

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Хмельницький національний університет
Освітня програма	5931 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
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	Магюх Сергій Анатолійович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	https://khmnu.edu.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	5931
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Магістр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Факультет економіки і управління, кафедра маркетингу
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Кафедра економіки, аналітики, моделювання та інформаційних технологій в бізнесі; кафедра іноземних мов
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	вул. Інститутська 11, м. Хмельницький, 29016, Україна
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, Англійська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	101932
ПІБ гаранта ОП	Закрижевська Ірина Василівна
Посада гаранта ОП	Доцент
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	zakryzhevskai@khmnu.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(097)-973-13-25
Додатковий телефон гаранта ОП	<i>відсутній</i>

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

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

Перший набір на спеціальність Маркетинг за освітнім ступенем «магістр» здійснено у 2006 р. У 2016 р. розроблено освітньо-професійну програму Маркетинг та здійснено перший набір в кількості 14 здобувачів вищої освіти (ЗдВО) на денну, 7 ЗдВО на заочну форми навчання. У 2017 р. отримано сертифікат про акредитацію освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг (наказ МОН України від 26.12.2017 р. № 1676). Висновок акредитаційної експертизи освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг позитивний із зауваженнями: активізувати роботу з написання електронних навчальних посібників для самостійного вивчення студентами навчальних дисциплін; розширити міжнародні зв'язки кафедри з іноземними ЗВО та науковими установами; збільшити кількість публікацій викладачів у міжнародних фахових виданнях та монографіях; запровадити у якості підсумкової атестації на першому (бакалаврському) рівні захист кваліфікаційної (бакалаврської) роботи. У 2019 р. відбулося оновлення освітньої програми (ОП) відповідно до вимог чинного стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом МОН України від 10.07.2019 р. № 960.

На основі аналізу досвіду вітчизняних та іноземних ЗВО з метою врахування європейських тенденцій розвитку, рекомендацій роботодавців вносилися зміни в ОП: додано ОК Менеджмент он-лайн продаж (2019 р.), Маркетинг персоналу (2020 р.), яку замінено на HR-маркетинг в 2021 р. Окрім того, вносяться зміни безпосередньо в РП ОК. З 2020 р. ОК вільного вибору обираються із університетського переліку дисциплін, до складу якого входять ОК, спрямовані на розвиток soft skills та посилення фахових навичок. Для досягнення відповідності змісту ОП сучасним вимогам ринку праці, проводився моніторинг та обговорення ОП. Зокрема, обговорення ОП відбувалося 18.02.2022 р., протокол № 8, на основі якого запроваджено використання додатків (Google Ads, Facebook Ads тощо) при викладанні ОК Менеджмент он-лайн продаж. Чинна ОП пройшла етапи процедури публічного обговорення та була затверджена Вченою радою ХНУ, протокол № 11 від 30 березня 2023 р., на її основі здійснюється підготовка магістрів у 2023-2024 н.р. В ОП 2023 р. враховано думку різних категорій стейкхолдерів: професіоналів-практиків та роботодавців (Н.Буднецька, О.Білякова, О.Петельчук, С.Танасійчук), академічної спільноти (О.Кузьмак, Н.Карпенко, В.Писаренко, І.Поліщук), НПП та ЗдВО кафедри маркетингу. На основі рекомендацій оновлено мету, фокус та особливості ОП, що враховує вектор розвитку в напрямі цифровізації економіки та усіх сфер господарювання, внесено зміни в структуру та логіку викладання ОК. Метою ОП є формування особистості фахівця, який володіє системними знаннями, фаховими компетентностями, інноваційним, креативним мисленням та здатен розв'язувати складні нестандартні задачі і проблеми в сфері маркетингу у процесі навчання та/або в професійній діяльності, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. Освітні компоненти ОП включають фахові дисципліни, практичну підготовку, стимулюють наукову активність, вибір індивідуальної освітньої траєкторії, набуття hard та soft skills, з можливістю вибору тем індивідуальних завдань, курсової роботи, наукового-практичного дослідження в межах кваліфікаційної (дипломної) роботи магістра.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2023 - 2024	26	23	3	0	0
2 курс	2022 - 2023	30	16	7	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	61899 Управління маркетинговою діяльністю 5878 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	5931 Маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий)	36982 Маркетинг

7. Інформація про площі приміщень ЗВО станом на момент подання відомостей про самоцінювання, 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	443	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>op_marketyng_magistr_2023_23_03-3.pdf</i>	T1mbUKtNVKpFu89KMJ79umSKWVQh6ZZC2oWrTdk+KwA=
Навчальний план за ОП	<i>np_mr_mag_2023_denna.pdf</i>	FoPpTwK5zY8e2Txom8iA5TpbOqEAtIUXtELFoRHimnU=
Навчальний план за ОП	<i>np_mr_mag_2023_zaochna.pdf</i>	QPkGOaYj/Z2/x7xJacobghdC5XCbij1F3NneigoT4WU=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>recenziya_prestyzh_avto.pdf</i>	xLI5qMj/PNo8o5DU6B5XSEXTTr+KFYByXewG7uA3/QJ4=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>vidguk_stfalcon.pdf</i>	QUaZXIWslfNe7UEVoTYdNCSdvwqXoSOLDLEJyC7xiX8=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>recenziya_http.pdf</i>	uPgGx/sshSohoPUowgJoVx9ixaV357U6zzyUPjx4oF8=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>recenziya_pdau_v_pysarenko.pdf</i>	n3QmtG6RRpzs1ig6IG4D9thadl3lu47CghQ9a2eCEmo=

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Мета ОП Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти полягає у формуванні особистості фахівця, який володіє системними знаннями, фаховими компетентностями, інноваційним, креативним мисленням та здатен розв'язувати складні нестандартні задачі і проблеми в сфері маркетингу у процесі навчання та/або в професійній діяльності, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. Обов'язковою умовою у підготовці конкурентоспроможного фахівця є надання знань та навичок роботи із сучасними діджитал інструментами в сфері маркетингу.

Особливістю ОП є підготовка висококваліфікованих фахівців, які здатні успішно конкурувати у галузі маркетингу підприємств різних сфер діяльності та форм власності на основі принципів інноваційного розвитку та сучасних інформаційних технологій, а також інтеграції навчального та виробничого процесів із залученням фахівців-практиків (професіоналів) та інших стейкхолдерів. Протягом 2022-2023 н.р. до читання гостьових лекцій були залучені фахівці-практики із використання сучасних інформаційних технологій (<https://bit.ly/3P6kZBb>, <https://bit.ly/45lBosv>, <https://bit.ly/47BWbIq>, <https://bit.ly/3P314Tp>).

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

Цілі ОП Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти відповідають місії, стратегічним цілям та стратегії розвитку ХНУ (<https://bit.ly/45DgNOg>), зокрема:

1. Місії, так як ОП покликана розвивати інтелектуальний потенціал ЗВО у процесі їх інноваційної, освітньо-наукової та підприємницької діяльності, які здатні до успішної професійної самореалізації, трансферу технологій та знань й адаптовані до потреб сучасного ринкового середовища.

2. Візії, так як ОП передбачає вивчення ОК, які забезпечують досягнення ЗК, ФК та ПРН відповідно до стандарту вищої освіти України зі спеціальності 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОНУ від 10.07.2019 р. №960 і спрямовані на формування hard skills та soft skills у галузі маркетингу, новітніх технологій та цифрової грамотності через тісну співпрацю із стейкхолдерами та сформоване сприятливе освітнє середовище, що забезпечує формування цілісної особистості молоді людини та висококваліфікованого конкурентоспроможного фахівця.

3. Базовим принципам, так як ОП передбачає академічну свободу ЗдВО та добросовісність, прозорість і відкритість, професійність, відповідальність та постійне удосконалення.

4. Цілям, так як ОП передбачає забезпечення якості вищої освіти, постійну взаємодію із стейкхолдерами, створення сприятливого освітнього середовища.

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

У процесі перегляду та оновлення ОП було враховано пропозиції ЗдВО та випускників. На основі обговорення ОП в 2020 р. (протокол № 11 від 27.06.2020 р.) ЗдВО групи МРМ-19-1 І.Подольн підтримав пропозицію внесену Р.Бойком (НПП) та Д.Замялим (керівник фірми «Смарт-Логістик») щодо введення до обов'язкової частини структури ОП ОК ОЗП 02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням). За результатами обговорення ОП 18.02.2022 р., протокол № 8, враховуючи пропозиції випускників О.Голубовської, А.Кострубської, при викладанні ОК Менеджмент он-лайн продаж запроваджено використання додатків Google Ads, Facebook Ads тощо (<https://bit.ly/45DzoM7>). Проєкт ОП 2023 р. було розміщено на офіційному сайті ХНУ для громадського обговорення та врахування інтересів і пропозицій стейкхолдерів (<https://bit.ly/3P4GSRm>), про що було оголошено на сайті кафедри маркетингу (<https://bit.ly/3QMpphH>, <https://bit.ly/47HKPCA>). ЗдВО, які були присутні на засіданні кафедри (протокол № 8 від 9.03.2023 р.) Д.Буньо, В.Ванат (<https://bit.ly/47QmV8e>) підтримали пропозицію гаранта ОП І.Закрижевської щодо змін ОК Менеджмент он-лайн продаж (перенести вивчення ОК в 1 семестр, вилучити курсову роботу), вважаючи, що виконання практичних робіт протягом семестру надасть більше можливостей для опанування он-лайн технологій, аніж написання курсової роботи. Підтвердженням цього є результати опитування ЗдВО, яке було проведено у травні 2023 р. (<https://bit.ly/48DkYfJ>).

- роботодавці

Інтереси роботодавців враховано під час обговорення ОП на засіданнях круглих столів у 2017 р. (<https://bit.ly/44jawqn>), 2019 р. (<https://bit.ly/3E2nVJJ>), де обговорювалися питання змістовного наповнення ОП. В 2020 р., враховуючи пропозицію Р.Бойка, Д.Замялого, керівника фірми «Смарт-Логістик», введено до обов'язкової частини структури ОП компонент ОЗП 02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (протокол № 8 від 18.02.2022 р.). Укладено договора про співпрацю (<https://bit.ly/3HLKxPQ>). Роботодавці запрошуються до колективного обговорення ОП (<https://bit.ly/3QMpphH>, <https://bit.ly/47HKPCA>) та приймають участь в опитуваннях (<https://bit.ly/3slWsPC>). До обговорення проєкту ОП 2023 р. долучилися президент Хмельницької торгово-промислової палати Н.Белякова, генеральний директор ТОВ «Престиж-Авто» О.Петельчук, директор фірмового магазину ТОВ «ЛІТМА» Н.Буднецька, директор ТОВ «Дрім Світ» Ю.Кравчук. Відповідно до рекомендацій Н.Белякової внесено зміни в ОП: вивчення ОК Стратегічний маркетинг перенесено з 1 в 2 семестр з метою ефективної підготовки до написання кваліфікаційної (дипломної) роботи та узагальнення знань, отриманих при вивченні інших ОК в 1 семестрі, додано 1 кредит для написання курсової роботи. Роботодавці надали відгуки на ОП (<https://bit.ly/3QLyWz2>). О.Петельчук відмітив вдаль поєднання ОК ОП та їх логічну послідовність. С.Танасійчук вказав, що інформаційне забезпечення базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях.

- академічна спільнота

Представники академічної спільноти є постійними учасниками процесу розроблення й оновлення ОП. З метою оновлення ОП створено проєктну групу, враховуються пропозиції групи забезпечення та викладачів ХНУ, що забезпечують освітній процес за даною ОП, а також інших представників академічної спільноти. Зокрема, була врахована пропозиція д.е.н., проф. кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету О.Кузьмака щодо заміни обов'язкового ОК Маркетинг інновацій на обов'язковий ОК Інноваційний маркетинг (підставою є те, що ОК Інноваційний маркетинг охоплює більше ЗК, ФК та ПРН, надаючи ЗдВО ширші можливості отримання загальних та фахових знань, програмних результатів навчання). Також враховано пропозицію В.Нянька, проректора Хмельницького університету економіки і підприємництва щодо перерозподілу кількості кредитів, відведених на переддипломну практику та написання кваліфікаційної (дипломної) роботи, відповідно, на переддипломну практику відвести 12 кредитів, на написання кваліфікаційної (дипломної) роботи – 18 кредитів. Сформовані пропозиції надали змогу забезпечити єдність та узгодженість етапів освітнього процесу.

