
підходу» (№ ДР
0117U001169, 2017-
2019 рр.)
2. Відповідальний
виконавець наукової
теми: № 01-2017
«Формування
механізмів
маркетингу
управління
дистрибутивною
політикою
підприємства» (№ ДР
0117U005269, 2017-
2018 рр.).
3. Відповідальний
виконавець наукової
теми: № 9-2014
«Формування
механізмів
маркетингового
управління
інноваційно-
інвестиційним
потенціалом
промислових
підприємств» (№ ДР
0114U006427, 2014-
2015 рр.).
4. Керівник
господарської
науково-дослідної
теми: 01-2017 № ДР
0117U005269

«Формування механізмів маркетингового управління дистрибутивною політикою підприємства», замовник ТОВ-підприємство «АВІС», м. Віниця.

5. Виконання функцій члена редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України – Маркетинг в Україні. – Джерело доступу <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>.

6. Виконання функцій члена редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України – Маркетинг і цифрові технології. – Джерело доступу : – <http://mdt-oru.com.ua/files/download/2019/mdt3.4.2019.pdf>.

7. Виконання функцій члена редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України – Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Джерело доступу : – <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/zmisthtml>

П. 9. 1. Член журі конкурсів та олімпіад «Мала академія наук України», 2016-2018 рр.

П. 10. 1. Завідувач кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницького національного університету.

2. Науковий керівник Центру маркетингових ініціатив Хмельницького національного університету

П. 11. 1. Голова разової Спеціалізованої вченої ради ДФ 70.052.006 Хмельницького національного університету з правом прийняття до розгляду та проведення разового захисту дисертації Гавенка Михайла

Станіславовича на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 26.02.2021 р., Наказ МОН України про утворення спеціалізованих вчених рад для присудження ступеня доктора філософії №1555 від 24.12.2020р. (сторінки 7-8).

2. Член спеціалізованої вченої ради ДФ 64.050.002 від 12.2.2020 р., Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», захист дисертації Бойченка Олега Ігоровича «Формування організаційно-економічних засобів підвищення інноваційної сприятливості персоналу промислових підприємств» на здобуття наукового ступеня доктора філософії. Наказ МОН України № 1619 від 24.12.2019 р.

3. Член постійної Спеціалізованої вченої ради К 62.147.01 з правом прийняття до розгляду та проведення захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальностями: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»; 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» при Мукачівському державному університеті, 2017-2019 рр..

4. Член постійної спеціалізованої вченої ради Д 11.051.03 для захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора (кандидата) наук за спеціальностями 08.00.02 – «Світове господарство і міжнародні

економічні відносини», 08.00.07 – «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика», 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» у Донецькому національному університеті імені Василя Стуса, 2017-2019 рр.

Опонування дисертацій доктора філософії:

1. Капустян Ірина Володимирівна «Інформаційно-аналітичні інструменти формування рекламних стратегій та маркетингових комунікацій фармацевтичних підприємств», спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Спеціалізована вчена рада Д 41.052.10 Одеського національного політехнічного університету «05» травня 2021 р.

2. Чернобровкіна С.В. «Формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств» 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 23.10.2020 р., спеціалізована вчена рада Д 67.052.05 у Херсонському національному технічному університеті.

3. Вавлова Вікторія Валеріївна Формування логістичної системи аптечного підприємства Спеціалізована вчена рада Д 35.140.01 Львівського університету бізнесу та права, 03.12.2020 р.

4. Бойченко О.І. «Формування організаційно-економічних засобів підвищення інноваційної сприйнятливості персоналу промислових

підприємств», 073 – Менеджмент, спеціалізованої вченої ради ДФ 64.050.002 від 12.2.2020 р., Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків.

5. Федорова Н.Є. «Адаптація комунікативної складової комплексу маркетингу підприємств харчової галузі до сучасних ринкових умов» 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2019 р. Херсон

6. Морозова О.С. «Економіко-експертний механізм зовнішньоекономічної діяльності газотранспортних підприємств» 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 29.03.2019 р., Івано-Франківськ

7. Воробйов В.В. Комплексна оцінка та прогнозування інвестиційної привабливості підприємства в кризових умовах, 27.05.2019, Львів

8. Лясковець О.В. «Механізм розвитку економічної безпеки підприємств машинобудування», 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 02.06.2018 р. Запоріжжя

9. Устьян О. Ю. «Клієнтоорієнтований маркетинг підприємств сфери розваг і відпочинку», 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 26.10.2018 р., Полтава

Опонування дисертацій доктора наук:

1. Рожко Наталія Ярославівна «Формування поведінки стейкхолдерів на

ринку фруктів та овочів в умовах його структурного та когнітивного розвитку», спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). «31» березня 2021 р., спеціалізована вчена рада Д.47.104.03 у Національному університеті водного господарства та природокористування Міністерства освіти і науки України, м. Рівне.

2. Васильченко Лідія Сергіївна
«Формування та розвиток маркетингових комунікацій підприємства: теорія, методологія і практика». Спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 18 березня 2021 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 73.052.02, Черкаський державний технологічний університет.

3. Попко Олена Володимирівна
Експортоорієнтований маркетинг вітчизняних операторів молочного ринку, 08.00.04 – економіка та управління підприємствами за видами економічної діяльності, спеціалізована вчена рада Д. 47.104.03 НУ Водного господарства та природокористування , 28.12.2020 р.

4. Дейнега І.О.
«Формування комплексу маркетингових комунікацій закладів вищої освіти теорія, методологія, практика», 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», 29.05.2019 р., Херсон

5. Жуков С.А.
«Механізм управління промисловим маркетингом на підприємствах», 08.00.04 –

«Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 26.04.2018 р., Херсон.
6. Якимишин Л.Я. «Логістична парадигма формування ланцюгів поставок товарів повсякденного попиту», 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2017 р., Львів
7. Романенко О.О. «Маркетингові комунікаційні стратегії підприємств в інформаційному суспільстві», 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2017 р., Київ
П. 12. 1. Свідоцтво № 98507 від 09.07.2020 р. Авторське право на Літературний письмовий твір наукового характеру «Оптимізування управління маркетингом підприємств реального сектору економіки на засадах взаємодії з неприбутковими організаціями». Автори: Ковальчук С.В., Кобець Д.Л., Забурмеха Є.М.
2. Свідоцтво № 98508 від 09.07.2020 р. Авторське право на Літературний письмовий твір наукового характеру «Оптимізування механізму формування комплексу маркетингових комунікацій підприємств харчової промисловості». Автори: Ковальчук С.В., Кобець Д.Л., Забурмеха Є.М.
3. Свідоцтво № 98509 від 09.07.2020 р. Авторське право на Літературний письмовий твір наукового характеру «Оцінювання ефективності брендингу у виробничо-торговельних ланцюгах». Автор: Ковальчук С.В.
4. Свідоцтво № 73814 від 12.09.2017

Авторське право на Літературний письмовий твір наукового характеру «Оптимізування системи маркетинг-менеджменту машинобудівного підприємства». Автори: Ковальчук С.В., Кобець Д.Л. 5. Свідоцтво № 57547 від 04.12.2014. «Маркетингового оцінювання конкурентного потенціалу підприємств»; 6. Свідоцтво № 57546 від 04.12.2014. «Маркетингове дослідження страхового ринку та попиту на страхові послуги». 7. Свідоцтво № 57545 від 04.12.2014. «Дослідження маркетингової орієнтованості діяльності страхових компаній» 8. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 35010 від 15 вересня 2010 р. Літературний науковий твір «Методика проведення маркетингових досліджень «Маркетинг-логістичного забезпечення та використання автоматизованих управлінських систем на підприємствах машинобудування». Автори: Ковальчук С.В., Андрушкевич З.М. 9. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 33120. Літературний науковий твір «Методика проведення маркетингових досліджень підприємств легкої промисловості». Автори: Ковальчук С.В., Петрицька О.С. П. 13. 1. Бренд-менеджмент. Методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни студентами денної та заочної форм навчання спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» другого

магістерського рівня /
Нянько В.М.,
Ковальчук С.В. –
Хмельницький: ХНУ,
2020. – 132 с.

2. Ковальчук С.В.
Дипломна робота
магістра : методичні
вказівки до її
виконання для
студентів
спеціальності
«Підприємництво,
торгівля та біржова
діяльність» (ОПП
«Управління
торговельним
бізнесом і комерційна
логістика») / С.В.
Ковальчук, Є.М.
Забурмеха, А.С.
Тельнов, С.А.
Дражниця, З.М.
Андрушкевич. –
Хмельницький: ХНУ,
2019. – 32 с.

3. Ковальчук С.В.
Паблік рілейшнз :
методичні вказівки до
самостійного
вивчення дисципліни
спеціальностей
«Маркетинг»,
«Підприємництво,
торгівля та біржова
діяльність» та
«Фінанси, банківська
справа та
страхування»
студентами денної і
заочної форм
навчання / С.В.
Ковальчук, Є.М.
Забурмеха. –
Хмельницький: ХНУ,
2018. – 107 с.

4. Ковальчук С.В.
Логістика: методичні
вказівки до виконання
курсної роботи для
студентів
спеціальності
«Маркетинг» / С.В.
Ковальчук, З.М.
Андрушкевич. –
Хмельницький : ХНУ,
2017. – 22 с.

5. Ковальчук С.В.
Програма
переддипломної
(магістерської)
практики : Методичні
вказівки для
здобувачів освітнього
ступеню «Магістр»,
які навчаються за
освітньо-професійною
програмою
«Маркетинг»
спеціальності 075
«Маркетинг» / С.В.
Ковальчук, Л.А.
Бичікова, В.Л.
Карпенко, Є.М.
Забурмеха –
Хмельницький : ХНУ,
2017 р. – 33 с.

6. Ковальчук С.В.
Програма
переддипломної
(магістерської)

практики : методичні вказівки для здобувачів освітнього ступеню «Магістр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Оптова і роздрібна торгівля» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / С.В. Ковальчук, А.С. Тельнов, С.А. Дrajниця, Є.М. Забурмеха. – Хмельницький: ХНУ, 2017 р. – 33 с.

7. Ковальчук С.В. Методичні вказівки для написання дипломної роботи для здобувачів освітнього ступеню «Магістр» за освітньо-професійною програмою «Оптова і роздрібна торгівля» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / С.В. Ковальчук, З.М. Андрушкевич, А.С. Тельнов, С.А. Дrajниця, Є.М. Забурмеха. – Хмельницький : ХНУ, 2017. – 21 с.

8. Ковальчук С.В. Стратегічний маркетинг : методичні вказівки до виконання курсової роботи для студентів спеціальностей «Маркетинг» і «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / С.В. Ковальчук, І.В. Гвоздецька. – Хмельницький : ХНУ, 2017. – 29 с.

9. Ковальчук С.В. Створення та управління брендами : методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни студентами денної та заочної форм навчання спеціальностей: «Маркетинг» та «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» (Управління торговельним бізнесом і комерційна логістика) / С.В. Ковальчук, В.М. Нянько. – Хмельницький : ХНУ, 2017. – 48 с.