- інші стейкхолдери

Діючі ОП (<https://bit.ly/45y19nJ>) та їх проєкти (<https://bit.ly/3P4GSRm>) розміщені на сайті ХНУ, усі зацікавлені сторони можуть вносити свої пропозиції до проєктів ОП, про що повідомляється оголошенням на сайті кафедри (<https://bit.ly/3QMpphH>) та приймати участь у засіданні за результатами обговорення, про що також оголошується на сайті кафедри (<https://bit.ly/47HKPCA>). Викладачі кафедри маркетингу є членами Української асоціації маркетингу, приймали участь у дослідженнях та інших заходах, які нею організуються, що сприяє процесу удосконалення ОП; громадської організації «Міжнародна фундація науковців та освітян», в межах якої І.Закрижевська, В.Карпенко пройшли міжнародне стажування «Управління науковими та освітніми проєктами: міжнародний досвід», яке проходило на базі Авіаційного університету Грузії, Венеціанського університету Ка

Фоскарі (Венеція, Італія) спільно з IESF ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян» (м. Київ, Україна) терміном з 30.03.2023 р. до 30.05.2023 р. відповідно до наказу від 24.03.2023р. № 55-КП (180 год).

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

Дослідження ринку праці дозволили зробити висновки, що учасники ринкових відносин мають потребу у висококваліфікованих фахівцях, які володіють теоретичними знаннями, практичними вміннями та компетентностями цифровізації бізнесу, що надає додаткову конкурентну перевагу практикуючому маркетологу в умовах діджиталізації. ОП та ОК вдосконалюються на основі пропозицій представників ринку праці, так, в процесі обговорення в 2022 р. зацентровано увагу на переході спеціальності 075 Маркетинг в Інтернет-простір, що зумовлює потребу в сучасній базовій теоретичній і практичній підготовці фахівців. В розрізі цього запрошено до викладання ОК Менеджмент он-лайн продаж фахівця-практика О.Голубовську (PPC-Specialist OM OMD GROUP). Окрім того, спостереження за розвитком ринку праці та спеціальності визначило вектор вдосконалення тематичного наповнення традиційних навчальних дисциплін. До переліку тем ОК Стратегічний маркетинг додано тему: «Стратегічні рішення в інтернет-маркетингу», до переліку тем ОК Інноваційний маркетинг додано тему «Інноваційні технології цифрового маркетингу» (<https://bit.ly/3REbx9A>). Тематичне наповнення ОК Маркетинговий менеджмент та ОК Менеджмент он-лайн продаж (<https://bit.ly/3REbx9A>) в процесі перегляду зазнало змін відповідно до розвитку спеціальності, що зазначено у протоколі засідання кафедри маркетингу № 10 від 17.05.2023 р.

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

Галузевий аспект забезпечується в регіональному контексті. Стратегія розвитку м.Хмельницький до 2025 р. (<https://bit.ly/3qJbRsz>) сфокусована на формуванні сприятливого для легкого ведення бізнесу, динамічного розвитку економіки та новітніх технологій середовища, чому відповідає мета ОП, забезпечуючи професійну підготовку висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним інструментарієм маркетингової діяльності та здатні розв'язувати складні нестандартні задачі і проблеми в сфері маркетингу. Фахівці з маркетингу можуть успішно працювати на с/г та промислових підприємствах, що домінують в регіоні, про що свідчать укладені договори про співпрацю з ПрАТ «ОБОЛЮНЬ «Солодовий завод», ТОВ «ЛІТМА» (<https://bit.ly/3HLKxPQ>). Галузей контекст враховано в ОК Інноваційний маркетинг, в темі «Інноваційні технології в сільськогосподарському маркетингу» (<https://bit.ly/3REbx9A>). Регіональний та галузевий контексти враховуються при виборі ЗдВО баз практик (<https://bit.ly/3KXGOjV>), тематики кваліфікаційних (дипломних) робіт (<https://bit.ly/3KWSl2O>), розгляді ситуативних вправ на практичних заняттях, підготовці наукових публікацій. При підготовці фахівців приймається до уваги і універсальний характер маркетингу та можливості сучасних цифрових технологій, що дозволяють маркетологам працювати на засадах фрілансу в різних містах та країнах, що відображено в ОК Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (<https://bit.ly/3REbx9A>), ОК Менеджмент он-лайн продаж (<https://bit.ly/3REbx9A>).

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

При формулюванні цілей та програмних результатів навчання за ОП було проаналізовано досвід різних ЗВО України, які проводять підготовку за відповідною спеціальністю: НТУ «Дніпровська політехніка» (<https://bit.ly/3QMaowv>), Сумського національного аграрного університету (<https://bit.ly/3E1AqEr>), НУ «Львівська політехніка» (<https://bit.ly/44kmIah>), НТУУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://bit.ly/3sj7S6A>), Луцького національного технічного університету (<https://bit.ly/45f7rZL>). Щодо врахування досвіду іноземних ЗВО: здійснено аналіз магістерської програми Digital Marketing (<https://bit.ly/3KPeD6F>) Akademia Leona Koźmińskiego, Польща (<https://bit.ly/3KJkr1d>, <https://bit.ly/3qCxf8>). В розрізі аналізу, для підсилення digital-складової, до переліку вибірових дисциплін включено ОК Digital-marketing. Проектна група ознайомилися із складом магістерських програм: Suffolk University, США (<https://bit.ly/3Eo5dS1>); Royal Holloway University of London, Великобританія (<https://bit.ly/3qC1Ope>); University of Liecester, Великобританія (<https://bit.ly/45gn2Iu>). Завдяки аналізу було здійснено оптимізацію ОК до тенденцій розвитку маркетингу в Україні та за кордоном.

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

Перелік загальних та фахових компетентностей, ПРН, що відображені у ОП, відповідає переліку, наведеному у чинному стандарті вищої освіти. Усі ПРН, зазначені в ОП, досягаються змістовним наповненням визначених ОК, їх обсягами, формами та методами навчання і контролю та враховані в обов'язковій частині ОП. Освітні компоненти ОП забезпечують можливість досягнення результатів навчання, які визначені у чинному стандарті вищої освіти, що засвідчують РП дисциплін ОП. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам ОП наведена у 5 розділі зазначеної ОП. Матриця забезпечення ПРН відповідними компонентами освітньої програми наведена у 6 розділі ОП. Наприклад, ПРН1. забезпечують ОК Методологія і організація наукових досліджень, Інноваційний маркетинг, Маркетинговий менеджмент, Менеджмент он-лайн продаж, Кваліфікаційна робота (Дипломна робота); ПРН2. забезпечують ОК Інноваційний маркетинг, Менеджмент он-лайн продаж, HR-маркетинг, Стратегічний маркетинг, Кваліфікаційна робота (Дипломна робота); ПРН4. – ОК Методологія і організація наукових досліджень, HR-маркетинг, Стратегічний маркетинг, Кваліфікаційна робота (Дипломна робота); ПРН10. – ОК Інноваційний маркетинг, Маркетинговий менеджмент, Менеджмент он-лайн продаж, Кваліфікаційна робота (Дипломна робота). Структурно-логічна схема ОП наочно показує логіку набуття компетентностей через вивчення певних ОК та

досягнення за рахунок їх опанування конкретних результатів навчання. Достатня матеріально-технічна база, кваліфікований кадровий склад, навчально-методичне та інформаційне забезпечення ОП сприяють досягненню результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти.

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

Стандарт вищої освіти за спеціальністю Маркетинг було затверджено Наказом МОН № 960 від 10.07.2019 року. Освітня програма розроблена у відповідності до чинного стандарту вищої освіти.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

90

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

66

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

24

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

Предметна область спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти в ХНУ визначена стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України 10.07.2019 р. № 960 (<https://bit.ly/3s68QPM>). Сформовані в ОП Маркетинг (<https://bit.ly/44lboxw>) цілі та програмні результати навчання відповідають стандарту. Теоретичний зміст предметної області розкривають такі обов'язкові ОК: Маркетинговий менеджмент, Інноваційний маркетинг, HR-маркетинг, Менеджмент он-лайн продаж та Стратегічний маркетинг. Під час викладання ОК використовуються загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Обов'язкові ОК Методологія і організація наукових досліджень та Іноземна мова (за професійним спрямуванням) також формують дослідницькі та мовні навички магістрів маркетингу. Отже, зміст ОП Маркетинг, визначений цілями, програмними результатами навчання та обов'язковими ОК відповідає предметній області спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти.

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

Формування індивідуальної освітньої траєкторії ЗдВО забезпечено через вільний вибір ОК в обсязі 26,67 % від загального обсягу ОП; участь у програмах академічної мобільності; визнання РН; право на отримання академічної відпустки, участь у науково-дослідній роботі. При виборі тем індивідуальних завдань, курсової роботи, кваліфікаційної роботи, керівників, бази практики враховуються інтереси та місця працевлаштування (майбутнього або вже існуючого) ЗдВО. Формування індивідуальної освітньої траєкторії в ХНУ нормативно забезпечено Положенням про порядок реалізації права ЗдВО на вільний вибір навчальних дисциплін (<https://bit.ly/42t04fm>), Положенням про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/3nx84xc>), Положенням про індивідуальний навчальний план ХНУ (<https://bit.ly/44vhbix>) та Порядком організації освітньої діяльності за технологіями дистанційного навчання (<https://bit.ly/3LIoS9d>). Для формування індивідуальної траєкторії в науково-прикладних дослідженнях кафедрою організуються конференції (<https://bit.ly/3MoBey6>, <https://bit.ly/42vmPPF>) конкурси (<https://bit.ly/42yMpmP>, <https://bit.ly/3OGxamQ>), круглі столи (<https://bit.ly/44jawqn>, <https://bit.ly/3qCuY7I>), запрошуються до викладання гостьові лектори (<https://bit.ly/3P314Tp>, <https://bit.ly/47BWbIq>, <https://bit.ly/3P3CLOo>, <https://bit.ly/45lBosv>, <https://bit.ly/3P6kZBb>, <https://bit.ly/3P3kHe1>, <https://bit.ly/3qAzS5h>, <https://bit.ly/3qAzUKr>, <https://bit.ly/3E5JacG>, <https://bit.ly/3Lbm74b>, <https://bit.ly/45elApL>, <https://bit.ly/47DbiRS>).

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

Право на вибір навчальних дисциплін ЗдВО ОП Маркетинг реалізують згідно з Положенням про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін у ХНУ (<https://bit.ly/42t04fm>). ЗдВО мають можливість обирати дисципліни із загальноуніверситетського Каталогу вибіркових дисциплін, представленому в розділі Навчання сайту ХНУ (<https://bit.ly/3LUI7OX>), до якого включено також запропоновані кафедрою маркетингу вибіркові дисципліни. ЗдВО ОП другого (магістерського) рівня здійснюють вибір навчальних дисциплін

на 2-й семестр протягом перших двох тижнів навчання у 1-му семестрі. Процедура вибору включає таку послідовність дій: ознайомлення ЗдВО з процедурою реєстрації та особливостями формування груп для вивчення вибіркового навчальних дисциплін; ознайомлення ЗдВО із каталогом вибіркового навчальних дисциплін та їх описами/силабусами; подання заяв на вивчення вибіркового навчальних дисциплін (заяви приймаються, як правило, через персональний кабінет ЗдВО в ІС Електронний університет, допускається подання заяв у паперовій формі); опрацювання заяв ЗдВО деканатами факультетів, перевірка контингенту ЗдВО, що здійснили вибір, і формування груп. Після перевірки і погодження вибіркової дисципліни додаються деканатом до індивідуальних навчальних планів ЗдВО, до яких вони мають доступ у персональному кабінеті ІС Електронний університет. Ознайомлення ЗдВО з порядком і можливостями реалізації права вибору навчальних дисциплін здійснюється на зустрічах із гарантом. Інформація також є доступною у відкритих джерелах на сайті ХНУ та кафедри маркетингу (<https://bit.ly/3M3G5hU>). Внесення істотних змін до порядку реалізації вільного вибору навчальних дисциплін ЗдВО можливе лише за згодою студентського самоврядування.

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

Практична підготовка ЗдВО здійснюється відповідно до Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти ХНУ (<https://bit.ly/3NU6Jei>) та Положення про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/3nx84xc>). ОП передбачає практичну підготовку ЗдВО через виконання практичних завдань під час вивчення обов'язкових і вибіркового ОК, написання курсової роботи з ОК Стратегічний маркетинг та проходження переддипломної практики (12 кредитів/7 тижнів). У процесі проходження переддипломної практики ЗдВО отримують досвід професійної діяльності, оволодівають професійними компетентностями, формують професійні якості особистості майбутнього фахівця. Проходження практики забезпечене програмою та методичними рекомендаціями до її організації і виконання (<https://bit.ly/3LMVAb8>), передбачає узагальнення і вдосконалення набутих практичних умінь і навичок шляхом дублювання функцій фахівців різних рівнів на виробництві у сфері маркетингу, оволодіння професійним досвідом та перевірку готовності до самостійної трудової діяльності. Формулювання цілей, завдань та змісту практичної підготовки ЗдВО ОП відбувається у тісній співпраці з роботодавцями та професіоналами-практиками, що підтверджується укладеними договорами (<https://bit.ly/3HLKxPQ>), їх участю у кафедральних заходах, обговоренні ОП.

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

Навчання за ОП дозволяє набувати soft skills, що визначені загальними компетентностями та РН чинного стандарту та даної ОП. Зокрема, здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел й презентування та обговорення результатів наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державного та іноземною мовами забезпечуються, в першу чергу, ОК загальної підготовки Методологія і організація наукових досліджень та Іноземна мова (за професійним спрямуванням). ОК професійної підготовки формують здатність до генерування нових ідей, адаптації та дій в нових ситуаціях, виявлення ініціативи та підприємливості; до лідерства, ділових комунікацій та управлінських здібностей в організації та керуванні діяльністю маркетингового підрозділу; до прийняття обґрунтованих тактичних і стратегічних рішень, в тому числі в он-лайн середовищі, побудови довгострокових взаємовідносин з іншими суб'єктами ринку. Форми та методи навчання за ОП передбачають активну взаємодію між ЗдВО, що сприяє формуванню у них відповідних навичок міжособистісного спілкування, а чітко регламентований час на виконання завдань та контрольних заходів сприяють розвитку тайм-менеджменту, розуміння дедлайнів та відповідальності. Soft skills також формує патріотичне виховання ЗдВО (<https://bit.ly/3M330K5>), участь в конференціях (<https://bit.ly/3MoBeu6>, <https://bit.ly/42vmPPF>), конкурсах (<https://bit.ly/42yMpmP>, <https://bit.ly/3OGxamQ>), підготовка й захист кваліфікаційної (дипломної) роботи (<https://bit.ly/3E3r9eR>).

Яким чином зміст ОП ураховує вимоги відповідного професійного стандарту?

Професійний стандарт відсутній.

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

Норми навантаження ЗдВО у ХНУ передбачені Положенням про організацію освітнього процесу у ХНУ (<https://bit.ly/3nx84xc>), зокрема кількість годин аудиторних занять в ОК становить від 33 до 50 відсотків, що дозволяє забезпечити щотижневе аудиторне навантаження магістрів ОП Маркетинг у обсязі 18 годин у 1-му семестрі та 22 години у 2-му семестрі. Обсяг одного кредиту ЄКТС відповідає вимогам ЗУ Про вищу освіту і складає 30 годин. Навантаження одного навчального року становить 60 кредитів ЄКТС. Загальний обсяг годин кожного ОК враховує час на проведення лекцій, практичних занять та самостійної роботи. Самостійна робота ЗдВО в ХНУ регламентується Положенням про організацію та контроль самостійної роботи здобувачів вищої освіти ХНУ (<https://bit.ly/3M3CH6P>) і є невід'ємною складовою освітнього процесу в ХНУ, що включає самостійну навчальну та творчу роботу, яку здобувач виконує у позааудиторний (вільний від обов'язкових навчальних занять) час за завданнями і під методичним керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі. Навчальний час, відведений для виконання самостійної роботи, регламентується вище зазначеним положенням та навчальним планом й становить не менше 1/2 та не більше 2/3 від загального обсягу навчального часу (у годинах), відведеного на вивчення ОК. Кількість заліків та іспитів у кожному семестрі не перевищує 8-ми.

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 ОП Маркетинг другого (магістерського) рівня підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти не здійснюється.

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

Правила прийому до Хмельницького національного університету у 2023 році (від 27.04.2023) (<https://bit.ly/45gpr1MW>). Сторінка сайту приймальної комісії Хмельницького національного університету, де розміщена інформація щодо вступу на магістратуру (<https://bit.ly/45bsQCW>). Сторінка сайту кафедри маркетингу, де розміщена інформація щодо вступу на ОС магістр спеціальності 075 Маркетинг та контакти відповідальної за вступ особи з числа НПП кафедри маркетингу (<https://bit.ly/3qEvPVu>).

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

Зарахування вступників на ОП Маркетинг відбувається згідно з Правилами прийому до ХНУ. Прийом на ОП здійснюється на основі диплома бакалавра або на основі уже здобутого ступеня вищої освіти магістр (ОК спеціаліст). Основними умовами вступу є наявність документа, що засвідчує здобуття освітньої кваліфікації за рівнем вищої освіти бакалавр/спеціаліст/магістр та успішне складання вступних випробувань. Згідно правил прийому у 2023 р. для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти за ОП Маркетинг необхідно скласти ЄВІ та ЄФВВ (вступ на основі диплома бакалавра/спеціаліста/магістра). Вступний фаховий іспит передбачає тестову перевірку знань з комплексу дисциплін професійного спрямування: «Маркетингові комунікації», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика», «Логістика». Метою вступного фахового іспиту є перевірка здатності до опанування ОП Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти.

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

Процес визнання РН, отриманих в інших ЗВО, зокрема під час академічної мобільності регулюється Положенням про порядок визнання та зарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/47HPILW>), Положенням про порядок відрахування, поновлення і переведення здобувачів вищої освіти/наукового ступеня та надання їм академічної відпустки у ХНУ (<https://bit.ly/47Iq4GT>), Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ХНУ (<https://bit.ly/3P48jds>), Положенням про порядок конкурсного відбору учасників освітнього процесу для участі у програмах академічної мобільності у ХНУ (<https://bit.ly/3OLiXoJ>). Визнання і зарахування ОК та призначених їм кредитів ЄКТС, набутих у формальній освіті, у разі поновлення/переведення здійснює декан факультету за заявою ЗдВО та погодженням із завідувачем кафедри, за якою закріплена ОК. Визнання РН ЗдВО, набутих за програмами академічної мобільності здійснюється на основі положень Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи співставленням ОП ХНУ та закладу-партнера на підставі представленої академічної довідки. Перезарахування здійснює декан факультету за заявою ЗдВО за погодженням із завідувачем (гарантом ОП) або експертною комісією відповідної кафедри на основі порівняння змісту ОК, загального обсягу в кредитах ЄКТС (годинах), форми підсумкового контролю. Результати визнання результатів заносяться до Індивідуального плану ЗдВО.

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

Можливості академічного обміну передбачені низкою договорів між ХНУ та українськими і закордонними ЗВО (<https://bit.ly/45FhmHT>, <https://bit.ly/3HLKxPQ>, <https://bit.ly/3E4YUMG>), однак практики визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО на цій ОП не було.

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

В ХНУ визначені чіткі правила визнання результатів навчання, отриманих у неформальній/інформальній освіті, що є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються під час реалізації цієї ОП. Механізм визнання РН, здобутих у неформальній/інформальній освіті прописано в Положенні про порядок визнання та зарахування результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/47HPILW>). Визнання результатів навчання з дисципліни (у повному обсязі) здійснює деканат факультету, як правило, у семестрі, що передє семестрові, в якому згідно із навчальним планом спеціальності ця дисципліна має вивчатися здобувачем вищої освіти. При зарахуванні певних розділів чи видів навчальної роботи з дисципліни здобувач вищої освіти звертається із заявою до завідувача кафедри. Завідувач доручає відповідному викладачеві провести перевірку знань

із заявлених розділів дисципліни і на основі висновків викладача приймає рішення щодо задоволення (незадоволення) заяви здобувача вищої освіти. Загальний обсяг освітніх компонентів освітньої програми, що зараховуються здобувачеві вищої освіти за підсумками визнання результатів неформального / інформального навчання за цією ОП не може перевищувати 25%. На сайті кафедри розміщено інформацію щодо можливостей отримання неформальної освіти (<https://bit.ly/3E4Z1rQ>). Здобувачі вищої освіти можуть обрати курси за власним бажанням або за рекомендацією викладача.

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

Конкретними прикладами застосування визнання результатів неформальної освіти є процедура перезарахування тем «Маркетингова стратегічна сегментація», «Формування і вибір цільових сегментів підприємства» з ОК Стратегічний маркетинг. ЗдВО групи МРм-22-1 Д.Буньо, В.Ванат, В.Жигальський через отримання знань щодо аналізу ринку знизу вгору, сегментації ринку, аналізу стартових позицій на ринку, розроблення портрету клієнта, профілювання потенційного клієнта та навичок (проводити сегментацію ринку, обирати стартову позицію на ринку, розробляти портрети клієнтів, обчислювати загальний розмір цільового ринку, розуміти свого клієнта) із курсу «Підприємництво: Хто ваш клієнт», що розміщений на освітній платформі Prometheus (<https://bit.ly/3sokYzk>). Успішне завершення курсу засвідчують сертифікати (<https://bit.ly/3QNpVxk>). РН із зазначених тем ОК Стратегічний маркетинг, набуті у неформальній освіті було визнано на основі подання заяв від здобувачів на ім'я завідувача кафедри.

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

Продемонструйте, яким чином форми та методи навчання і викладання на ОП сприяють досягненню програмних результатів навчання? Наведіть посилання на відповідні документи

Форми і методи навчання регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу у ХНУ (<https://bit.ly/3ON6JLy>). Порядок організації освітньої діяльності за технологіями дистанційного навчання у ХНУ (<https://bit.ly/3Qkf3Cr>) передбачає оптимальне поєднання форм навчання задля досягнення ПРН. У навчальному процесі використовуються традиційні (розповідь, демонстрація, лекція) та інноваційні (контекстне, імітаційне та проблемне навчання); особистісно-орієнтовані, інформаційно-комп'ютерні, інтерактивні, ігрові та проблемно-орієнтовані технології, дистанційне навчання, технології із активним використанням мультимедійних засобів. Досягненню ПРН сприяють проходження практики на підприємствах, виконання курсової роботи, кваліфікаційної (дипломної) роботи із проектно-рекомендаційними пропозиціями. У ІС Модульне середовище представлені електронні версії усіх ОК ОП, що дозволяє значно інтенсифікувати освітній процес. На сайті кафедри (<https://bit.ly/41SJMfW>) розміщено силабуси ОК, у ІС Модульне середовище розміщено РП та силабуси ОК, де зазначено форми та методи навчання, які є провідними для того чи іншого ОК. Матриця відповідності між ПРН та ОК подана у додатку до звіту (Таблиця 3). Різні форми та методи навчання дозволяють задіяти різні типи сприйняття і розуміння матеріалу, що поліпшує якість освітнього процесу, закріпити знання, розвинути навички аналізу, оцінки і формулювання висновків, таким чином сприяючи досягненню ПРН.