10. Ковальчук С.В. Маркетинг : Методичні вказівки до виконання курсової роботи для студентів спеціальності

«Маркетинг» // С.В. Ковальчук, О.Б. Вальков. – Хмельницький : ХНУ, 2017. – 27 с.
Електронне видання
11. Ковальчук С.В. Комерційне товарознавство: послуги : Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни студентами денної та заочної форм навчання напряму підготовки 07 «Управління та адміністрування» / С.В. Ковальчук, С.А. Дrajниця, Є.М. Забурмеха. – Хмельницький : ХНУ, – 2016 р. – 124 с.
12. Ковальчук С.В. Лідерство та партнерство і підприємницькій діяльності : навчально методична праця ХНУ (2018 р.) / С.В. Ковальчук, Є.М. Забурмеха.
Електронно-освітній ресурс (дистанційний курс № 1439. – Режим доступу : https://de.khnu.km.ua/k_default.aspx?M=k1439&lng=1.
П. 14. 1. Член галузевої конкурсної комісії II туру Всеукраїнського конкурсу студентів наукових робіт зі спеціалізації «Економіка та управління у сфері торгівлі», 2020/2021 н.р, Харківський державний університет харчування та торгівля, 27 квітня 2021 р.
(<https://www.hduht.edu.ua/index.php/uk/conf/2031-conk-econ-21>).
2. Член галузевої конкурсної комісії II туру Всеукраїнського конкурсу студентів наукових робіт з галузей знань та спеціальностей 2020/2021 н.р. зі спеціальності «Маркетинг», 22 квітня 2021 р., Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро.
3. Член організаційного комітету V Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності

«Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавр, магістр, м. Хмельницький, ХНУ, 14 квітня 2021 р.

4. Член організаційного комітету IV Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавр, магістр, м. Хмельницький, ХНУ, 28 квітня 2020 р.

5. Член журі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг», 14-15 березня 2019 р. та підсумкова конференція 11-12 квітня 2019 р. проведеного на базі Тернопільського національного економічного університету.

6. Член журі Всеукраїнської студентської олімпіади з маркетингу, проведеного на базі Одеського національного політехнічного університету, 4-5 квітня 2019 р.

7. Член організаційного комітету III Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавр, спеціаліст, магістр проведеного на базі кафедри маркетингу і торговельного підприємництва ХНУ 12 квітня 2019 р.

8. Член організаційного комітету II Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавр, спеціаліст, магістр проведеного на базі кафедри маркетингу і

торговельного підприємництва ХНУ
13 квітня 2018 р.
9. Член організаційного комітету I Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавр, спеціаліст, магістр проведеного на базі кафедри маркетингу і товарознавства ХНУ 29 березня 2017 р.
Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт)
1. I місце. Галюк Яна Дмитрівна
«Формування ефективного комплексу маркетингових комунікацій підприємства на матеріалах ТОВ «ЕЛЕЮС». II тур V Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавр, магістр, м. Хмельницький, ХНУ, 14 квітня 2021 р.
2. II місце. Рясних А.А.
«Формування ефективного комплексу маркетингових комунікацій брендингу підприємства (на прикладі ТОВ «Елеюс»)». Шифр: «Бренд-маркетинг». – II тур Всеукраїнського конкурсу студентів наукових робіт з галузей знань та спеціальностей 2020/2021 н.р. зі спеціальності «Маркетинг», 22 квітня 2021 р., Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро.
3. III місце. Болотнікова Х.С.
Удосконалення підприємницької діяльності на засадах цифрових

маркетингових технологій. Шифр «Цифрові технології» – II тур Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціалізації «Економіка та управління у сфері торгівлі», 2020/2021 н.р, Харківський державний університет харчування та торгівля, 27 квітня 2021 р.
(<https://www.hduht.edu.ua/index.php/uk/conf/2031-conk-econ-21>).

4. I місце: Хмарський І.О. Формування системи управління комерційною діяльністю торговельного підприємства за матеріалами ТОВ «Модерн-Трейд», м. Одеса, у II турі IV Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційним рівнем магістр, м. Хмельницький, ХНУ, 28.04.2020 р.

5. I-е місце: Рясних Артур «Гендерна політика як засіб запобігання сексизму в рекламі». Шифр «Сексизм в рекламі» у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг», 4-5 березня 2020 р., Тернопільський національний економічний університет.

6. II місце: Хмарський Ігор О. у II турі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт студентів закладів вищої освіти зі спеціальності «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність», Одеський національний політехнічний університет, 4 червня 2020 р.

7. II місце: Галюк Я.Д. у другому етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» за першим

(бакалаврським) рівнем вищої освіти, Одеса, ОНПУ, 4-5 квітня 2019 р.

8. I місце: Стахов Ю.Ю. Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг» у 2018-2019 н.р. з роботою «Маркетингове забезпечення інноваційних проектів на ринку питної води» – (м. Тернопіль, ТНЕУ, 14-15 березня 2019 р.).

9. II місце: Забурмеха Л.І. у другому етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, 10-11.05.2018 р., Одеса, ОНПУ.

10. III місце: Забурмеха Л.І. Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг» у 2017-2018 н.р. з роботою «Маркетингові стратегії управління персоналом підприємства» – (м. Тернопіль, ТНЕУ, квітень 2018 р.).

11. Диплом II ступеня: Корольков В.О. Всеукраїнський конкурс дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» – (м. Хмельницький, 13.04.2018 р.).

12. Диплом I ступеня: Бариш К. Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт за напрямом «Маркетинг» – (м. Хмельницький, 13.04.2018 р.).

13. III місце Забурмеха Л.І. Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт за напрямом «Маркетинг» – (м. Харків, ХНЕУ, квітень 2017 р.).

14. III місце: Корольков В.О. Всеукраїнська студентська олімпіада зі спеціальності 075 «Маркетинг» здобувача освітнього ступеня «магістр». – (м. Київ, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, 7

квітня 2017 року).
III місце Зімонін А.О.
Всеукраїнський
конкурс студентських
наукових робіт
«Економіка та
управління в сфері
торгівлі» – (м. Харків,
квітень 2017 р.)
П. 15. 1. Ковальчук
С.В. Брендинг у сфері
виробництва
органічної продукції /
С.В. Ковальчук,
Добровольська К. //
Маркетинг в Україні,
2020. – №5 – С. 36-50.
– Джерело доступу :
<http://uam.in.ua/upload/iblock/9e3/9e373651304eacbf7006fefe09b5113.pdf>.

2. Ковальчук С.В.
Неформальна освіта –
наша
відповідь COVID-19 /
С. Ковальчук //
Маркетинг в Україні,
2020. – №2 – С. 41-45.
– Джерело доступу :
<http://uam.in.ua/upload/iblock/84c/84c5be38f87e7a5cbf4fad1762c9ab14.pdf>.

3. Ковальчук С.В.
Медіаграмотність як
сучасний інструмент
боротьби з
маніпуляторами та
фейками / С.
Ковальчук, О. Мороз
// Маркетинг в
Україні, 2019. – №5 –
С. 55-64. – Джерело
доступу :
<http://uam.in.ua/upload/iblock/ffb/ffb2da492f0762b70517e8bf380155c6.pdf>.

4. Ковальчук С.В.
Сценарії співпраці
підприємств
реального сектору
економіки з
неприбутковими
організаціями на
засадах
соціальновідповідаль
ного маркетингу / С.В.
Ковальчук, М.
Принько //
Маркетинг в Україні,
2018. № 5. – С. 27-34.
– Джерело доступу :
<http://uam.in.ua/upload/iblock/635/6354b2e571df99ecfcdd94cb2c27d374.pdf>.

5. Ковальчук С.В.
Ринок маркетингових
комунікацій України:
огляд та тенденції
ринку / С. В.
Ковальчук, М. Р.
Лазебник //
Маркетинг в Україні.
– 2016. – № 3. – С. 18-
33. – Джерело доступу
:
<http://uam.in.ua/upload/iblock/a5a/a5a7ab3e>

						<p>9dfe92a7a48fec962cea0b50.pdf. 6. Ковальчук С.В. Розвиток клієнтоорієнтованості засобами краудсорсингу. / С. В. Ковальчук // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5. – С. 34-48. – Джерело доступу : http://uam.in.ua/upload/iblock/243/2431a06e246670ae8e89c71a98006196.pdf П. 16. 1. Всеукраїнська спілка вчених-економістів України. 2. Академік Академії економічних наук України 3. ВГО «Українська Асоціація Маркетингу» П. 18. Наукове консультування ТОВ-підприємство «АВІС», м. Вінниця у 2017-2019 роках та Приват банку м. Хмельницький у 2016-2017 роках на базі Центру маркетингових ініціатив Хмельницького національного університету</p>	
153085	Григорук Павло Михайлович	Зав.кафедрою, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ	Диплом доктора наук ДД 002413, виданий 10.10.2013, Атестат професора 12ПР 010326, виданий 26.02.2015	29	Сучасні методи проведення маркетингових досліджень	<p>Григорук Павло Михайлович Завідувач кафедри автоматизованих систем і моделювання в економіці ні ДФППП.02 Інформаційні технології в наукових дослідженнях Information technology in scientific research</p> <p>ДФППП.04 Сучасні методи проведення маркетингових досліджень Modern methods of marketing research 1. Основне місце роботи – Хмельницький національний університет. 2. Стаж науково-педагогічної діяльності – 36 років. 3. Освіта: Київський державний університет ім. Т. Г. Шевченка, 1985 р. Спеціальність «математика», кваліфікація: математик, викладач, диплом ЛВ №388961 від 28 червня 1985 р. Доктор економічних наук, диплом ДД № 002413 від 10.10.2013</p>

р., спеціальність 08.00.11 – «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці», Тема дисертації: «Економіко-математичне моделювання процесів прийняття маркетингових рішень».

Професор кафедри автоматизованих систем і моделювання в економіці, атестат 12ПР № 010326 від 26.02.2015 р.

4. Виконання пункту 30 Ліцензійних умов: відповідає підпунктам: 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16

П.1. Публікації у періодичних виданнях, які включено до наукометричних баз Scopus (<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219782006>) та Web of Science (<https://publons.com/dashboard/records/publication/>)

1. Khrushch, N., Hryhoruk, P., Novorushchenko, T., Lysenko, S., Prystupa, L., Vahanova, L. Assessment of bank's financial security levels based on a comprehensive index using information technology. CEUR-WS, 2020, Vol. 2713, pp. 239-259, <https://m3e2.cjournal.s.eu/2020/pdf/EEMLP EED2020/paper23.pdf>

2. Kiv A., Hryhoruk P., Khvostina I., Solovieva V., Soloviev V., Semerikov S. Machine learning of emerging markets in pandemic times. SEUR-WS, 2020, Vol. 2713, pp. 1-20. <http://ceur-ws.org/Vol-2713/paper00.pdf>

3. Григорук П.М., Хрущ Н. А. Оцінювання апостеріорної ефективності маркетингових рішень. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2017, №4, С. 149 – 161. <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2017/4/149-161>

П.2. 1. Григорук П. М., Пайонк О. П., Савчук О. П., Хрущ В.