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?

Студентоцентрований підхід до організації навчального процесу задекларований у Стратегії розвитку ХНУ на 2021-2025 рр. (<https://bit.ly/45DgNOrr>). Форми і види навчальних занять та контрольних заходів регламентовані Положенням про організацію освітнього процесу ХНУ, п.5 (<https://bit.ly/3nx84xc>) та фіксуються у РП та силабусі, повідомляються ЗдВО на першому занятті з кожної дисципліни. Процедурі оцінювання та апеляції у разі незгоди регламентовано Положенням про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3beVE48>). Індивідуальна освітня траєкторія здобувача здійснюється за рахунок вільного вибору дисциплін, вибору місця проходження практики, тематики наукових досліджень, керівників наукової роботи, зокрема кваліфікаційної (дипломної) роботи, участі у науковому гуртку, вибору тематики ІДЗ тощо та можливостей неформальної освіти при опануванні певних ОК. Рівень задоволеності якістю викладання та навчання, зокрема формами та методами визначається за допомогою опитування ЗдВО «Оцінювання якості освітньо-професійної програми» (<https://bit.ly/46nrsrht>), результати якого представлені на сайті кафедри (<https://bit.ly/46mv96C>). Результати опитування свідчать, що рівень задоволеності якістю викладання та навчання на достатньо високому рівні, проте ЗдВО виявили бажання додавати діджитал складові до усіх ОК, на основі чого в ОК Стратегічний маркетинг та ОК Інноваційний маркетинг додано відповідні теми(<https://bit.ly/3REbx9A>).

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

Вибір методів навчання і викладання під час реалізації ОП здійснюється на основі принципів академічної свободи учасників освітнього процесу та регламентується Положенням про організацію освітнього процесу у ХНУ (<https://bit.ly/3ON6JLy>). ЗдВО ОП мають право на вільний вибір напрямів і методів власних досліджень. ЗдВО самостійно обирають вибіркові ОК, теми ІДЗ, курсової та кваліфікаційної (дипломної) робіт, наукових керівників, бази практики. Всі учасники освітнього процесу мають можливість безкоштовно користуватися інформаційними

ресурсами і послугами навчальних, навчально-методичних, наукових структурних підрозділів ХНУ. ЗдВО мають право отримувати знання відповідно до своїх потреб та наукових інтересів, реалізуючи вільний вибір дисциплін із широкого каталогу (<https://bit.ly/3P3EY3a>). Викладачі ОК самостійно визначають способи проведення занять, обирають матеріали для навчання, методи та форми викладання, можуть застосовувати авторські методики під час проведення занять.

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 мети, ПРН, порядку і критеріїв оцінювання у межах окремих ОК доводиться здобувачам на першому навчальному занятті, також ця інформація доступна у силабусах, які розміщено на сайті кафедри та робочих програмах, розміщених у ІС Модульне середовище. З чинною ОП можна ознайомитися на сайті ХНУ у розділі Освітні програми (<https://bit.ly/45u19nJ>) та на сайті кафедри маркетингу (<https://bit.ly/44lboxw>). Реалізація ОП відбувається згідно з Положенням про організацію освітнього процесу у ХНУ (<https://bit.ly/3ON6JLy>) та Положенням про контроль та оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3beVE48>). У ІС Модульне середовище ЗДВО за кожною ОК мають доступ до матеріалів лекційних занять, методичних матеріалів щодо виконання практичних робіт, методичних вказівок до виконання контрольних робіт (для заочної форми навчання) та курсової роботи, додаткової інформації з дисциплін. Розклад занять розміщено в ІС Електронний університет, на сайтах факультету економіки і управління (<https://bit.ly/46hvw3oi>), кафедри маркетингу (<https://bit.ly/3qCxnIK>, <https://bit.ly/3qNHent>).

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

НДР ЗДВО є частиною освітнього процесу та регламентується Положенням про науково-дослідну роботу студентів ХНУ (<https://bit.ly/3P921qd>). Поєднання процесів навчання і досліджень відбувається за рахунок участі ЗДВО у науково-практичних конференціях, у т.ч. у щорічних ВВПК «Маркетинг очима молоді» та МНПК «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», які організовує кафедра. ЗДВО ОП Ю.Матвіюк, В.Ванат, Д.Буньо беруть участь у виконанні госпдоговірної теми кафедри № 11-2022 Формування стратегії просування підприємства в інтернет-мережі на засадах SMM-маркетингу (№ ДР 0122U201589, керівник доц. З.Андрюшкевич) при Центрі маркетингових ініціатив (<https://bit.ly/3KN7m7i>). НДР ЗДВО передбачена такими ОК як Методологія та організація наукових досліджень, кваліфікаційна (дипломна) робота. За 2018-2023 рр. ЗДВО другого (магістерського) РВО на Всеукраїнські та Міжнародні конкурси НР було подано 40 робіт, з яких 13 отримали призові місця (2023 р.: В.Ванат, А.Рясних, О.Вікарчук); опубліковано 8 статей у фахових виданнях категорії В: О.Шемчук, О.Гайдук, А.Михайлов, Я.Галюк, О.Сітарчук, Н.Годованюк, Л.Забурмеха, А.Романова; тези доповідей, зокрема за кордоном (<https://bit.ly/3KP4EOv>). У 2018 р. II місце у другому етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності Маркетинг за другим (магістерським) рівнем вищої освіти посіла Л.Забурмеха. Також при кафедрі працює студентський науковий гурток «Modern marketing» (<https://bit.ly/3KPCzXk>), до складу якого входять: В.Ванат, Д.Буньо, Р.Калужний, В.Жигальський.

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

В ХНУ розроблено Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3OGMdN5>), потреба в перегляді та оновленні РП ОК обговорюється на засіданнях кафедри (протоколи № 10 від 17.05.23 р., № 2 від 12.09.2022 р., № 8 від 18.02.2022 р., № 1 від 30.08.2021 р., № 6 від 21.01.2021 р., № 1 від 11.09.2020 р., № 6 від 16.01.2020 р., № 1 від 23.08.2019 р.). РП ОК оновлюються відповідно до пропозицій стейкхолдерів та наукових досягнень НПП. Зокрема, результати наукових досліджень А.Тельнова (<https://bit.ly/3OGMhfN>, <https://bit.ly/3OKRB1K>) знайшли відображення в ОК НР-маркетинг та ОК Маркетинговий менеджмент; публікації В.Карпенка надруковані у вітчизняних та зарубіжних виданнях, корелюють із змістом ОК Інноваційний маркетинг (<https://bit.ly/3OZFxLr>, <https://bit.ly/3P2Qkn9>, <https://bit.ly/45v8pR2>); результати досліджень, опубліковані З.Андрюшкевич, (<https://bit.ly/3KNasZ5>, <https://bit.ly/3QMdkJ5>) та О.Голубовською (<https://bit.ly/45moAjj>, <https://bit.ly/3rH2IS4>) знайшли відображення в ОК Менеджмент он-лайн продаж; в темах ОК Стратегічний маркетинг знайшли відображено наукові публікації І.Закрижевської (<https://bit.ly/47EoYMo>). Для підвищення якості освітнього процесу НПП проходять підвищення кваліфікації і стажування за фахом, діють у тісній співпраці з стейкхолдерами-професіоналами. За період 2018-2023 рр. на базі Центру маркетингових ініціатив укладено 4 госпдоговірні теми (<https://bit.ly/3KN7m7i>).

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

Міжнародна діяльність у ХНУ прописана у Стратегії інтернаціоналізації ХНУ (<https://bit.ly/3YFjLQs>), регламентується Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність (<https://bit.ly/3P48jdS>) і Положенням про відділ міжнародних зв'язків ХНУ (<https://bit.ly/3qCrEch>). Міжнародна активність викладачів освіти підтверджена участю у: міжнародних наукових конференціях (<https://bit.ly/3KP4Xc7>); публікаціями розділів у міжнародних монографіях, публікаціями статей у виданнях, які входять до баз WoS, Scopus та інших періодичних виданнях країн ОЕСР (<https://bit.ly/47x1vg2>). У 2023 р. В.Карпенко, І.Закрижевська пройшли міжнародне стажування (МС) на базі Авіаційного університету Грузії, Венеціанського університету Ка Фоскарі, у 2022р. К.Олександренко пройшла МС в Анхальтському університеті прикладних наук «Digital Future: Blended Learning», у 2022 р. Р.Бойко, пройшов МС «The International Historical Biographical Institute (Dubai – NewYork – Rome – Jerusalem – Beijing)», у 2021 р. А.Тельнов пройшов МС в Університеті третього віку у Громадка гміни Громадка, у

2021 р. З. Андрушкевич, І. Закрижевська, В. Карпенко пройшли міжнародне підвищення кваліфікації в Науково-дослідному інституті Люблінського науково-технологічного парку м. Люблін (Польща) (<https://bit.ly/44gX3PG>). Міжнародна діяльність здобувачів проявляється у публікаційній активності (<https://bit.ly/3KP4EOv>) та міжнародній академічній мобільності (<https://bit.ly/3P3FqhS>).

5. Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність

Опишіть, яким чином форми контрольних заходів у межах навчальних дисциплін ОП дозволяють перевірити досягнення програмних результатів навчання?

Форми контрольних заходів у межах ОК ОП регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у ХНУ (<http://bitly.ws/AU8K>) і Положенням про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://bitly.ws/AUn2>). Контрольні заходи здійснюються через поточний і підсумковий (семестровий, підсумкова атестація) контроль. Поточний контроль навчальних досягнень ЗдВО здійснюється впродовж семестру під час проведення аудиторних занять та дає змогу перевірити досягнення результатів навчання. Різноманітність форм поточного контролю (усне та письмове опитування, тестовий контроль, захист практичних та індивідуальних робіт, есе тощо) дозволяє у повній мірі та об'єктивно оцінити сформованість ПРН. Підсумковий контроль передбачає перевірку розуміння здобувачем освіти програмного матеріалу в цілому; логіки та взаємозв'язків між окремими розділами; рівня досягнення ПРН; здатності творчо використовувати накопичені знання і набуті компетентності; уміння сформулювати своє ставлення до об'єкту вивчення і включає семестровий контроль та підсумкову атестацію. Вибір форми підсумкового контролю відбувається на етапі розробки ОП. Наприклад, для базових фундаментальних дисциплін за фахом, таких як: Інноваційний маркетинг, Маркетинговий менеджмент, Стратегічний маркетинг, Менеджмент он-лайн продаж передбачені іспити, а для усіх вибіркових дисциплін формою підсумкового контролю є залік. Форми проведення поточного та семестрового контролю, критерії оцінювання, вагові коефіцієнти, зміст контрольних заходів відображено в РП та силабусах ОК. Форми семестрового контролю (залік, диференційований залік, іспит). При проведенні семестрового контролю у формі заліку підсумкова оцінка з навчальної дисципліни виставляється на останньому тижні теоретичного навчання за результатами поточного контролю ЗдВО з усіх видів навчальної роботи з урахуванням коефіцієнтів вагомості за умови повного виконання студентом програми навчальної дисципліни. Підсумкова семестрова оцінка з дисципліни складається із середньозваженої оцінки за результатами поточного контролю усіх видів навчальної роботи та підсумкового контрольного заходу, ваговий коефіцієнт для якого становить: для студентів денної форми навчання 0,4, а заочної форми – 0,5. Захист курсової роботи ЗдВО здійснює перед комісією, яка оцінює її якість за встановленими критеріями: актуальність теми, теоретичний, дослідницький, практичний рівень написання курсової роботи, презентацію та доповідь студента, повноту та правильність відповідей на поставлені запитання. Захисти ЗдВО звітів з практики оцінює комісія, сформована завідувачем кафедри.

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

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання навчальних досягнень ЗдВО в межах ОК ОП є чіткими, зрозумілими, дають можливість встановити рівень досягнення ЗдВО ПРН та регламентуються відповідними положеннями ХНУ <https://bit.ly/3OH6JLy>, <https://bit.ly/3beBE48>, <https://bit.ly/3P8CMoz>. Перелік форм контрольних заходів щодо ОК, розподіл аудиторних годин та самостійної роботи ЗдВО відображено у навчальному плані ОП, індивідуальних навчальних планах ЗдВО, в інформаційній системі ІС Електронний університет <https://bit.ly/3xOsa87> на персональній сторінці ЗдВО в розділі Навчальний процес. У робочих програмах/силабусах ОК міститься інформація про зміст контрольних завдань, критерії їх оцінювання, співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС. Робочі програми та силабуси ОК розміщені в ІС Модульне середовище, силабуси розміщені також на сайті кафедри <https://bit.ly/41SJMfW>. Зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання забезпечується через проведення зборів гарантом ОП на початку семестру з метою ознайомлення ЗдВО з системою контролю, формуванням зворотного зв'язку НПП із ЗдВО під час занять. Після кожного заняття оцінки заносяться до Електронного журналу.

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

Інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання навчальних досягнень ЗдВО відображена в ІС Електронний університет на персональній сторінці ЗдВО, РП і силабусах в ІС Модульне середовище, силабуси також розміщено на сайті кафедри (<https://bit.ly/41SJMfW>). На першому занятті НПП ознайомлюють ЗдВО з формами контрольних заходів і критеріями оцінювання. З метою здійснення постійного моніторингу РН ЗдВО запроваджено Електронний журнал як автоматизовану систему управління освітньою діяльністю. В електронному журналі відображаються: дотримання затвердженого в установленому порядку розкладу аудиторних занять; траєкторія особистих навчальних досягнень ЗдВО протягом семестру; відвідування ЗдВО аудиторних занять; накопичені оцінки за усіма видами робіт, передбаченими РП. Інформація електронного журналу доступна деканам факультетів, завідувачам кафедр, НПП відповідних ОК, ЗдВО. Результати навчання ЗдВО обговорюються на засіданнях кафедри (протоколи №1 від 1.09.2023 р., №6 від 2.02.2023 р., №1 від 1.09.2022 р., №7 від 18.01.2022 р., №1 від 30.08.2021 р., №6 від 21.01.2021 р., №1 від 11.09.2020 р., №1 від 23.08.2019 р.) та вченої ради факультету (протокол №6/23 від 03.02.2023 р., №12/23 від 26.09.2023 р.) за участю представників органів студентського самоврядування. Графіки проведення підсумкових семестрових заходів (іспитів) складаються деканатом у встановлені строки, доводяться до відома викладачів кафедр та ЗдВО шляхом розміщення інформації на дошках оголошень, в ІС ХНУ, сайті

факультету (<https://bit.ly/3YHfPGm>).

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

Атестація ЗдВО відповідає вимогам стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти та здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної (дипломної) роботи з метою встановлення відповідності набутих ЗдВО ЗК та ФК і засвоєних ПРН. Захист кваліфікаційної (дипломної) роботи відбувається перед комісією, до складу якої входить представник стейкхолдерів-роботодавців. Процедура атестації, формування і діяльність екзаменаційної комісії визначені у Положенні про атестацію здобувачів вищої освіти у ХНУ <http://bitly.ws/AUn6>. Кваліфікаційні (дипломні) роботи ЗдВО перевіряються на унікальність за допомогою програмно-технічного забезпечення (ПТЗ) Unicheck та AntiPlagiarism (<https://bit.ly/3E7bifr>). Для кваліфікаційних робіт здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти встановлюється мінімально допустимий рівень унікальності тексту кваліфікаційних (дипломних) робіт, що допускаються до захисту – 75%. Після перевірки ПТЗ, експертна комісія, до складу якої входять: завідувач кафедри, гарант освітньої програми та керівник кваліфікаційної (дипломної) роботи (протокол № 4 від 14.11.2022 р.) допускає роботу до захисту. Кваліфікаційні (дипломні) роботи, згідно вимог, розміщені в інституційному репозитарії ХНУ (<https://bit.ly/3Q6CrWD>).

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

Процедура проведення контрольних заходів регулюються такими документами ХНУ: Положенням про організацію освітнього процесу у ХНУ (<http://bitly.ws/AU8K>), Положенням про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://bitly.ws/AUn2>), Положенням про систему забезпечення академічної доброчесності у ХНУ (<http://bitly.ws/AUkL>), Положенням про організацію та контроль самостійної роботи здобувачів вищої освіти ХНУ (<https://bit.ly/3MzCH6P>), Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://bitly.ws/AUn6>), Порядком організації освітньої діяльності за технологіями дистанційного навчання (<https://bit.ly/3LIoS9d>). Зазначені положення розміщені на офіційному сайті ХНУ у розділі Нормативні документи/Положення та є загальнодоступними для усіх НПП і ЗдВО. У зазначених документах чітко визначені процедури проведення контрольних заходів, процедури запобігання і врегулювання конфліктних ситуацій, оскарження результатів контрольних заходів та їх повторного проходження. Результати поточного контролю виставляються в електронний журнал, а підсумкового – в електронну відомість в ІС Електронний університет. Процедури проведення контрольних заходів за окремими ОК також відображено у РП та силабусах, доступних для учасників освітнього процесу на сторінках ОК у ІС Модульне середовище. Силабуси ОК є загальнодоступними для всіх учасників освітнього процесу на сайті кафедри маркетингу (<https://bit.ly/41SJMfW>).

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

Критерії оцінювання РН відображено в РП та силабусах ОК. Залікові оцінки виставляються за результатами поточного оцінювання, відображеного в ІС Електронний університет в розділі Електронний журнал. Іспит проводиться з дотриманням методики оцінювання, викладеної у РП ОК, 60% підсумкової оцінки (для ЗдВО денної форми навчання) складає середньозважений бал поточних оцінок; захист курсової роботи, практики, кваліфікаційної (дипломної) роботи відбувається публічно у присутності членів комісії. Процедури запобігання і врегулювання конфліктних ситуацій у ХНУ визначено у відповідному положенні (<http://bitly.ws/AUoR>). ЗдВО і НПП завчасно поінформовані про необхідність дотримання академічної доброчесності <http://bitly.ws/AUoL>. Врегулювання конфліктних ситуацій здійснює тимчасова комісія з врегулювання конфліктних ситуацій, до складу якої можуть входити: проректор з науково-педагогічної роботи, декани, керівники структурних підрозділів, представники профспілкових органів, представники органу студентського самоврядування, юрист, психолог, за потреби куратор та староста групи. Окремі конфліктні ситуації, за згодою учасників конфлікту, можуть вирішуватися без створення Тимчасової комісії за безпосередньої участі керівників структурних підрозділів, в яких виникла конфліктна ситуація. Конфліктних ситуацій і конфлікту інтересів під час оцінювання результатів навчання ЗдВО за ОП не було.

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів у ХНУ врегулюють Положення про організацію освітнього процесу у ХНУ (<http://bitly.ws/AU8K>) та Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<http://bitly.ws/AUn2>). Повторне складання семестрового контролю з ОК, у випадку отримання незадовільної оцінки, допускається не більше двох разів. ЗдВО, який не ліквідував академічну заборгованість в установлені терміни, має право подати заяву на ім'я ректора щодо перенесення на наступний семестр вивчення ОК. Повторне складання іспиту (у разі незадовільної оцінки) здійснюється перший раз викладачеві, другий – комісії, яку призначає декан. Повторний захист звіту з практики здійснюється перед комісією, що призначається завідувачем кафедри. ЗдВО, який повторно отримав негативну оцінку з практики, відраховується з ХНУ за академічну заборгованість. Повторна атестація випускників регулюється положеннями (<http://bitly.ws/AU8K>, <https://bit.ly/3JdC4V2>). Для ЗдВО, який не захистив кваліфікаційну роботу з поважної причини, підтвердженої документами, ректором ХНУ за поданням декана може бути встановлений новий термін атестації впродовж одного року в період роботи Екзаменаційної комісії. ЗдВО, який захистив кваліфікаційну роботу з оцінкою «незадовільно», відраховується з ХНУ і отримує академічну довідку встановленої форми, але

допускається до повторного захисту роботи впродовж трьох років після закінчення ХНУ. Прикладів повторного проходження контрольних заходів на ОП не було.

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

Процедура оскарження результатів проведення контрольних заходів описана у Положенні про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/3LFHFod>) та Положенні про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3dGNlBZ>). У разі незгоди з рішенням НПП щодо результатів оцінювання ЗдВО має право: -при поточному контролі ЗдВО протягом трьох днів після оголошення результату поточного контролю має право звернутися до НПП за роз'ясненням; -при семестровому контролі у формі заліку ЗдВО може звернутися до НПП з незгодою щодо отриманої оцінки у день її оголошення. Якщо рішення щодо незгоди не влаштовує ЗдВО він має право звернутися для вирішення питання до завідувача кафедри; -при семестровому контролі у формі іспиту ЗдВО може звернутися до декана факультету з заявою. За рішенням декана письмова робота ЗдВО може бути надана для оцінювання іншому НПП. Після повторного оцінювання роботи декан приймає за остаточну (з двох виставлених при першому і повторному оцінюванні) вищу оцінку. Порядок подання і розгляду апеляцій описано у Положенні про систему забезпечення академічної доброчесності у ХНУ (<http://bitly.ws/AUkL>). Процедури розгляду апеляційних скарг ЗдВО щодо незгоди з оцінкою за захист кваліфікаційної (дипломної) роботи регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу у ХНУ (<https://bit.ly/3LFHFod>) та Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3P1nAMD>). Прикладів оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів ЗдВО на ОП не було.

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

В ХНУ визначена чітка та зрозуміла політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності усіма учасниками освітнього процесу, що описані у таких документах: Статуті ХНУ (<http://bitly.ws/AU4n>), Стратегії розвитку ХНУ на 2021-2025 рр. (<http://bitly.ws/AU8c>), Положенні про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<http://bitly.ws/AUqP>), Положенні про систему забезпечення академічної доброчесності в ХНУ (<http://bitly.ws/AUkL>), Кодексі академічної доброчесності учасників освітнього процесу ХНУ (<https://bit.ly/3srqZv6>), Положенні про діяльність ХНУ у сфері інтелектуальної власності <http://bitly.ws/AUqX>, Положенні про участь стейкхолдерів у процедурах забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ <http://bitly.ws/AUr3>, Положення про запобігання і урегулювання конфліктних ситуацій у ХНУ (<https://bit.ly/44i9oTT>), Положення про порядок запобігання і врегулювання потенційного та реального конфлікту інтересів в діяльності посадових осіб ХНУ (<https://bit.ly/3QMeO6z>). Усі учасники освітнього процесу підписують Декларацію учасника освітнього процесу щодо дотримання академічної доброчесності (<https://bit.ly/45gqNh4>).

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

Технологічними рішеннями, які виступають як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності на ОП є: 1) застосування двох програмно-технічних засобів (ПТЗ) Anti-Plagiarism та Unichек для перевірки кваліфікаційних (дипломних) робіт ЗдВО на унікальність тексту (<https://bit.ly/3E7bifr>); 2) ведення викладачами, які викладають ОК, Електронного журналу в ІС Електронний університет, де зазначаються поточні та підсумкова оцінки з ОК, що враховуються програмою за коефіцієнтами вагомості з усіх видів навчальної діяльності ЗдВО; 3) тестування в ІС Модульне середовище для навчання забезпечує перевірку знань в автоматизованому режимі, чим обумовлюється об'єктивність оцінювання; 4) перевірка наукових публікацій, що приймаються для друку у виданнях ХНУ, навчально-методичних видань (підручник, навчальний, навчально-методичний посібник, конспект лекції) на наявність академічного плагіату за допомогою ПТЗ Anti-Plagiarism; 5) розміщення кваліфікаційних (дипломних) робіт ЗдВО, наукових праць, навчальних і навчально-методичних видань НПП у відкритому публічному доступі до них в інституційному репозитарії ХНУ (<https://bit.ly/3sjcidG>).