О. Характеристики процесів формування та реалізації інноваційного потенціалу малих та середніх підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2020, №6, С. 54-62. DOI: 10.31891/2307-5740-2020-288-6-8. <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/03/10-1.pdf>

2. Hryhoruk P. M., Khrushch N. A., Chuniak O. V. Conception of modeling the system of ensuring financial economic security. Науковий вісник Полісся, 2019, № 1 (17), с. 158-165 <http://nvp.stu.cn.ua/article/view/179904>

3. Григорук П. М., Завгородня Т.П., Григорук С.С. Оцінювання результативності діяльності компанії. Моделювання та інформаційні системи в економіці, 2018, №96, С. 56-66.

4. Григорук П. М., Хрущ Н. А. Методологічні засади моделювання системи забезпечення фінансово-економічної безпеки в умовах невизначеності і багатомірності ринкового середовища Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка», 2017, №. 1 (7) – С. 198-204 <http://www.msu.edu.ua/visn/?p=2549&lang=uk>

5. Григорук П. М. Нечітка оптимізація в процесах прийняття рішень. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2017, № 2, Т. 2, С. 221-227, http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdftbase/2017/VKNU-ES-2017-N2-Volume2_246.pdf

П.3. монографії і розділи в монографіях:

1. Hryhoruk P., Khrushch N., Grygoruk S. Managerial decision-making using fuzzy

preference relations // Actual problems of modern science: monograph / Edited by Skyba M., Topolinski T., Musial J., Polishchuk O, Bydgoszcz: UTP University of Science and Technology, 2019, pp. 66-77, ISBN 978-83-938655-4-3

2. Hryhoruk P.M. Methodological bases for modeling marketing decision-making in conditions of uncertainty and multidimensionality of market environment // Foresight management: formation and transformation adaptive business organizations: International collective monograph / Edited by O. Garafonova, Tbilisi : Promotion agency "MP Group", 2017, Vol 1, pp. 120-130, ISBN 978-9941-27-828-0

П.6. Проведення занять з дисципліни «Methodology of scientific and applied research in management» в обсязі 87 год, 2020 р.

П.7. Робота у складі експертних груп Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, 2019-2021 рр.

П.8. 1. Головний редактор наукового видання «Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки», включеного до переліку наукових фахових видань України, категорія «Б».
http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?page_id=31

2. Редактор видання "Proceedings of the 6th International Conference on Strategies, Models and Technologies of Economic Systems Management". Series: Advances in Economics, Business and Management Research, 2019, vol. 95. Paris, Atlantis Press.

3. Прикладне наукове дослідження «Моделювання інноваційного ресурсного потенціалу в стратегіях безпечного розвитку

підприємств малого та середнього бізнесу» (з 2020 р., ДР №0120U102123. МОН України.
Відповідальний виконавець.
4. Фундаментальне наукове дослідження «Моделювання фінансово-економічної безпеки підприємницьких структур в стратегіях їх інноваційного розвитку» (2017-2019 рр., ДР № 0117U001170).
Відповідальний виконавець.
П.9. Голова журі III етапу Всеукраїнської учнівської олімпіади з інформаційних технологій (з 2014 р.)
П.10 Завідувач кафедри автоматизованих систем і моделювання в економіці, з 2016 р.
П.11. Участь в атестації наукових кадрів
1. Член спеціалізованої вченої ради Д70.052.01 Хмельницького національного університету, з 2015 р.
2. Опонування дисертаційних робіт на здобуття наукового ступеня кандидата наук:
- Гнот Т. В., тема дисертації «Моделювання стратегії інтернет-маркетингу з використанням інструментарію Data Science», 2021 р., спец. рада Д 26.006.07 у ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
- Климкович І. В., тема дисертації «Моделі оцінювання фінансової стійкості банківської системи», 2021 р., спец. Рада Д 20.051.12 у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
П.13. Наявність виданих конспектів лекцій/методичних вказівок:
1. Григорук П.М., Завгородня Т.П. Манталюк, О.В., Проскурович О.В.. Економіко-математичні методи та моделі: оптимізаційні методи та моделі : методичні

вказівки до
самостійного
вивчення дисципліни
студентами
економічних
спеціальностей
[Електронний ресурс],
Хмельницький: ХНУ,
2018. (сертифікат
64e/18)

2. Григорук П.М., Т
Завгородня.П.,
Горбатюк К. В.,
Овчиннікова О. Р.
Економіко-
математичні методи
та моделі:
економетрика :
методичні вказівки до
самостійного
вивчення дисципліни
студентами
економічних
спеціальностей
[Електронний ресурс].
Хмельницький: ХНУ,
2018. (сертифікат
81e/18)

3. Григорук П. М.,
Дупляк О. М.
Моделювання
фінансових ринків:
методичні вказівки до
самостійного
вивчення дисципліни
для студентів
спеціальності
«Економіка»
(спеціалізація
«Економічна
кібернетика»
[Електронний ресурс].
Хмельницький: ХНУ,
2017. (сертифікат
№71e/17)

П.14. 1. Макаров А.,
гр.. ЕКм-17-1. 3 місце
на II етапі
Всеукраїнського
конкурсу студентських
наукових робіт зі
спеціалізації
«Економічна
кібернетика», м.
Львів, Львівський
національний
університет імені
Івана Франка, 2018 р.

2. Макаров А.,
Шимонюк В. гр. ЕК-
13-1. 3 місце на II етапі
Всеукраїнського
конкурсу студентських
наукових робіт за
напрямком
«Математичні методи,
моделі в економіці»,
м. Запоріжжя,
Запорізький
національний
університет, 2017 р.

3. Гензера О. гр. ФКс-
16-1, Остапчук О.,
Савенко А. гр. ТО-13-1.
3 місце на I етапі
Всеукраїнської
студентської
олімпіади з
програмування», м.
Хмельницький,
Хмельницький

національний університет, 2017 р.
4. Гензера О. гр. ФБСм-18-1, Тима Н., Махмудов І. гр. ТНм-18-1. 2 місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з програмування», м. Хмельницький, Хмельницький національний університет, 2019 р.
5. Член журі II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з економічної кібернетики, 2014-2019 рр.
6. Член галузевої конкурсної комісії Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціалізації «Економічна кібернетика», 2018 - 2021 рр.
7. Член оргкомітету I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з програмування, 2017-2021 рр.
П.15. Наявність дискусійних публікацій з наукової тематики
1. Григорук П.М. Експериментальні методи сучасних маркетингових досліджень / П.М. Григорук // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XV міжнар. наук.-практ. конф. (Хмельницький, 26–28 листоп. 2020 р.). – Хмельницький : ХНУ, 2020. – С.36-39. – ISBN 978-966-330-356-7
2. Hryhoruk P. Assessing the Investment Capacity of the Agricultural Sector: Case of Ukraine / P. Hryhoruk, N. Khrushch, S. Grygoruk // Proceedings of the 2020 10th International Conference on Advanced computer information technologies ASIT'2020. – Deggendorf, Germany, 2020. – pp. 183-187. – Режим доступу: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9208927>
3. Григорук П. М. Підхід до визначення рівня внутрішнього

забезпечення якості освіти на інституційному рівні / П. М. Григорук, С. С. Григорук // Проблеми використання інформаційних технологій в освіті, науці та промисловості : XIII міжнар. конф. (23-24 листоп. 2017 р.) : зб. наук. пр. / ред. кол. Г. Г. Півняк та ін.; М-во освіти і науки України; Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро : НТУ «ДП», 2018. – С. 13-17.

4. Григорук П.М. Особливості функціонування підприємств малого бізнесу в умовах пандемії / П.М. Григорук // Стратегії, моделі та технології управління економічними системами / Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (8-9 жовтня 2020 р., м. Хмельницький). – Хмельницький: ХНУ, 2020. – С. 368-371

5. Hryhoruk P. Model for Self-assessment of the Internal Quality Assurance System in Context of European Standards and Guidelines Requirements [Електронний ресурс] / P. Hryhoruk, S. Grygoruk, M. Mazurkiewicz // Advances in Economics, Business and Management Research / Eds: P. Hryhoryuk, N. Khrushch. – 2019. – vol 95. – pp. 70-75. – Режим доступу: <https://www.atlantispress.com/proceedings/smtesm-19/125917623>. – doi: <https://doi.org/10.2991/smtesm-19.2019.15>

6. Григорук П.М. Теоретичні аспекти визначення оптимального оцінювання латентної якості / / П. М. Григорук // Механізми, стратегії, моделі та технології управління економічними системами за умов інтеграційних процесів: теорія, методологія, практика / Матеріали V ювілейної

						<p>Міжнародної науково-практичної конференції (5-7 жовтня 2018р., м. Мукачево). – Хмельницький 2018. – С. 143-144.</p> <p>П.16. 1. Член Хмельницької обласної організації спілки економістів України, посвідчення № 087, член правління спілки з 2021 р.</p> <p>2. Академік академії економічних наук України, диплом №940 від 16.06.2014 р.</p> <p>3. Член Української асоціації дослідників освіти, сертифікат № 42/2021 від 15.01.2021</p> <p>4. Член Громадського об'єднання «Всеукраїнська громадська науково-методична рада з економічної кібернетики».</p>
153085	Григорук Павло Михайлович	Зав.кафедрою, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ	Диплом доктора наук ДД 002413, виданий 10.10.2013, Аттестат професора 12ПР 010326, виданий 26.02.2015	29	<p>Інформаційні технології в наукових дослідженнях</p> <p>Григорук Павло Михайлович Завідувач кафедри автоматизованих систем і моделювання в економіці ні ДФППП.02 Інформаційні технології в наукових дослідженнях Information technology in scientific research</p> <p>ДФППП.04 Сучасні методи проведення маркетингових досліджень Modern methods of marketing research 1. Основне місце роботи – Хмельницький національний університет. 2. Стаж науково-педагогічної діяльності – 36 років. 3. Освіта: Київський державний університет ім. Т. Г. Шевченка, 1985 р. Спеціальність «математика», кваліфікація: математик, викладач, диплом ЛВ №388961 від 28 червня 1985 р. Доктор економічних наук, диплом ДД № 002413 від 10.10.2013 р., спеціальність 08.00.11 – «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці», Тема</p>

дисертації:
«Економіко-математичне моделювання процесів прийняття маркетингових рішень».

Професор кафедри автоматизованих систем і моделювання в економіці, атестат 12ПР № 010326 від 26.02.2015 р.

4. Виконання пункту 30 Ліцензійних умов: відповідає підпунктам: 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16

П.1. Публікації у періодичних виданнях, які включено до наукометричних баз Scopus (<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219782006>) та Web of Science (<https://publons.com/dashboard/records/publication/>)

1. Khrushch, N., Hryhoruk, P., Novorushchenko, T., Lysenko, S., Prystupa, L., Vahanova, L. Assessment of bank's financial security levels based on a comprehensive index using information technology. CEUR-WS, 2020, Vol. 2713, pp. 239-259, https://m3e2.cjournal.s.eu/2020/pdf/EEMLP_EED2020/paper23.pdf

2. Kiv A., Hryhoruk P., Khvostina I., Solovieva V., Soloviev V., Semerikov S. Machine learning of emerging markets in pandemic times. SEUR-WS, 2020, Vol. 2713, pp. 1-20. <http://ceur-ws.org/Vol-2713/paper00.pdf>

3. Григорук П.М., Хрущ Н. А. Оцінювання апостеріорної ефективності маркетингових рішень. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2017, №4, С. 149 – 161. <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2017/4/149-161>

П.2. 1. Григорук П. М., Пайонк О. П., Савчук О. П., Хрущ В. О. Характеристики процесів формування та реалізації інноваційного потенціалу малих та середніх підприємств. Вісник

Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2020, №6, С. 54-62. DOI: 10.31891/2307-5740-2020-288-6-8. <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/03/10-1.pdf>

2. Hryhoruk P. M., Khrushch N. A., Chuniak O. V. Conception of modeling the system of ensuring financial economic security. Науковий вісник Полісся, 2019, № 1 (17), с. 158-165 <http://nvp.stu.cn.ua/article/view/179904>

3. Григорук П. М., Завгородня Т.П., Григорук С.С. Оцінювання результативності діяльності компанії. Моделювання та інформаційні системи в економіці, 2018, №96, С. 56-66.

4. Григорук П. М., Хрущ Н. А. Методологічні засади моделювання системи забезпечення фінансово-економічної безпеки в умовах невизначеності і багатомірності ринкового середовища Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка», 2017, №. 1 (7) – С. 198-204 <http://www.msu.edu.ua/vishn/?p=2549&lang=uk>

5. Григорук П. М. Нечітка оптимізація в процесах прийняття рішень. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2017, № 2, Т. 2, С. 221-227, http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdibase/2017/VKNU-ES-2017-N2-Volume2_246.pdf

П.3. монографії і розділи в монографіях:

1. Hryhoruk P., Khrushch N., Grygoruk S. Managerial decision-making using fuzzy preference relations // Actual problems of modern science: monograph / Edited by Skyba M., Topolinski T., Musial J., Polishchuk O,

Bydgoszcz: UTP
University of Science
and Technology, 2019,
pp. 66-77, ISBN 978-
83-938655-4-3

2. Hryhoruk P.M.
Methodological bases
for modeling marketing
decision-making in
conditions of
uncertainty and
multidimensionality of
market environment //
Foresight management:
formation and
transformation
adaptive business
organizations:
International collective
monograph / Edited by
O. Garafonova, Tbilisi :
Promotion agency "MP
Group", 2017, Vol 1, pp.
120-130, ISBN 978-
9941-27-828-0

П.6. Проведення
занять з дисципліни
«Methodology of
scientific and applied
research in
management» в обсязі
87 год, 2020 р.

П.7. Робота у складі
експертних груп
Національного
агентства із
забезпечення якості
вищої освіти, 2019-
2021 рр.

П.8. 1. Головний
редактор наукового
видання «Вісник
Хмельницького
національного
університету.
Економічні науки»,
включеного до
переліку наукових
фахових видань
України, категорія
«Б».
http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?page_id=31

2. Редактор видання
"Proceedings of the 6th
International
Conference on
Strategies, Models and
Technologies of
Economic Systems
Management". Series:
Advances in Economics,
Business and
Management Research,
2019, vol. 95. Paris,
Atlantis Press.

3. Прикладне наукове
дослідження
«Моделювання
інноваційного
ресурсного потенціалу
в стратегіях
безпечного розвитку
підприємств малого та
середнього бізнесу» (з
2020 р., ДР
№0120U102123. МОН
України.
Відповідальний
виконавець.

4. Фундаментальне наукове дослідження «Моделювання фінансово-економічної безпеки підприємницьких структур в стратегіях їх інноваційного розвитку» (2017-2019 рр., ДР № 0117U001170).
Відповідальний виконавець.
П.9. Голова журі III етапу Всеукраїнської учнівської олімпіади з інформаційних технологій (з 2014 р.)
П.10 Завідувач кафедри автоматизованих систем і моделювання в економіці, з 2016 р.
П.11. Участь в атестації наукових кадрів

1. Член спеціалізованої вченої ради Д70.052.01 Хмельницького національного університету, з 2015 р.

2. Опонування дисертаційних робіт на здобуття наукового ступеня кандидата наук:

- Гнот Т. В., тема дисертації «Моделювання стратегії інтернет-маркетингу з використанням інструментарію Data Science», 2021 р., спец. рада Д 26.006.07 у ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
- Климкович І. В., тема дисертації «Моделі оцінювання фінансової стійкості банківської системи», 2021 р., спец. Рада Д 20.051.12 у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

П.13. Наявність виданих конспектів лекцій/методичних вказівок:

1. Григорук П.М., Завгородня Т.П., Мангалюк, О.В., Проскурів О.В..
Економіко-математичні методи та моделі: оптимізаційні методи та моделі : методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни студентами економічних спеціальностей [Електронний ресурс],

Хмельницький: ХНУ, 2018. (сертифікат 64e/18)
2. Григорук П.М., Т Завгородня.П., Горбатюк К. В., Овчиннікова О. Р. Економіко-математичні методи та моделі: економетрика : методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни студентами економічних спеціальностей [Електронний ресурс]. Хмельницький: ХНУ, 2018. (сертифікат 81e/18)
3. Григорук П. М., Дупляк О. М. Моделювання фінансових ринків: методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни для студентів спеціальності «Економіка» (спеціалізація «Економічна кібернетика» [Електронний ресурс]. Хмельницький: ХНУ, 2017. (сертифікат №71e/17)
П.14. 1. Макаров А., гр.. ЕКм-17-1. 3 місце на II етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціалізації «Економічна кібернетика», м. Львів, Львівський національний університет імені Івана Франка, 2018 р.
2. Макаров А., Шимонюк В. гр. ЕК-13-1. 3 місце на II етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за напрямком «Математичні методи, моделі в економіці», м. Запоріжжя, Запорізький національний університет, 2017 р.
3. Гензера О. гр. ФКс-16-1, Остапчук О., Савенко А. гр. ТО-13-1. 3 місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з програмування», м. Хмельницький, Хмельницький національний університет, 2017 р.
4. Гензера О. гр. ФБСм-18-1, Тима Н., Махмудов І. гр. ТНм-18-1. 2 місце на I етапі Всеукраїнської

студентської олімпіади з програмування», м. Хмельницький, Хмельницький національний університет, 2019 р.

5. Член журі II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з економічної кібернетики, 2014-2019 рр.

6. Член галузевої конкурсної комісії Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціалізації «Економічна кібернетика», 2018 - 2021 рр.

7. Член оргкомітету I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з програмування, 2017-2021 рр.

П.15. Наявність дискусійних публікацій з наукової тематики

1. Григорук П.М. Експериментальні методи сучасних маркетингових досліджень / П.М. Григорук // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XV міжнар. наук.-практ. конф. (Хмельницький, 26–28 листоп. 2020 р.). – Хмельницький : ХНУ, 2020. – С.36-39. – ISBN 978-966-330-356-7

2. Hryhoruk P. Assessing the Investment Capacity of the Agricultural Sector: Case of Ukraine / P. Hryhoruk, N. Khrushch, S. Grygoruk // Proceedings of the 2020 10th International Conference on Advanced computer information technologies ASIT'2020. – Deggendorf, Germany, 2020. – pp. 183-187. – Режим доступу: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9208927>

3. Григорук П. М. Підхід до визначення рівня внутрішнього забезпечення якості освіти на інституційному рівні / П. М. Григорук, С. С. Григорук // Проблеми використання інформаційних

технологій в освіті, науці та промисловості : XIII міжнар. конф. (23-24 листоп. 2017 р.) : зб. наук. пр. / ред. кол. Г. Г. Півняк та ін.; М-во освіти і науки України; Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро : НТУ «ДП», 2018. – С. 13-17.

4. Григорук П.М. Особливості функціонування підприємств малого бізнесу в умовах пандемії / П.М. Григорук // Стратегії, моделі та технології управління економічними системами / Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (8-9 жовтня 2020 р., м. Хмельницький). – Хмельницький: ХНУ, 2020. – С. 368-371

5. Hryhoruk P. Model for Self-assessment of the Internal Quality Assurance System in Context of European Standards and Guidelines Requirements [Електронний ресурс] / P. Hryhoruk, S. Grygoruk, M. Mazurkiewicz // Advances in Economics, Business and Management Research / Eds: P. Hryhoryuk, N. Khrushch. – 2019. – vol 95. – pp. 70-75. – Режим доступу: <https://www.atlantispress.com/proceedings/smtesm-19/125917623>. – doi: <https://doi.org/10.2991/smtesm-19.2019.15>

6. Григорук П.М. Теоретичні аспекти визначення оптимального оцінювання латентної якості / / П. М. Григорук //Механізми, стратегії, моделі та технології управління економічними системами за умов інтеграційних процесів: теорія, методологія, практика / Матеріали V ювілейної Міжнародної науково-практичної конференції (5-7 жовтня 2018р., м. Мукачево). – Хмельницький 2018. – С. 143-144.

						<p>П.16. 1. Член Хмельницької обласної організації спілки економістів України, посвідчення № 087, член правління спілки з 2021 р.</p> <p>2. Академік академії економічних наук України, диплом №940 від 16.06.2014 р.</p> <p>3. Член Української асоціації дослідників освіти, сертифікат № 42/2021 від 15.01.2021</p> <p>4. Член Громадського об'єднання «Всеукраїнська громадська науково-методична рада з економічної кібернетики».</p>	
172847	Петрук Наталія Кирилівна	Зав.кафедрою, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНІХ ВІДНОСИН	<p>Диплом доктора наук ДД 006949, виданий 12.11.2008,</p> <p>Диплом кандидата наук ФС 010146, виданий 26.05.1989,</p> <p>Атестат доцента ДЦАР 000666, виданий 23.11.1994,</p> <p>Атестат професора 12ПР 007543, виданий 23.12.2011</p>	31	Філософія науки	<p>1. Основне місце роботи – ХНУ.</p> <p>2. Стаж науково-педагогічної діяльності – 31 рік.</p> <p>3. Наявність документа про освіту / науковий ступінь / вчене звання за кафедрою – диплом д. філософ. н. / атестат професора кафедри філософії та політології;</p> <p>4. Виконання пункту 30 Ліцензійних умов: відповідає підпунктам: 2, 3, 8, 10, 11, 13, 16:</p> <p>П. 2. 1) Петрук Н.К. Гуманітарна освіта в глобальному світі // Філософсько-гуманітарні читання. Вип.3. - Дніпропетровськ, 2016. – С.38-44. 2) N. Petruk. The influence of western european humanistic pedagogy on forming ukrainian school in 16- 17 th centuries // Порівняльна професійна педагогіка, 2017, №7(3). - С.21- 3)</p> <p>Петрук Н.К. Гуманістичні традиції в духовній культурі України: шкільна освіта XVI-XVII ст. // Філософсько-гуманітарні читання. Вип.4. - Дніпропетровськ, 2017. – С.74-83. 4) Петрук Н.К., Гапченко О.В. Громадянське суспільство як нова реальність модерної України // Nauki Spoleczno-Humanistyczne. Polsko-</p>

ukrainskie
czasopismo naukowe,
#01 (17). https://sp-sciences.io.ua/s2624534/petruk_natalia_gapchenko_olena_2018_.civil_society_as_a_new_reality_of_modern_ukraine_social_and_human_sciences_polishukrainian_scientific_journal_01_17_ (accessed 14 January 2018). 5) Н. Петрук. Стратегія розвитку гуманітарної освіти в добу технократизму та глобалізації // Філософія освіти. - Київ, 2020, т.26, №1. С.54-68.