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

Гарант ОП та НПП ознайомлюють ЗдВО з Положенням про систему забезпечення академічної доброчесності в ХНУ (<http://bitly.ws/AUkL>) і Кодексом академічної доброчесності (<http://bitly.ws/AUoL>). Усі учасники освітнього процесу підписують Декларації щодо дотримання академічної доброчесності (<https://bit.ly/458UoJP>). На сайті ХНУ є розділ Академічна доброчесність (<https://bit.ly/3QKI65g>), наукова бібліотека ХНУ здійснює інформаційну підтримку щодо популяризації принципів академічної доброчесності (<http://bitly.ws/AUrI>), здійснює перевірку на плагіат наукових робіт ЗдВО та НПП ХНУ (<https://bit.ly/3QLEgJ6>). Відділ забезпечення якості вищої освіти (ВЗЯВО) ХНУ систематично проводить заходи з учасниками фокус-груп ЗдВО із забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти щодо дотримання академічної доброчесності (<https://bit.ly/3RG59i3>), на кафедрі проводиться опитування щодо дотримання академічної доброчесності (<https://bit.ly/44fnYLW>, <https://bit.ly/3sgeD9b>). На сайті ВЗЯВО створено скриньку для пропозицій і відгуків (<https://bit.ly/45gtMpK>), створено скриньки довіри на сайті факультету (<https://bit.ly/47EqvC8>) та кафедр (<https://bit.ly/45dHTw7>). В холі 4 корпусу є скриньки довіри від ректорату та від студентського самоврядування. В.Карпенко пройшов підвищення кваліфікації шляхом участі у семінарі «Академічна доброчесність у ЗВО: виклики сьогодення та передові практики» (<https://bit.ly/3YG8Gyo>).

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

Відповідно до Положення про систему забезпечення академічної доброчесності в ХНУ (<http://bitly.ws/AUkL>) основними видами відповідальності ЗДВО за порушення академічної доброчесності є повторне проходження ОК ОП; повторне виконання кваліфікаційної (дипломної) роботи; позбавлення академічної стипендії; відрахування із ЗВО тощо. Мінімально допустимий рівень унікальності тексту кваліфікаційної (дипломної) роботи (згідно положення <http://bitly.ws/AUkL>), що допускається до захисту – 75%, рівень унікальності в межах від 40% до 74%, передбачає доопрацювання кваліфікаційної (дипломної) роботи та повторну перевірку програмно-технічними засобами. Унікальність менша за 40%, передбачає недопущення до захисту у поточному навчальному році з правом повторного захисту у наступному навчальному році з обов'язковою зміною теми кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основними видами академічної відповідальності НПП є відмова у присудженні або позбавлення присудженого наукового ступеня, вченого звання; позбавлення права брати участь у роботі визначених законом органів або займати визначені законом посади, звільнення тощо. У ХНУ створені комісії академічної доброчесності на різних рівнях: університет, факультет, кафедра, ЗДВО. Порушень академічної доброчесності учасниками освітнього процесу за ОП не зафіксовано.

6. Людські ресурси

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

Конкурсний відбір НПП регламентується Порядком проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП ХНУ (<https://bit.ly/3YP9CRd>), що забезпечує відкритість, законність та обґрунтованість прийняття рішень шляхом виконання умов проведення конкурсу, вимог до претендентів на посади НПП, процедури конкурсного відбору та обрання за конкурсом, а також умов укладання трудового договору. Оголошення про конкурс в установлений термін оприлюднюється на сайті ХНУ (<https://bit.ly/3E51fYe>). Претендент зобов'язаний надати: висновок про професійні та особистісні якості, у якому відображена інформація про вищу освіту, рівень наукового ступеня та вченого звання, відповідність ОК який планує забезпечувати претендент, підвищення кваліфікації, відповідність встановленій кількості пунктів ліцензійних вимог, список наукових праць та копії документів, що підтверджують підвищення кваліфікації; стислу характеристику звіту про навчальну, методичну, наукову, організаційну, виховну роботу, підсумки рейтингового оцінювання за останні 5 років (для НПП ХНУ). Для оцінювання рівня професійної кваліфікації претендента, який не є викладачем кафедри, кафедра може запропонувати провести пробні лекції, практичні заняття у присутності НПП кафедри.

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

В ХНУ діє Положення про участь стейкхолдерів у процедурах забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3KOAmvz>), яким керується кафедра у процесі залучення роботодавців до забезпечення освітнього процесу. Співпраця із роботодавцями відбувається на всіх етапах освітнього процесу: розроблення, обговорення ОП (<https://bit.ly/47QmV8e>, <https://bit.ly/45DzoM7>, <https://bit.ly/3qCuY7I>, <https://bit.ly/44jawqn>), рецензування ОП (<https://bit.ly/3QLyWz2>), онлайн зустрічі, залучення до проведення Регіонального конкурсу студентських рекламних проєктів (<https://bit.ly/3QIiK8j>), участь у конференціях, які організує кафедра (<https://bit.ly/3sgf6rX>, <https://bit.ly/3YG8SO8>). З роботодавцями укладено угоди про співпрацю (<https://bit.ly/3HLKxPQ>), в межах дії яких здобувачі забезпечуються базами практик з можливістю написання наукових, кваліфікаційних (дипломних) робіт за реальною тематикою виробничо-комерційної діяльності сучасних підприємств. Екзаменаційну комісію по захисту кваліфікаційних (дипломних) робіт магістрів очолювала протягом 2020-2022 рр. президент Хмельницької торгово-промислової палати, Н.Белякова (<https://bit.ly/3E3r9eR>).

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

При провадженні освітнього процесу використовується практика залучення до аудиторних занять професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців через проведення гостьових лекцій, тренінгів, конкурсів. Зокрема, гостьова лекція в межах вивчення ОК Менеджмент он-лайн продаж із залученням А.Голуб, Web-Designer, Team Lead WEBMOZAИKA AGENCY (<https://bit.ly/3P6kZBb>), гостьова лекція Н.Буднецької, директора фірмового магазину ТОВ «ЛІТМА» «Формування та підтримка лояльності до бренду» (<https://bit.ly/3qAzUKr>), гостьова лекція магістрантки заочної форми навчання А.Слободянюк «SMM стратегії та планування» (<https://bit.ly/3qAzS5h>) та інші (<https://bit.ly/3P314Tp>, <https://bit.ly/47BWB1q>, <https://bit.ly/45lBosv>, <https://bit.ly/3P3kHe1>, <https://bit.ly/3OJTJqr>, <https://bit.ly/3YHrhj>, <https://bit.ly/3Lbm74b>, <https://bit.ly/45elApL>, <https://bit.ly/3P2SyD1>, <https://bit.ly/3QIjbzt>, <https://bit.ly/3KN9OL2>). Особливістю кафедри є те, що до освітнього процесу залучені викладачі, які водночас є досвідченими професіоналами-практиками, зокрема: О.Голубовська, ст. викладач кафедри маркетингу, PPC-Specialist OМ OMD GROUP (<https://bit.ly/3OLKmXg>) забезпечує викладання практичних занять з ОК Менеджмент он-лайн продаж.

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

Відповідно до Положення про підвищення кваліфікації науково-педагогічних і педагогічних працівників ХНУ (<https://bit.ly/3KPEQ50>) формами підвищення кваліфікації є формальна, неформальна/інформальна освіта. Центр

післядипломної освіти щороку формує план підвищення кваліфікації НПП. НПП ОП проходять підвищення кваліфікації на базі ХНУ та за його межами. Зокрема, на базі ХНУ отримали підвищення кваліфікації: 1.П.Григорук, І.Закрижевська, А.Тельнов, З.Андрушкевич за програмою «Організація підготовки та процедура акредитації освітньої програми» у 2023 р., 2.П.Григорук, І.Закрижевська за програмою «Розвиток професійних компетентностей» у 2022 р., 3.І.Закрижевська, В.Карпенко, А.Тельнов, З.Андрушкевич за програмою «Педагогічна майстерність» у 2021 р., 4.П.Григорук за програмою «Підготовка грантової заявки – від теорії до практики» у 2021 р., 5.К.Олександренко за програмою «Ресурси та методи проведення навчальних занять on-line в умовах карантину» у 2021 р. 6.В.Карпенко, І.Закрижевська, З.Андрушкевич за програмою «Проектування освітніх програм в контексті стандартів вищої освіти» у 2018 р.

Міжнародні стажування пройшли: 1.В.Карпенко, І.Закрижевська у 2023 р. (<https://bit.ly/44gX3PG>), 2.А.Тельнов у 2022 р. (<https://bit.ly/3LQnYM2>), 3.К.Олександренко в Анхальтському університеті прикладних наук «Digital Future: Blended Learning» (10.10.22-30.11.22).

О.Голубовська підвищила кваліфікацію на засадах неформальної освіти: Google Ads Display Certification (<https://bit.ly/44cVylv>), Google Ads Video Certification (<https://bit.ly/44jmIrd>).

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Механізм стимулювання розвитку викладацької майстерності має матеріальний і нематеріальний характер. Нематеріальне стимулювання передбачає занесення на дошку пошани (П.Григорук наказ 66 від 16.06.2022 р.), до книги пошани, подяки ректора (А.Тельнов наказ 8-кв від 12.10.2022 р.), грамоти університету (І.Закрижевська накази 11-кв. від 8.10.2019 р., 2-кв від 12.10.2020 р.), грамоти на рівні міста, області (І.Закрижевська <https://bit.ly/45CnMXU>, К.Олександренко – грамоти Хмельницької обласної ради в 2022 р.; К.Олександренко грамоти НА Державної прикордонної служби України ім. Б.Хмельницького (23.02.2019 р., 14.05.2019 р.) та України за поданням від ХНУ (К.Олександренко подяка МОН України 05.2023 р.). У ЗВО реалізовано механізм матеріального стимулювання викладачів через премії. За якісне виконання обов'язків, високі досягнення у праці в різні роки були премійовані П.Григорук, І.Закрижевська, В.Карпенко, З.Андрушкевич, А.Тельнов. В ХНУ діє Положення про щорічне рейтингове оцінювання роботи НПП ХНУ (<https://bit.ly/3KPkDfH>), на основі якого здійснюється преміювання кращих НПП за високі показники у науковій діяльності (П.Григорук, І.Закрижевська, В.Карпенко, К.Олександренко, З.Андрушкевич, А.Тельнов). 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.), премійовано П.Григорука (наказ 1-квп від 08.01.2020 р., наказ 10-квп від 25.03.2022 р.).

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?

Матеріальна база ХНУ включає 5 навчальних корпусів, 5 гуртожитків, наукову бібліотеку, спортивні споруди, ботанічний сад тощо. Для забезпечення освітнього процесу за ОП використовуються приміщення кафедри маркетингу (2 мультимедійні навчальні аудиторії (4-314 і 4-404), аудиторія для самостійної роботи ЗдВО (4-517б), а також інші аудиторії ХНУ. НМК обов'язкових та вибіркових освітніх компонентів ОП розміщено у ІС Модульне середовище з вільним доступом для здобувачів. НПП, які забезпечують ОП, мають наукові статті за тематикою ОК. Наукова бібліотека ХНУ <https://bit.ly/3qIsJja> забезпечує доступ до вітчизняної та зарубіжної літератури з використанням сучасних технологій, необхідної для фахової підготовки ЗдВО за ОП. Для задоволення потреб та інтересів ЗдВО створено якісне освітньо-виховне середовище: навчально-спортивний комплекс, відділ навчально-виховної роботи, центр культури та естетичного виховання студентів, психологічна служба тощо. На території ХНУ, навчальних корпусів й гуртожитків діє безкоштовна Wi-Fi мережа. Фінансування освітніх потреб здійснюється щороку відповідно до перспективного плану.

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?

Для задоволення освітніх потреб працюють: деканат, центр цифрових технологій, бібліотека, органи студентського самоврядування та інші підрозділи. Забезпечено вільний доступ до наукометричних платформ Scopus та WoS, який надається з будь-якого комп'ютера мережі ХНУ та наукової бібліотеки (<https://bit.ly/3qIsJja>). У ХНУ функціонують психологічна служба <https://bit.ly/3sexOA9>, лабораторія інклюзивної педагогіки <https://bit.ly/45BqPQo>, лабораторія ергономії та інклюзивної освіти (<https://bit.ly/47FSgKt>), студентська туристична агенція <https://bit.ly/47F5uqz>, студентський літературний театр «Глорія» <https://bit.ly/47CaPiP>, центр культури і естетичного виховання <https://bit.ly/3QH9gtX>, наукове товариство студентів і молодих вчених <https://bit.ly/3YKfbz3>. Задля виявлення і врахування потреб і інтересів ЗдВО проводяться: опитування, круглі столи, розширені засідання кафедри, прийом адміністрацією, Дні зустрічей для вирішення спірних питань, скриньки довіри на сайті університету (<https://bit.ly/3thtLUk>), факультету (<https://bit.ly/47EqvC8>) та кафедри (<https://bit.ly/45dHTw7>), скриньки довіри також розміщені у начальному корпусі № 4 (ректорату та студентської ради). На факультеті облаштовано комп'ютерні класи, зокрема, у 2023 р. встановлено ПЗ «М.Е.Дос» в аудиторії 4-510, укладено договір на використання ПЗ IBM SPSS під час дослідницької і наукової роботи ЗдВО, надано доступ до онлайн-платформи перевірки граматики Grammarly (4-517б).

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

Освітнє середовище є безпечним для життя та здоров'я ЗдВО, що навчаються за ОП і дає можливість задовольнити їхні потреби. Усі навчальні та адміністративні приміщення відповідають вимогам техніки безпеки, забезпечують умови життєдіяльності щодо освітлення, теплового та повітряного режиму тощо. Перед початком занять здобувачі проходять інструктаж з техніки безпеки. У ЗВО функціонують відділи охорони праці, протипожежної безпеки, відділ охорони. Безпечність освітнього середовища реалізовано за рахунок режиму перепусток, системи сигналізації, камер відеоспостереження та мобільних груп реагування з числа штатних працівників. Організація діяльності з охорони праці і пожежної безпеки регламентується інструкціями (<https://bit.ly/3P5v94I>, <https://bit.ly/3QbbXU5>). Для підтримки психічного здоров'я і соціального благополуччя усіх учасників освітнього процесу створено психологічну службу (<https://bit.ly/3sexOA9>). У ЗВО активовано телефон психологічної служби, за яким можна звернутися за консультацією до психолога, скористатися скриньками довіри, що розміщені у навчальному корпусі № 4, на сайтах ХНУ, факультету, кафедри. Для укриття учасників освітнього процесу під час повітряних тривог у ХНУ облаштовано 8 укриттів з кількістю місць – більше 4000. 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 ЗдВО здійснюється на основі взаємодії учасників ОП за допомогою ІС Електронний університет (<https://bit.ly/3qGocxW>), через яку ЗдВО мають доступ до індивідуальних навчальних планів, переліку курсів тощо. Освітню підтримку забезпечує ІС Модульне середовище (<https://bit.ly/3R3VodB>), що містить НМК ОК ОП. Через систему віртуального обслуговування користувачів (<https://bit.ly/45y8C6f>) наукової бібліотеки реалізовано доступ до більше ніж 600 тисяч документів.

Організаційна підтримка здійснюється ВР ХНУ, ректоратом, ВР факультету, деканатом, кафедрою, студентським відділом кадрів, бухгалтерією. Організуються зустрічі ЗдВО з керівництвом ХНУ (<https://bit.ly/3scFiUi>, <https://bit.ly/3YGdJ1M>) та керівництвом ФЕУ (<https://bit.ly/3samJK3>).

Інформаційна підтримка забезпечується через доведення до ЗдВО необхідної інформації під час навчальних занять, консультацій, виховних годин та через використання сучасних інформаційних технологій (Viber, Facebook, Instagram, Zoom). На офіційному сайті ХНУ (<https://bit.ly/3NRoN9f>), кафедри (<https://bit.ly/44h1WbB>) викладена уся необхідна для ЗдВО інформація щодо організації освітнього процесу, змісту ОП, ОК тощо. На сайті кафедри також представлено інформацію про НПП, каталог вибіркового ОК, силабуси, навчально-методичне забезпечення, актуальні новини тощо. НМК дисциплін за ОП розроблено та подано для вільного користування студентами через ІС Модульне середовище (<https://bit.ly/3R3VodB>). Наукова бібліотека ХНУ забезпечує доступ до навчальної і наукової літератури (в т.ч. платформ Scopus і Web of Science), проводить інформаційні заходи. У ХНУ створено умови для доступу до мережі Internet, у корпусах та на прилеглий території діє безкоштовна Wi-Fi мережа.

Консультативна підтримка ЗдВО здійснюється через деканат, кафедру, відділ забезпечення якості вищої освіти.

Соціальну підтримку здійснює первинна профспілкова організація студентів ХНУ щодо соціально-економічного захисту прав та інтересів ЗдВО за такими напрямками: внесення адміністрації ХНУ пропозицій щодо поліпшення умов побуту, відпочинку, медичного обслуговування, оздоровлення, стипендіального фонду, фонду спеціальної допомоги, заохочення ЗдВО тощо. У ХНУ діє студентська рада (<https://bit.ly/3qudWsA>) відповідно до Положення про студентське самоврядування ХНУ (<https://bit.ly/3E2vZJd>). ХНУ виконує зобов'язання щодо забезпечення студентів-сиріт. ЗдВО пільгових категорій отримують соціальні стипендії (Правила призначення стипендій студентам, аспірантам і докторантам ХНУ <https://bit.ly/45erJJP>).

Психологічна служба ХНУ (<https://bit.ly/3sexOA9>) здійснює захист психічного здоров'я і соціального благополуччя учасників освітнього процесу.

ЗдВО можуть звернутися до юридичної клініки з надання безоплатних послуг населенню (<https://bit.ly/3sjuELI>).

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 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 (<https://bit.ly/45gp1MW>, <https://bit.ly/3OGWKIf>). Навчання ЗдВО з особливими освітніми потребами в ЗВО реалізується за індивідуальним графіком (для осіб, які цього потребують), в загальних групах розклад складається з урахуванням поверхів. Для ЗдВО, які не мають можливості відвідувати аудиторні заняття за станом здоров'я, створені умови для здобуття освіти у повному обсязі за дистанційними технологіями. Усі навчальні корпуси та гуртожитки облаштовано пандусами (згідно вимог ДБН В.2.2-40:2018 «Інклюзивність будинків і споруд. Основні положення»), на перших поверхах навчальних корпусів та гуртожитків обладнано навчальні та житлові приміщення, спеціальні кімнати гігієни. В ХНУ розроблено та діє Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та представників інших маломобільних груп населення під час перебування на території ХНУ (<https://bit.ly/3qAMJo3>). Працює психологічна служба (<https://bit.ly/3sexOA9>), лабораторія інклюзивної педагогіки <https://bit.ly/45BqPQo>, лабораторія ерготерапії та інклюзивної освіти (<https://bit.ly/47FSgKt>). В гуртожитках, у спортивному залі, в коридорах, гігієнічній кімнаті облаштовано поручні. Особи з особливими освітніми потребами за ОП 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 (включаючи пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією) регламентовані: Положенням про запобігання і врегулювання конфліктних ситуацій у ХНУ (<https://bit.ly/3SbdfnU>), Положенням про запобігання та протидію булінгу (<https://bit.ly/3Q7jbFL>), Положенням про порядок запобігання і врегулювання потенційного та реального конфлікту інтересів в діяльності посадових осіб (<https://bit.ly/3QMeO6z>), які є доступними для всіх учасників освітнього процесу. Для ефективної системи запобігання та протидії корупції в підрозділах ХНУ постійно здійснюються антикорупційні заходи (<https://bit.ly/45DPunt>), щорічно розробляється Антикорупційна програма (<https://bit.ly/3YJnlcj>). Координує реалізацію антикорупційної програми уповноважена особа ректорату з питань запобігання та виявлення корупції. Здійснюється постійний моніторинг цієї програми зі сторони керівництва ХНУ. На сайті ХНУ публікуються звіти про антикорупційні заходи (<https://bit.ly/3E1NolB>). Врегулювання конфліктних ситуацій, пов'язаних із корупцією, здійснюється відповідно до ЗУ «Про запобігання корупції». До відома НПП доводиться інформація про заходи, спрямовані на запобігання, виявлення і протидію корупції (<https://bit.ly/3KLM21O>, <https://bit.ly/3KODzPv>). Усі учасники освітнього процесу зобов'язані дотримуватися загальнонавчальних етичних норм поведінки і вимог Кодексу академічної доброчесності учасників освітнього процесу ХНУ (<https://bit.ly/3srqZv6>), толерантно і з повагою ставитися до політичних поглядів, ідеологічних та релігійних переконань інших осіб, а також не використовувати свої повноваження в інтересах політичних партій тощо. Для звернень щодо вирішення конфліктних ситуацій (у тому числі пов'язаних із сексуальними домаганнями, корупцією, дискримінацією) учасники освітнього процесу можуть скористатися скриньками довіри, що розміщені у начальному корпусі № 4 (ректорату та студентської ради), на сайті ХНУ (<https://bit.ly/3P4c8je>), на сайті ФЕУ (<https://bit.ly/456Gld6>), на сайті кафедри маркетингу (<https://bit.ly/3PFXXjH>). У разі звернення особи створюється Тимчасова комісія з врегулювання конфліктних ситуацій, склад якої затверджується ректором. Вона перевіряє факти, що спричинили конфліктну ситуацію, і приймає відповідне рішення. Окремі конфліктні ситуації за згодою учасників конфлікту можуть вирішуватися без створення Тимчасової комісії за безпосередньої участі керівників структурних підрозділів, в яких виникла передконфліктна або конфліктна ситуація. Розгляд скарг і звернень відбувається шляхом особистого прийому громадян керівництвом університету у встановлені дні та години відповідно до графіку прийому і відбувається відповідно до ЗУ «Про доступ до публічної інформації», «Про звернення громадян». Про результати розгляду скарг і звернень громадянину повідомляється письмово або усно, за його бажанням. Практики застосування означених процедур на ОП не було.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Хмельницьким національним університетом створено та розміщено на сайті документи, які регулюють процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП шляхом дотримання відповідних процедур: Положення про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3E7mhWd>); Положення про учасників процесу розроблення, започаткування та супроводження освітніх програм у ХНУ (<https://bit.ly/3qCClvR>), Положення про організацію освітнього процесу у ХНУ (<https://bit.ly/3nX84xc>); Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3OGMdN5>); Положення про участь стейкхолдерів у процедурах забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3KOAmvz>). Під час розроблення ОП погоджується із завідувачами навчально-методичного відділу (<https://bit.ly/45FstR7>), відділу забезпечення якості вищої освіти (<https://bit.ly/3OHrqZY>), навчального відділу (<https://bit.ly/3OMfiXw>), представниками студентського самоврядування (<https://bit.ly/3qudWsa>, <https://bit.ly/3E2U2b1>).