П. 3. Петрук Н.К., Гапченко О.В., Левченко А.В. Філософія науки: навч. посібник / Н.К. Петрук, О.В. Гапченко, А.В. Левченко. – Хмельницький: ХНУ, 2018. - 271 с. (Рекомендовано грифом ХНУ).

П. 8. Член ред. кол. журналів, включених до переліку фахових видань України: «Порівняльна професійна педагогіка», «Актуальні проблеми філології та перекладознавства»; «Наукові записки Вінницького НАУ»; а також іноземного рецензованого видання "Eastern Review" (Лодзь, Польща).

1. Відповідальний виконавець держбюджетної теми «Соціальні організації та інститути в структурі сучасного українського суспільства» (2014-2017 рр.)

П. 10. Завідувач кафедри філософії та політології

П. 11. Член постійної спеціалізованої вченої ради Д 70.052.05 у ХНУ, за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти.

П. 13. Філософські проблеми наукового пізнання: методичні вказівки до семінарських занять для студентів комп'ютерних та радіотехнічних спеціальностей (освітній рівень – магістр) / Н.К. Петрук, О.В. Гапченко, В.М.

						<p>Гоцуляк, А.В. Левченко. – Хмельницький: ХНУ, 2019. – 26 с. П. 16. Член Українського філософського фонду (м. Київ) П. 17. Досвід практичної роботи 31 рік</p>
171196	Олександренко Катерина Валентинівна	Зав.кафедрою, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН	<p>Диплом магістра, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2020, спеціальність: 053 Психологія, Диплом доктора наук ДД 003579, виданий 04.07.2014, Атестат доцента ДЦ 001151, виданий 29.12.2000</p>	3	<p>Іноземна мова: іншомовна комунікація</p> <p>1. Основне місце роботи – ХНУ. 2. Стаж науково-педагогічної діяльності – 30 років. 3. Наявність документа про освіту / науковий ступінь / вчене звання за кафедрою – атестат доцента за кафедрою перекладу; 4. Виконання пункту 30 Ліцензійних умов: відповідає підпунктам: 1, 2, 8, 10, 11, 13, 15, 16: П.1. 4 публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз Scopus та/або Web of Science (https://app.webofknowledge.com/author/#/record/19353996): 1. Akimova N., Oleksandrenko K. Impact of the Internet using experience on the peculiarities of the Internet text understanding //Psycholinguistics. 2019, Vol.26 (1). P.11-36 П.2. 13 публікацій у фахових виданнях України: 1. Олександренко К. Роль і місце іншомовної комунікативної компетентності у формуванні іншомовної діяльності. /Правничий вісник Університету "Крок"/ Вищий навчальний заклад "Університет економіки та права "Крок". - Вип.24. - К., 2016. С. 245-254. 2. Олександренко К. Психологічні особливості програми розвитку ІКК майбутнього фахівця //Вісник Київського національного ун-ту ім. Т. Шевченка. Військово-спеціальні науки. №2(37), 2017. С. 16-20. 3. Олександренко К. Соціально-психологічні механізми розвитку</p>

іншомовної комунікативної компетентності майбутнього фахівця //Проблеми екстремальної та кризової психології: Збірник наукових праць. Вип.20. - Х.: НУЦЗУ, 2016. С.168-177.

4. Олександренко К., Харжевська О. Конкурентоздатність як критерій якості професійної підготовки майбутнього фахівця міжнародника в умовах розвитку ринку освітніх послуг //Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору: Тематичний випуск Переяслав-Хмельницького державного педагогічного ун-ту ім. Г.Сковороди.- Вип.37-1, ТомУ(73).- Гнозис, 2017. С. 413-426.

5. Олександренко К.В. Психологічне обґрунтування прийомів реалізації дидактичних принципів у процесі розвитку іншомовної комунікативної компетентності майбутнього фахівця //36.наукових праць НАДПСУ ім.Богдана Хмельницького . Серія:Психологічні науки№2(7) 2017. с.146-161.

П.8. Член редколегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України. Збірник наукових праць НАДПСУ ім. Богдана Хмельницького. Серія: Психологія

П.10. Завідувач кафедри іноземних мов Хмельницького національного університету з 2016 року.

П.11. Член спеціалізованої Вченої Ради К 70.705.02 НАДПСУ ім..Б.Хмельницького, К 27.053.04 Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету ім. Григорія Сковороди Опонування дисертації на здобуття наукового ступеня

						<p>доктора філософії Івашкевича Е.Е. на тему «Психологічні чинники професійного становлення майбутнього перекладача» (захист 26.11.2018) Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет П.13. 2 Методичні вказівки для самостійної роботи студентів спеціальності «Міжнародні економічні відносини» з англійської мови спеціальності (ч. 1) 2016 рік, (ч. 2) 2017 рік (електронне видання). П.15. 7 науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з професійної тематики: 1. Олександренко К.В., Мисечко О.В. Психологічні та лінгвістичні чинники сприйняття і розуміння іншомовного тексту // EUROPEAN Humanities Studies: State and Society;/2019 №2, pp.147-165 http://elar.khnu.ua/jspui/handle/123456789/8360 П.16. Член Всеукраїнської асоціації психолінгвістів України П.17. Досвід практичної роботи 30 років</p>	
171196	Олександренко Катерина Валентинівна	Зав.кафедрою, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНІХ ВІДНОСИН	Диплом магістра, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2020, спеціальність: 053 Психологія, Диплом доктора наук ДД 003579, виданий 04.07.2014, Атестат доцента ДЦ 001151, виданий 29.12.2000	3	Іноземна мова за академічним спрямуванням	<p>1. Основне місце роботи – ХНУ. 2. Стаж науково-педагогічної діяльності – 30 років. 3. Наявність документа про освіту / науковий ступінь / вчене звання за кафедрою – атестат доцента за кафедрою перекладу; 4. Виконання пункту 30 Ліцензійних умов: відповідає підпунктам: 1, 2, 8, 10, 11, 13, 15, 16: П.1. 4 публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз Scopus та/або Web of Science</p>

(<https://app.webofknowledge.com/author/#/record/19353996>):

1. Akimova N.,
Oleksandrenko K.
Impact of the Internet
using experience on the
peculiarities of the
Internet text
understanding
//Psycholinguistics.
2019, Vol.26 (1). P.11-
36

П.2. 13 публікацій у
фахових виданнях
України:

1. Олександренко К.

Роль і місце
іншомовної
комунікативної
компетентності у
формуванні
іншомовної
діяльності.

/Правничий вісник
Університету "Крок"/
Вищий навчальний
заклад "Університет
економіки та права
"Крок". - Вип.24. - К.,
2016. С. 245-254.

2. Олександренко К.

Психологічні
особливості програми
розвитку ІКК

майбутнього фахівця
//Вісник Київського
національного ун-ту
ім. Т. Шевченка.

Військово-спеціальні
науки. №2(37), 2017.
С. 16-20.

3. Олександренко К.

Соціально-
психологічні
механізми розвитку
іншомовної
комунікативної
компетентності
майбутнього фахівця
//Проблеми

екстремальної та
кризової психології:
Збірник наукових
праць. Вип.20. - Х.:
НУЦЗУ, 2016. С.168-
177.

4. Олександренко К.,
Харжевська О.

Конкурентоздатність
як критерій якості
професійної
підготовки

майбутнього фахівця
міжнародника в
умовах розвитку
ринку освітніх послуг
//Вища освіта України
у контексті інтеграції
до європейського
освітнього

простору: Тематичний
випуск Переяслав-
Хмельницького
державного
педагогічного ун-ту
ім. Г.Сковороди.-
Вип.37-1, ТомУ(73).-
Гнозис, 2017. С. 413-
426.

5. Олександренко К.В.

Психологічне обґрунтування прийомів реалізації дидактичних принципів у процесі розвитку іншомовної комунікативної компетентності майбутнього фахівця //Зб.наукових праць НАДПСУ ім.Богдана Хмельницького . Серія:Психологічні науки№2(7) 2017. с.146-161.

П.8. Член редколегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України. Збірник наукових праць НАДПСУ ім. Богдана Хмельницького. Серія: Психологія

П.10. Завідувач кафедри іноземних мов Хмельницького національного університету з 2016 року.

П.11. Член спеціалізованої Вченої Ради К 70.705.02 НАДПСУ ім..Б.Хмельницького, К 27.053.04 Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету ім. Григорія Сковороди

Опонування дисертації на здобуття наукового ступеня доктора філософії Івашкевича Е.Е. на тему «Психологічні чинники професійного становлення майбутнього перекладача» (захист 26.11.2018) Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет

П.13. 2 Методичні вказівки для самостійної роботи студентів спеціальності «Міжнародні економічні відносини» з англійської мови спеціальності (ч. 1) 2016рік, (ч. 2) 2017 рік (електронне видання).

П.15. 7 науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з професійної тематики:
1. Олександренко К.В., Мисечко О.В.

						<p>Психологічні та лінгвістичні чинники сприйняття і розуміння іншомовного тексту // EUROPEAN Humanities Studies: State and Society; /2019 №2, pp.147-165 http://elar.khnu.ua/jspui/handle/123456789/8360 П.16. Член Всеукраїнської асоціації психолінгвістів України П.17. Досвід практичної роботи 30 років</p>	
148191	Орлов Олівер Олексійович	Професор, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ	<p>Диплом доктора наук ЭК 000869, виданий 19.03.1982, Диплом кандидата наук КН 006243, виданий 23.12.1966, Атестат доцента ДЦ 067096, виданий 07.07.1971, Атестат професора ПР 008948, виданий 24.09.1982</p>	57	<p>Управління витратами, прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу</p>	<p>1. Основне місце роботи – ХНУ. 2. Стаж науково-педагогічної діяльності – 58 років. 3. Наявність документа про освіту / науковий ступінь / вчене звання за кафедрою – диплом доктора економічних наук ДД №000896. спец. 08.00.04 Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) 19.03.1982р. Атестат професора ЄК №0008948 за кафедрою економіки та організації промислового виробництва. 24.09.1982р. 4. Виконання пункту 30 Ліцензійних умов: відповідає підпунктам: 1, 2, 3, 4, 7, 8, 11, 13, 16, 17: П.1. 1. Орлов О.О. Управління цінами, витратами і прибутком за умов багатоміноменклатурного виробництва на засадах концепції маржинального підходу. // О.О. Орлов, Д.Д. Сурмай – Актуальні проблеми економіки №9 (183) 2016. – с.391-400. (Scopus) 2. Oliver Orlov, Kathrin Dumanska, Nataliya Ponomaryova, and Dmytro Kobets. Company's strategic success as the basis of its potential sustainability // E3S Web of Conferences, «The International Conference on Sustainable Futures: Environmental, Technological, Social and Economic Matters</p>

(ICSF 2020)» - Vol. 166, 12002 (2020). (Scopus)
DOI :
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016612002>

П.3. 1. Social and legal aspects of the development of civil society institutions: collective monograph. Part I. // Innovations in industrial production planning based on marginal income concept / O. Orlov, E. Ryasnykh, O.Savchenko. – Warsaw: BMT Erida Sp.z o.o., 2019, p. 475 - 491.

2. Financial-economic and innovative support of entrepreneurship development in the spheres of economy, tourism and hotel-restaurant business: collective monograph / V. Yatsenko, S. Pasięka, and others: [Ed. by Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V.M.}. - Agenda Publishing House, Coventry, UK, 2017.// Р. «Гибкое ценообразование в гостиничном бизнесе на основе маржинального похода» / Орлов О., Рясных Е., Савченко Е. // Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017. - с. 77-88.

3. Орлов О.О.. Актуальні питання комплексного оцінювання інноваційної діяльності підприємств : монографія / Орлов О.О., Гончар О.І., Ковальчук С.В., Рясних Є.Г. – Хмельницький: ХНУ, 2017. – 552 с.

4. Орлов О.О. Інновації у плануванні на основі концепції маржинального доходу: монографія/О.О.Орлов, Є.Г. Рясних.- Львів, «новий Світ-2000» 2019.- 159с.

П.4. Наукове керівництво здобувачем, який одержав документ про присудження наукового ступеня кандидата наук:
1. Сурмай Д.Д. тема: «Управління витратами і прибутком на основі

концепції маржинального підходу на підприємствах легкої промисловості». Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності. Науковий керівник – Орлов О.О. Захист відбувся 31.05.2017 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 70.052.01 у Хмельницькому національному університеті.

2. Нам'ясенко В.М. тема: «Управління ефективністю діяльності промислових підприємств на засадах маржинального підходу» Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності. Науковий керівник – Орлов О.О. Захист відбувся 29.05.2018 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 70.052.01 у Хмельницькому національному університеті.

3. Гавенко М.С. тема дисертації: «Формування конкурентної стратегії торговельного підприємства». Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності. Науковий керівник – Орлов О.О. Захист відбувся 26.02.2021 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 70.052.01 у Хмельницькому національному університеті

П. 8. Член редакційної колегії наукового видання включеного до переліку наукових фахових видань України – Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Джерело доступу : – <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/zmisthtm e.htm>

П.11. Член постійної

							<p>Спеціалізованої вченої ради Д 70.052.01 по захисту дисертацій: з правом прийняття до розгляду та проведення захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальностями: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» ХНУ</p> <p>П.13. 1. Орлов О.О. Курс лекцій для здобувачів ОР «Доктор філософії» «Управління витратами. Прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу» Сертифікат №22e/20. 15.07.2020 р.</p> <p>2. Орлов О.О. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи з курсу «Маркетинг інновацій» для студентів напряму спеціальності 075 «Маркетинг» заочної форми навчання. Сертифікат №61e /17. 1.03.2019 р.</p> <p>3. Орлов О.О. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи з курсу «Маржинальний прибуток в економічних розрахунках організацій» для студентів спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» заочної форми навчання Сертифікат №55 e /15 1.04. 2016 р.</p> <p>П.16. 1. Всеукраїнська спілка вчених-економістів України. 2. Академік Академії економічних наук України 3. ВГО «Українська Асоціація Маркетингу»</p>
178565	Гомонюк Олена Михайлівна	Професор, Основне місце роботи	ГУМАНІТАРН О- ПЕДАГОГІЧН ИЙ ФАКУЛЬТЕТ	Диплом спеціаліста, Кам'янець-Подільський державний педагогічний інститут ім. В.П.Затонського, рік закінчення: 1992, спеціальність:	33	Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі	<p>1. Основне місце роботи – ХНУ. 2. Стаж науково-педагогічної діяльності – 33 роки. 3. Наявність документа про освіту / науковий ступінь / вчене звання за кафедрою – диплом д. пед. Н. (13.00.04 – теорія і методика</p>

6.010102
початкова
освіта, Диплом
доктора наук
ДД 001157,
виданий
26.09.2012,
Диплом
кандидата наук
ДК 012248,
виданий
14.11.2001,
Атестат
доцента ДЦ
009355,
виданий
21.10.2004,
Атестат
професора
12ІР 008842,
виданий
04.06.2013

професійної освіти) /
атестат професора
кафедри практичної
психології та
педагогіки;
4. Виконання пункту
30 Ліцензійних умов:
відповідає
підпунктам: 2, 3, 4, 8,
11, 17, 18:
П. 2. 22 публікації у
фахових виданнях
України:
1) Гомонюк Олена,
Трембач Світлана
Особливості
формування
ключових
компетентностей
майбутніх психологів
у закладах вищої
освіти // Вісник
Національної академії
Державної
прикордонної служби
України. Серія:
психологія
(Електронне наукове
фахове видання)). –
2018. – Вип. 3 –
Режим доступу:
[tps://nadpsu.edu.ua/wr-
content/uploads/2018/
11/visnik_3_2018_psh.
pdf](https://nadpsu.edu.ua/wr-content/uploads/2018/11/visnik_3_2018_psh.pdf).
2) Гомонюк О. М.
Формування
ключових
компетентностей
майбутніх фахівців
соціономічних
професій у закладах
вищої освіти /
Освітній простір
України Вип.14, 2018 :
наук. журнал / голов.
ред. Н.В. Лисенко. –
Івано-Франківськ :
Видавництво ДВНЗ
«Прикарпатський
національний
університет імені
Василя Стефаника»,
2018 – С. 146-155.
3) Гомонюк О.М.,
Потапкіна Л.В.
Впровадження
міждисциплінарного
підходу в професійну
підготовку майбутніх
бакалаврів з фінансів,
банківської справи та
страхування //
Сучасні інформаційні
технології та
інноваційні методики
навчання у підготовці
фахівців: методологія,
теорія, досвід,
проблеми // Зб. наук.
пр. – Випуск 53 /
Редкол. –
КиївВінниця: ТОВ
фірма «Планер»,
2019. – С. 90-94. Index
Sopernicus
International
4) Гомонюк О.М.,
Мельник Л.П.
Втілення зарубіжного

досвіду формування професійнопедагогічної культури майбутніх фахівців соціальної сфери у практику роботи вітчизняних закладів вищої освіти // Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка/ за ред. Л.П. Мельник, В.І. Співака. – Вип. XXX III. Серія : соціальнопедагогічна. – Кам'янець-Подільський : ПП Медобори – 2019. – С.5-15.

5) Vita Khimich, Olena Homoniuk, Mykola Rudnichenko A comparative analysis of professional training of future physical culture teachers in leading European countries Порівняльна професійна педагогіка, Міжнародний науковий фаховий журнал (Comparative Professional Pedagogy). – № 9 (4), 2019 : / голов. ред. Н.М. Бідюк. – К. – Хмельницький : ХНУ, 2019. – С. 14-23.

П. 3. 1 підручник з грифом університету Гомонюк О. М. Порівняльна педагогіка в схемах і таблицях: [навч. посіб.] / О. М. Гомонюк, В. Ч. Купчишина, Ю. І. Сердюк, Н.М. Бідюк Хмельницький : ХНУ, 2017. – 268 с.

П. 4. Наукове керівництво здобувачами, які одержали документ про присудження наукового ступеня кандидата педагогічних наук за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти: Шпичко Інна Олександрівна (2016 р.), Баранюк Віта Василівна (2016 р.), Покудіна Лариса Степанівна (2018), Авраменко Наталя Олександрівна (2019).

П. 8. Член редколегії збірника наукових праць «Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід,

						<p>проблеми», включеного до переліку наукових фахових видань України, входить до науково-метричної бази Index Copernicus International.</p> <p>П. 11. член спеціалізованої вченої ради: Д 70.052.05 Хмельницький національний університет; Д 20.051.01 ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» офіційний опонент на дисертацію: Жумбей Маріанни Михайлівни, 2016, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника; Павлишиної Наталії Борисівни, 2016 р., Рівненський державний гуманітарний університет; Сабат Наталії Іванівни, 2017 р. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника; Максимчук Борис Анатолійович, 2017 р., Хмельницький національний університет Фриццок Валентина Анатоліївна, 2017 р. Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського</p> <p>П. 17. Досвід практичної роботи за спеціальністю (загальний педагогічний стаж – 31 рік, науковопедагогічний – 20 років)</p> <p>П. 18. Дворічне наукове консультування Приватний вищий навчальний заклад «Університет економіки і підприємництва», довідка №18 від 14.03.2019 р., Хмельницька загальноосвітня школа I ступеня № 4, довідка № 01 - 35/91 від 29.03.2019 р.</p>	
70942	Рудніченко Євгеній Миколайович	Професор, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ	Диплом магістра, Технологічний університет Поділля м. Хмельницький,	16	Управління науковими проектами	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основне місце роботи – ХНУ. 2. Стаж науково-педагогічної діяльності – 17 років. 3. Наявність

рік закінчення:
2003,
спеціальність:
050106 Облік і
аудит, Диплом
доктора наук
ДД 004242,
виданий
28.04.2015,
Атестат
професора АП
001273,
виданий
15.10.2019

документа про освіту /
науковий ступінь /
вчене звання за
кафедрою – диплом д.
економ. н. за
спеціальністю
21.04.02 – економічна
безпека суб'єктів
господарської
діяльності / атестат
професора за
кафедрою
менеджменту,
адміністрування та
готельно-ресторанної
справи;
4. Сертифікат про
проходження
післядипломного
міжнародного
стажування
№2021/02/0037.21 на
тему “МІЖНАРОДНА
КАР'ЄРА НАУКОВЦЯ
ТА УПРАВЛІННЯ
НАУКОВИМИ
ПРОЄКТАМИ”
організоване
Університетом
Суспільних Наук
(UNS) у м. Лодзь у
співпраці з Фондацією
Central European
Academy Studies and
Certifications (CEASC)
грудень 2020-лютий
2021 р. (180 год.)
4. Виконання пункту
30 Ліцензійних умов:
відповідає
підпунктам: 1, 2, 4, 6,
7, 8, 11, 13, 14, 15, 16
П. 1. 1. Havlovska N.,
Rudnichenko Y.,
Lisovskyi I.
Transformation
processes in the system
of providing economic
security of investment
activities of industrial
enterprises // Baltic
Journal of Economic
Studies. – Vol. 5, No. 2,
2019 – С. 18-23.
2. Zlotenko O.,
Rudnichenko Y.,
Illiashenko O.,
Voynarenko M.,
Havlovska N.
Optimization of the
sources structure of
financing the
implementation of
strategic guidelines for
ensuring the economic
security of investment
activities of an
industrial enterprise//
TEM JOURNAL –
Technology, Education,
Management,
Informatics – Vol.8,
No.2, May 2019 – p.
498-506. (Web of
Science, SCOPUS)
3. Havlovska N., Savina
H., Davydova O., Savin
S., Rudnichenko Y.,
Lisovskyi I. Qualitative
substantiation of
strategic decisions in

the field of cost management using the methods of economic mathematical modeling // TEM JOURNAL – Technology, Education, Management, Informatics – Vol.8, No.3, August 2019 – p. 959-971.

4. Rudnichenko Y., Krymchak L., Kudelskyi V., Avanesova N., Sokyryk I., Havlovska N. Minimization of risks of the enterprise foreign economic activity through improving the interaction management quality with potential partners // Quality-Access to Success Journal. – 2020. – Vol. 21, No. 174. – p. 61-67. (Web of Science, SCOPUS)

5. Illiashenko O., Rudnichenko Ye., Momot T., Havlovska N. The enterprise economic security system: the state assessment using management functional types // International Journal for Quality Research. – 2020. – Vol. 14(1). – p. 183-200. doi: 10.24874/IJQR14.01-12 (Web of Science, SCOPUS)

6. Rudnichenko Ye., Dzhhereliuk I., L. Mykhalchyshyna, Savina S., Pokotylova V., Havlovska N. Safe Interaction Management of State Institutions and Business Entities Based on the Concepts of Evolutionary Economics: Modeling and Scenario Forecasting of Processes // TEM JOURNAL – Technology, Education, Management, Informatics – Vol.9, No.1, February 2020 – p. 233-241. doi: 10.18421/TEM91-33 (Web of Science, SCOPUS)

7. Liubokhynets L., Rudnichenko Ye., Dzhhereliuk I., Illiashenko O., Kryvdyk V., Havlovska N. Methodological Foundations of Flexible Management and Assessing the Flexibility of an enterprise economic security system // International Journal of Scientific & Technology Research –

Vol.9, Issue 3. – p. 4616-4621. (SCOPUS)

8. Illiashenko O., Zhehus O., Matviychuk L., Lopatovskiy V., Rudnichenko Y., Havlovska N. Improving accounting-analytical processes of personnel management in the context of relevant threats and risks for an enterprise economic security system // International Journal of Scientific & Technology Research – Vol.9, Issue 4. – p. 105-110. (SCOPUS)

9. Havlovska N., Rudnichenko Ye., Babiy I., Matiukh S., Liubokhynets L., Lopatovskiy V. The strategy of choosing promising markets for the enterprise - subject of foreign economic activity on the basis of accessibility, safety and profitability criteria // Quality-Access to Success Journal. – 2020. – Vol. 21, No. 178. – p. 26-34.(Web of Science, SCOPUS)

10. Rudnichenko Y., Melnyk S., Havlovska N., Illiashenko O., Nakonechna N. Strategic Interaction of State Institutions and Enterprises with Economic Security Positions in Digital Economy // WSEAS TRANSACTIONS on BUSINESS and ECONOMICS. – 2021. – Vol. 18. – P. 218-230. DOI: 10.37394/23207.2021.18.23 (SCOPUS) – [https://www.wseas.org/multimedia/journals/economics/2021/a465107-009\(2021\).pdf](https://www.wseas.org/multimedia/journals/economics/2021/a465107-009(2021).pdf)

11. Rudnichenko Y., Liubokhynets L., Havlovska N., Illiashenko O., Avanesova N. Qualitative Justification of Strategic Management Decisions in Choosing Agile Management Methodologies // International Journal for Quality Research. – 2021. – Vol. 15(1). – p. 209-224. doi: 10.24874/IJQR15.01-12 (Web of Science, SCOPUS) <http://www.ijqr.net/journal/v15-n1/12.pdf>

12. Hnylytska L., Gavrylychenko I., Melnyk S., Illiashenko O., Rudnichenko Ye.,

Havlovska N. (2021). Optimization of information analytical support for assessing the reliability of counterparties from the standpoint of economic security. TEM JOURNAL – Technology, Education, Management, Informatics, 10(1), 292-297. DOI: 10.18421/TEM101-36 (Web of Science, SCOPUS). https://www.temjournal.com/content/101/TEMJournalFebruary2021_292_297.pdf

П. 2. 1. Злотенко О.Б., Рудніченко Є.М. Система моніторингу економічної безпеки інвестиційної діяльності промислового підприємства // Причорноморські економічні студії – 2019. – Вип. 41. – С. 99-104.

2. Злотенко О. Б., Рудніченко Є. М. Аналіз динаміки та структури інвестицій промислових підприємств в Україні // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2019. – Вип. 26, Ч. 1. – С. 64-70.

3. Злотенко О. Б., Рудніченко Є. М. Формування стратегічної складової забезпечення економічної безпеки інвестиційної діяльності промислового підприємства // Бізнес-інформ. – 2019. – № 4. – С. 131-138.

4. Гавловська Н.І., Рудніченко Є.М., Гавловська В.І. Методичні підходи до оцінки інвестиційної привабливості національної економіки : переваги та недоліки // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – №1 - Т. 2. - С. 197-202.

5. Особливості і зміст розвитку організацій з позиції прийняття ефективних управлінських рішень / Є. М. Рудніченко, Н. І. Гавловська, С. А. Омелянчук, І. В. Лісовський, С. Й. Ядуха // Вісник

Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2020. – № 3. – С. 130-134.

6. Притис В. І., Кримчак Л. А., Гавловська Н. І. Витік інформації як ключова проблема інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах цифровізації економіки. Бізнес Інформ. 2020. №10. С. 240–247. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-10-240-247>

7. Рудніченко Є. М., Гавловська Н. І., Суходоля С.А., Лісовський І.В., Ядуха С.Й. Цифрова економіка та її вплив на розвиток організації // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2020. – № 4. – С. 172-176.

П. 4. Керівництво дисертацією на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук: Лісовський І.В. (2016), Кримчак Л.А. (2020), Злотенко О.Б. (2020).

П. 6. Дисципліна «Communication Management» для іноземних студентів спеціальності 073 «Менеджмент» (мова викладання англійська) - 56 год. (2020 рік)

Дисципліна «Communication Management» для іноземних студентів спеціальності 073 «Менеджмент» (мова викладання англійська) - 51 год. (2019 рік)

П. 7. Член науково-методичної комісії МОН 073 Менеджмент (Наказ МОН № від 25.04.2019 р.)

1. Проведення акредитаційної експертизи за спеціальністю 073 «Менеджмент» у Львівському регіональному інституті державного управління Національної академії державного управління при

Президентів України. Наказ НАЗЯВО №240-Е від 25.11.2019.

2. Проведення акредитаційної експертизи у Одеському регіональному інституті державного управління Національної академії державного управління при Президентів України. Наказ МОН №980-л від 30.05.2018.

3. Проведення акредитаційної експертизи освітньо-професійної програми у Полтавському національному технічному університеті ім. Ю. Кондратюка. Наказ МОН №779-л від 21.05.2018.

4. Проведення акредитаційної експертизи у приватному вищому навчальному закладі «Київський інститут бізнесу та технологій». Наказ МОНУ №820-А від 01.06.2017.

5. Проведення акредитаційної експертизи у приватному вищому навчальному закладі Житомирська філія «Київського інституту бізнесу та технологій». Наказ МОНУ №1090-А від 09.06.2017.

П. 8. 1. Член редакційної колегії Вісника Хмельницького національного університету. Економічні науки.

П. 11. Член спеціалізованої вченої ради Д 70.052.01 із захисту дисертацій у Хмельницькому національному університеті.

1. Офіційний опонент дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук Денисова О.Є. за спеціальністю 21.04.01 – економічна безпека держави (економічні науки), 2019.

2. Офіційний опонент дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук Петрушко Я.Р. за спеціальністю 21.04.02 – економічна безпека суб'єктів господарської

діяльності (економічні науки) , 2019.

3. Офіційний опонент дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук Бочкарьова Д. О. за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2018 р. П. 13. 1. Адміністративний менеджмент: методичні вказівки до вивчення дисципліни для студентів спеціальностей 073 Менеджмент, 28 Публічне управління та адміністрування / Н.І. Гавловська, Є.М. Рудніченко, Н. В. Прилепа. – ХНУ, 2019.

2. Державне та регіональне управління : методичні вказівки до вивчення дисципліни для студентів спеціальностей «Менеджмент», «Публічне управління та адміністрування» / Н. І. Гавловська, Є. М. Рудніченко, Н. В. Прилепа. – Хмельницький : ХНУ, 2018. – 41 с.

3. Навчально-методичні матеріали для вивчення курсу Інвестиційний менеджмент в системі MOODLE ХНУ. Режим доступу : https://de.khnu.km.ua/k_default.aspx?mg=ko034

П. 14. 1. Член галузевої конкурсної комісії у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук у 2019/2020 н.р. за секцією «Менеджмент організацій» у Київському національному економічному університеті ім. В. Гетьмана.

2. Член апеляційної комісії II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Стратегічне управління» 15 – 17 травня 2019 р.

3. Член галузевої

конкурсної комісії у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук у 2018/2019 н.р. за секцією «Менеджмент організацій» у Київському національному економічному університеті ім. В. Гетьмана.

3. Член галузевої конкурсної комісії у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук у 2017/2018 н.р. за секцією «Менеджмент організацій» у Київському національному економічному університеті ім. В. Гетьмана.

4. Член галузевої конкурсної комісії у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук у 2016/2017 н.р. за секцією «Управління персоналом та економіка праці» у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця.

П. 15. 1. Рудніченко Є.М. Сучасні технології взаємодії підприємств та суб'єктів митного регулювання у контексті трансформаційних процесів фіскальної сфери / Є.М. Рудніченко, Н.І. Гавловська, Л.А. Кримчак // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика – матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків – м. Торунь, 3-4 березня 2020 року. – С. 82-84.

2. Злотенко О.Б. Формування елементів механізму забезпечення економічної безпеки інвестиційної діяльності промислового підприємства / О. Б. Злотенко, Є. М.

Рудніченко // Сучасні тенденції розвитку науки і освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів : збірник тез доповідей III Всеукраїнської науково-практичної конференції, 16-17 травня 2019 р., Мукачєво / Ред.кол. : Т.Д.Щербан (гол.ред.) та ін. – Мукачєво : Вид-во МДУ, 2019. – С. 439-441.

3. Злотенко О. Б. Математична модель формування джерел фінансування інвестицій промислови підприємств / О. Б. Злотенко, Є. М. Рудніченко // Економіка сьогодні: актуальні питання та перспективи розвитку. Матеріали науково-практичної конференції (м. Миколаїв, 26-27 квітня 2019 р.). – Херсон: Видавництво «Молодий вчений», 2019. – С. 30-33.

4. Гавловська Н.І. Аналіз методик оцінювання інвестиційної привабливості національної економіки / Гавловська Н.І., Рудніченко Є.М., Рудніченко М.М. // Актуальні проблеми забезпечення національної безпеки та спрощення процедур міжнародної торгівлі : збірник тез II науково-практичної інтернет-конференції, м. Ірпінь – м. Хмельницький, 18-30 травня 2018 року. Хмельницький: Науково-дослідний центр митної справи, 2018. – С. 18-23.

5. Рудніченко Є.М. Вплив євроінтеграційних процесів на середовище функціонування та економічну безпеку фінансових установ /Є.М. Рудніченко, Н.І. Гавловська, Л.А. Кримчак // Актуальні проблеми забезпечення національної безпеки та спрощення процедур міжнародної торгівлі : збірник тез науково-практичної інтернет-конференції,

							м. Ірпінь – м. Хмельницький, 11-24 вересня 2017 року. Хмельницький: Науково-дослідний центр митної справи, 2017. – С. 24-26. П. 16. Член Хмельницької обласної організації Співки економістів України з 2015 р. Посвідчення № 017 від 30.10.2015 р.
--	--	--	--	--	--	--	--

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

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначено му стандартом вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
<p><i>ПРНоз. Розробляти та досліджувати економіко-математичні і комп'ютерні моделі процесів і систем із використанням сучасного програмного забезпечення, ефективно використовувати їх для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у маркетингу та у дотичних міждисциплінарних напрямках.</i></p>	<input type="checkbox"/>	<p>Управління науковими проектами</p>	<p>Словесні (лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, проєктні, case-study, тренінги, майстер-класи, екскурсії), самостійна робота (індивідуальне завдання).</p>	<p>Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання самостійна робота (індивідуальне домашнє завдання)</p>
		<p>Інформаційні технології в наукових дослідженнях</p>	<p>Словесні (інтерактивні лекції, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, проєктні, дослідницькі), лабораторні роботи (з використанням методів комп'ютерного моделювання, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).</p>	<p>Усне опитування, презентація та захист лабораторних робіт; оцінювання виконання індивідуального завдання</p>
<p><i>ПРНоз7. Здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки, управління та адміністрування з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів.</i></p>	<input type="checkbox"/>	<p>Філософія науки</p>	<p>Словесні (інтерактивна лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні); практичні (інтерактивні, проблемні, case-study); самостійна робота (індивідуальне заняття)</p>	<p>Усне опитування; тестовий контроль теоретичного матеріалу з тем; захист індивідуального завдання, самостійна робота (контрольна робота)</p>
		<p>Управління науковими проектами</p>	<p>Словесні (лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, проєктні, case-study, тренінги, майстер-класи, екскурсії), самостійна робота (індивідуальне завдання).</p>	<p>Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання самостійна робота (розробка проєкту наукового дослідження молодих вчених)</p>

		Інформаційні технології в наукових дослідженнях	Словесні (інтерактивні лекції, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, проєктні, дослідницькі), лабораторні роботи (з використанням методів комп'ютерного моделювання, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).	Усне опитування, презентація та захист лабораторних робіт; оцінювання виконання індивідуального завдання
		Стратегічний маркетинг-менеджмент	Словесні (інтерактивні лекції, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, проєктні, дослідницькі), лабораторні роботи (з використанням методів комп'ютерного моделювання, практикумів), самостійна робота (есе, підготовка до тестового контролю).	Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання самостійна робота (оцінювання індивідуального завдання - ессе)
		Сучасні методи проведення маркетингових досліджень	Словесні (інтерактивна лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (інтерактивні, проблемні, case-study); лабораторні роботи (з використанням методів комп'ютерного моделювання), самостійна робота (індивідуальні завдання).	Усне опитування, захист лабораторних робіт; виконання індивідуальних завдань
<p><i>ПРНО1. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій</i></p>	<input type="checkbox"/>	Управління витратами, прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу	Словесні (інтерактивна лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні); практичні (інтерактивні, проблемні, репродуктивні, тренінги, майстер-класи, case-study); самостійна робота (індивідуальне завдання).	Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання
		Сучасні методи проведення маркетингових досліджень	Словесні (інтерактивна лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (інтерактивні, проблемні, case-study); лабораторні роботи (з використанням методів комп'ютерного моделювання), самостійна робота (індивідуальні завдання).	Усне опитування, захист лабораторних робіт; виконання індивідуальних завдань
		Стратегічний маркетинг-менеджмент	Словесні (інтерактивні лекції, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, case-study, тренінги, майстер-класи), самостійна робота (есе, підготовка до тестового контролю).	Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання самостійна робота (оцінювання індивідуального завдання - ессе)
		Управління науковими проєктами	Словесні (лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, проєктні, case-study, тренінги, майстер-класи,	Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання самостійна робота (індивідуальне домашнє завдання)

			екскурсії), самостійна робота (індивідуальне завдання).	
		Філософія науки	Словесні (інтерактивна лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні); практичні (інтерактивні, проблемні, case-study); самостійна робота (індивідуальне заняття)	Усне опитування; тестовий контроль теоретичного матеріалу з тем; захист індивідуального завдання, самостійна робота (контрольна робота)
<i>ПРНО2. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми сучасного маркетингу державною та іноземною мовами, кваліфіковано відобразити результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях</i>	<input type="checkbox"/>	Інформаційні технології в наукових дослідженнях	Словесні (інтерактивні лекції, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, проєктні, дослідницькі), лабораторні роботи (з використанням методів комп'ютерного моделювання, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).	Усне опитування, презентація та захист лабораторних робіт; оцінювання виконання індивідуального завдання
		Іноземна мова: іншомовна комунікація	Словесні (розповідь, бесіда); самостійна робота (читання, конспектування, підготовка до письмового контролю); наочні (ілюстративні, частково-пошукові); практичні (інтерактивні, case-study); самостійна робота (читання, аудіювання текстів та діалогів, виконання граматичних вправ, підготовка до тестового контролю)	Усне опитування, письмове опитування (тестування), захист проєктів у формі презентацій, оцінювання самостійних письмових та усних творчих завдань.
		Іноземна мова за академічним спрямуванням	Словесні (розповідь, бесіда); самостійна робота (читання, конспектування, підготовка до письмового контролю); наочні (ілюстративні, частково-пошукові); практичні (інтерактивні, case-study); самостійна робота (читання, аудіювання текстів та діалогів, виконання граматичних вправ, підготовка до тестового контролю)	Усне опитування, письмове опитування (тестування), захист проєктів у формі презентацій, оцінювання самостійних письмових та усних творчих завдань.
		Асистентська педагогічна практика	Словесні (розповідь, пояснення, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, дослідницькі, майсте-класи, тренінги), самостійна робота (підготовка до захисту звіту), захист звіту	Проведення відкритого практичного заняття
		Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі	Словесні (інтерактивні лекції, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково-пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, case-study), самостійна робота (читання, підготовка до тестового контролю, ессе)	Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання, оцінювання письмової роботи (есе).
<i>ПРНО6.</i>	<input type="checkbox"/>	Стратегічний	Словесні (інтерактивні	Усне опитування,

<p><i>Демонструвати системність наукового світогляду і здатність інтерпретувати сучасні теорії та концепції маркетингу, в тому числі на межі предметних галузей, з метою отримання нових теоретичних і прикладних результатів</i></p>		маркетинг-менеджмент	лекції, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, case-study, тренінги, майстер-класи), самостійна робота (есе, підготовка до тестового контролю).	тестування, захист індивідуального завдання самостійна робота (оцінювання індивідуального завдання - ессе)
		Сучасні методи проведення маркетингових досліджень	Словесні (інтерактивна лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (інтерактивні, проблемні, case-study); лабораторні роботи (з використанням методів комп'ютерного моделювання), самостійна робота (індивідуальні завдання).	Усне опитування, захист лабораторних робіт; виконання індивідуальних завдань
		Управління витратами, прибутком та інноваціями на основі концепції маржинального підходу	Словесні (інтерактивна лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні); практичні (інтерактивні, проблемні, репродуктивні, тренінги, майстер-класи, case-study); самостійна робота (індивідуальне завдання).	Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання
<p><i>ПРНО4. Глибоко розуміти загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці.</i></p>	<input type="checkbox"/>	Стратегічний маркетинг-менеджмент	Словесні (інтерактивні лекції, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, case-study, тренінги, майстер-класи), самостійна робота (есе, підготовка до тестового контролю).	Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання самостійна робота (оцінювання індивідуального завдання - ессе)
		Сучасні методи проведення маркетингових досліджень	Словесні (інтерактивна лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (інтерактивні, проблемні, case-study); лабораторні роботи (з використанням методів комп'ютерного моделювання), самостійна робота (індивідуальні завдання).	Усне опитування, захист лабораторних робіт; виконання індивідуальних завдань
		Асистентська педагогічна практика	Словесні (розповідь, пояснення, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, дослідницькі, майстер-класи, тренінги), самостійна робота (підготовка до захисту звіту), захист звіту	Проведення відкритого практичного заняття
		Управління науковими проектами	Словесні (лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, проєктні, case-study, тренінги, майстер-класи, екскурсії), самостійна робота (індивідуальне завдання).	Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання самостійна робота (розробка проєкту наукового дослідження молодих вчених)
		Філософія науки	Словесні (інтерактивна	Усне опитування; тестовий

			лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні); практичні (інтерактивні, проблемні, case-study); самостійна робота (індивідуальне заняття)	контроль теоретичного матеріалу з тем; захист індивідуального завдання, самостійна робота (контрольна робота)
		Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі	Словесні (інтерактивні лекції, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частковопошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, case-study), самостійна робота (читання, підготовка до тестового контролю, ессе)	Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання, оцінювання письмової роботи (есе).
<p><i>ПРНО5. Представляти результати самостійних оригінальних наукових досліджень, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.</i></p>	<input type="checkbox"/>	Педагогіка, психологія та педагогічна майстерність у вищій школі	Словесні (інтерактивні лекції, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частковопошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, case-study), самостійна робота (читання, підготовка до тестового контролю, ессе)	Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання, оцінювання письмової роботи (есе).
		Управління науковими проектами	Словесні (лекція, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, проєктні, case-study, тренінги, майстер-класи, екскурсії), самостійна робота (індивідуальне завдання).	Усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання самостійна робота (розробка проєкту наукового дослідження молодих вчених)
		Асистентська педагогічна практика	Словесні (розповідь, пояснення, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, дослідницькі, майстер-класи, тренінги), самостійна робота (підготовка до захисту звіту), захист звіту	Захист звіту з асистентської педагогічної практики
		Інформаційні технології в наукових дослідженнях	Словесні (інтерактивні лекції, розповідь, бесіда); наочні (пояснювально-ілюстративні, частково пошукові); практичні (проблемні, інтерактивні, проєктні, дослідницькі), лабораторні роботи (з використанням методів комп'ютерного моделювання, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).	Усне опитування, презентація та захист лабораторних робіт; оцінювання виконання індивідуального завдання