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

В ХНУ умови моніторингу, перегляду та оновлення ОП визначено Положенням про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти (<https://bit.ly/3E7mhWd>) Перегляд ОП здійснюють на основі результатів моніторингу або контролю якості, з метою її удосконалення, усунення виявлених недоліків, невідповідності потребам стейкхолдерів. ОП можна оновлювати в частині усіх її компонентів, крім положень, визначених чинним стандартом вищої освіти. Пропозиції щодо оновлення ОП може подати будь-яка із зацікавлених сторін гаранту, який організовує розгляд представлених пропозицій на засіданні проектної групи і формує таблицю пропозицій. Запропонований проект змін до освітньої програми оприлюднюється на вебсайті ХНУ для громадського обговорення за місяць до його розгляду на засіданні Вченої ради університету (<https://bit.ly/3P4GSRm>, <https://bit.ly/3QMpphH>). В обговоренні мають право брати участь усі зацікавлені сторони. По завершенні процесу обговорення, проектна група узагальнює пропозиції та зауваження і представляє їх на засідання кафедри для прийняття рішення щодо реалізації цих пропозицій, або для обґрунтованої відмови у прийнятті пропозицій. Про відкрите засідання повідомляється на сайті кафедри (<https://bit.ly/47HKPCA>, <https://bit.ly/3QNCmbc>), до якого можуть долучитися усі зацікавлені сторони. Останнє оновлення ОП відбулося у 2023 р., з дотриманням усіх процедурних вимог, фінальне обговорення відбулося на засіданні кафедри маркетингу 9.03.2023 р., протокол № 8 (<https://bit.ly/47QmV8e>). На основі рішення кафедри гарант формує остаточний варіант таблиці пропозицій і подає необхідні матеріали для подальшого розгляду і

затвердження ОП Вченою радою університету. ОП Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти було затверджено на засіданні Вченої ради Університету протоколом № 11 від 30 березня 2023 р. Оновлення ОП можуть проводитися щорічно і мають бути відображені у відповідних їй структурних елементах (матрицях відповідності, переліку освітніх компонентів тощо), навчальному плані, робочих програмах навчальних дисциплін, програмі практики, силабусах тощо. Результати останнього перегляду ОП у 2023 р. із врахуванням пропозицій стейкхолдерів: зміни в профілі ОП, заміна обов'язкового ОК Маркетинг інновацій на обов'язковий ОК Інноваційний маркетинг, вивчення обов'язкового ОК Стратегічний маркетинг (5 кредитів, 1 семестр, іспит, КР) перенесено у 2 семестр (6 кредитів, 2 семестр, іспит, КР), ОК Маркетинг он-лайн продаж (6 кредитів, 2 семестр, іспит, КР) перенесено в перший семестр (5 кредитів, 1 семестр, іспит), додано 1 кредит на написання курсової роботи ОК Стратегічний маркетинг, перерозподілено кількість кредитів, відведених на переддипломну практику (12 кредитів) та написання кваліфікаційної (дипломної) роботи (18 кредитів).

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

ЗдВО залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості. Позиція ЗдВО береться до уваги під час перегляду ОП. Пропозиції здобувачів щодо ОП, ОК, впровадження елементів неформальної освіти, практична спрямованість навчання, активне використання Інтернет-технологій у навчальному процесі та в процесі оволодіння професійними навичками, співпраця із стейкхолдерами виявляються в процесі опитування та публічних обговорень. Окрім того, постійно проводяться неформальні зустрічі із здобувачами та випускниками, в процесі яких вони висловлюють свої пропозиції, окремі з яких враховані. Проекти ОП розміщуються на офіційному сайті ХНУ для громадського обговорення та врахування інтересів і пропозицій стейкхолдерів (<https://bit.ly/3P4GSRm>), про що оголошується на сайті кафедри маркетингу (<https://bit.ly/3QMpphH>, <https://bit.ly/47HKPCA>, <https://bit.ly/3QNCmbc>, <https://bit.ly/45DzoM7>). ЗдВО, які були присутні на засіданні кафедри маркетингу (протокол № 8 від 9.03.2023 р.) Д.Буньо, В.Ванат підтримали пропозицію щодо змін в ОК Менеджмент он-лайн продаж (вилучити КР, продовжувати акцентувати увагу на практичних роботах з використанням додатків Google Ads, Facebook Ads), що засвідчують і результати опитування ЗдВО, яке було проведено у травні 2023 р. <https://bit.ly/45AFV8B>). Дана пропозиція врахована в ОП 2023 р. В.Ванат, А.Петришин є учасниками фокус-групи ЗдВО із забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти на 2023-2024 н.р.

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

Члени студентського самоврядування (ССВ) активно долучені до участі у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОП (<https://bit.ly/3E2vZJd>). Члени ССВ входять до складу Вченої ради ХНУ та вченої ради факультету економіки і управління, під час засідань яких беруть участь в обговоренні питань внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти. ОП в обов'язковому порядку погоджується з ССВ (ОП затверджена у 2023 р., погоджена з головою студентської ради факультету економіки і управління В.Зимою (Лист погодження ОП). Представники ССВ ініціюють проведення зустрічей із керівництвом, як на рівні університету (<https://bit.ly/3scFiUi>, <https://bit.ly/3YGdJ1M>), так і на рівні факультету. Зокрема, на зустрічі з деканом, яка відбувалася 22.02.2023 р. в он-лайн форматі (<https://bit.ly/45FtAAh>), студенти мали змогу уточнити, в якому форматі буде здійснюватися освітній процес, сесія, питання щодо організації проживання в гуртожитку, академзаборгованості, яким чином заняття будуть проводитися в сховищах, як діяти, якщо є скарги на викладачів, який порядок відпрацювання в разі наявності проблем із електропостачанням, озвучили потребу в подальшому залученні практиків до гостьових лекцій, програмах закордонного обміну. Усі заходи ССВ ФЕУ висвітлено на сайті факультету (<https://bit.ly/3QNrWZ1>, <https://bit.ly/3P3CDp3>). Представники ССВ входять до складу стипендіальної комісії факультету. ССВ сприяють залученню здобувачів до опитувань, що проводяться ВЗЯВО.

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 залучені до процесу перегляду ОП. В межах круглих столів у 2017 р. (<https://bit.ly/44jawqn>), 2019 р. (<https://bit.ly/3qCuY7I>) обговорювалися питання змістовного наповнення ОП. В 2020 р., враховуючи пропозицію Д.Замялого, керівника фірми «Смарт-Логістик», введено до обов'язкової частини структури ОП ОК Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (протокол № 8 від 18.02.2022 р.). До обговорення проекту ОП 2023 р. долучилися президент Хмельницької торгово-промислової палати Н.Белякова, генеральний директор ТОВ «Престиж-Авто» О.Петельчук, директор фірмового магазину ТОВ «ЛІТМА» Н.Буднецька, директор ТОВ «Дрім-Світ» Ю.Кравчук (<https://bit.ly/47QmV8e>). Проводяться опитування роботодавців (<https://bit.ly/3slWsPC>). За рекомендацією Н.Белякової в ОП 2023 р. внесено зміни: вивчення ОК Стратегічний маркетинг з 1 семестру перенесено в 2 семестр з метою ефективної підготовки до написання кваліфікаційної (дипломної) роботи та узагальнення знань, отриманих при вивченні інших ОК в 1 семестрі, додано 1 кредит для написання курсової роботи (протокол кафедри маркетингу № 8 від 9.03.2023 р.). Результати обговорення проекту ОП 2023 р. представлено у табл. обговорення (<https://bit.ly/3KN5bk2>). Кафедра має зовнішніх партнерів, з якими укладено угоди щодо співпраці (<https://bit.ly/3HLKxPQ>). Представники сфери роботодавців залучаються до неформальних зустрічей, проведення тренінгів та гостьових лекцій (<https://bit.ly/45lBosv>, <https://bit.ly/3qAzUKr>, <https://bit.ly/3P3sBEp>, <https://bit.ly/3Lbm74b>).

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

В ХНУ функціонує Центр кар'єри (<https://bit.ly/3KkBPnV>). Кафедра постійно підтримує зв'язок із випускниками через неформальні зустрічі, конференції та інші заходи: О.Мороз прийняла участь XVI МНПК Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України (<https://bit.ly/3LJwSLg>). Випускники залучаються до зустрічей зі ЗдВО. На сайті кафедри висвітлюється інформація щодо кар'єрного шляху випускників (<https://bit.ly/45BxL45>). Пропозиції випускників вивчаються та враховуються при формуванні та оновленні ОП. Випускниця 2015 р., А.Кострубська (директор маркетингової агенції TheKasta) була присутньою на обговоренні проекту ОП 2022 р. (<https://bit.ly/45DzoM7>). Випускниця 2010 р., О.Голубовська (PPC-Specialist OM OMD GROUP) була присутня на обговоренні проектів ОП 2022 р. та 2023 р., її рекомендації щодо розширення використання інструментів цифрового маркетингу в освітньому процесі (протокол № 8 від 9.03.2023 р.) були враховані при перегляді РП ОК Стратегічний маркетинг (протокол № 10 від 17.05.2023 р.), при розробленні ОК Інноваційний маркетинг, при оновленні ОК Менеджмент он-лайн продаж (<https://bit.ly/3REbx9A>). Регулярно проводиться опитування випускників (<https://bit.ly/3qEJ4Wc>). Під керівництвом випускниці О.Голубовської, ст. викладача кафедри, магістри розробили маркетингову стратегію он-лайн просування кафедри маркетингу (<https://bit.ly/3QL7Nmg>).

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?

Відділом забезпечення якості вищої освіти проводяться опитування стейкхолдерів: ЗдВО щодо особливостей організації освітнього процесу під час війни та академічна доброчесність (<https://bit.ly/45FsqVn>, <https://bit.ly/3srBWgc>), ЗдВО щодо дотримання академічної доброчесності (<https://bit.ly/3E3NoRV>, <https://bit.ly/3YEuEm5>) та інші (<https://bit.ly/45bGqWW>). Кафедра проводить опитування ЗдВО, НПП, випускників, роботодавців (<https://bit.ly/3VGvFTn>, <https://bit.ly/3YJFYn3>, <https://bit.ly/3qEJ4Wc>, <https://bit.ly/3slWsPC>). Відділом забезпечення якості вищої освіти контролюється вчасність проведення опитування та висвітлення результатів на сайті кафедри, про що постійно звітується на ректоратах. Недоліків в ОП або в освітній діяльності у процесі здійснення опитування виявлено не було, пропозиції учасників освітнього процесу враховуються. За результатами моніторингу сайтів кафедри ХНУ та актуальності розміщеної на них інформації відділом забезпечення якості вищої освіти, оновлено та розміщено на сайті силабуси ОК (<https://bit.ly/3EZA55o>), структуровано результати опитувань різних груп стейкхолдерів.

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

У висновку акредитаційної експертизи ОПП «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» (наказ № 274-л від 22.11.2017 р.) були надані рекомендації щодо активізації роботи з написання електронних навчальних посібників для самостійного вивчення студентами ОК. Рекомендацію враховано, всі ОК забезпеченні методичними вказівками для самостійного вивчення, за винятком ОК Інноваційний маркетинг, який введено в ОП 2023 р. (видання методичних рекомендацій включено до плану видань ХНУ на 2023-2024 н.р.). Експертна комісія рекомендувала розширити міжнародні зв'язки кафедри. В цьому напрямі ведеться робота: укладено договори щодо співпраці з ACADEMI OF SILESIA, Katowice, Poland (<https://bit.ly/3qFtp98>) та Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu, Poland (<https://bit.ly/3ROQKQO>). Рекомендовано збільшити кількість публікацій НПП у міжнародних фахових виданнях, що виконано на належному рівні (<https://bit.ly/3KSzKVx>). В процесі акредитаційної експертизи ОП ХНУ другого (магістерського) рівня вищої освіти ХНУ у 2021-2022 н.р. експертами були відмічені недоліки (наказ ХНУ №189 від 31.12.2022 р.): зміст окремих ОК не забезпечує компетентності і ПРН, визначені стандартом вищої освіти; недостатнє наповнення репозитарію ХНУ; недостатнє залучення роботодавців до освітнього процесу; слабка участь органів ССВ та студентського профкому в проведенні інформаційної та роз'яснювальної роботи у студентському середовищі щодо прав та обов'язків ЗдВО; організації і проведення опитувань з якості освітнього процесу; залучення ЗдВО до участі у програмах академічної мобільності; набуття соціальних навичок шляхом неформальної освіти; участі в оновленні й удосконаленні освітніх програм тощо. Було проведено моніторинг ОП Маркетинг для виявлення вищевказаних недоліків та їх подолання. Активно залучаються роботодавці та інші стейкхолдери до гостьових лекцій, ССВ активно залучаються до забезпечення якості освітнього процесу (<https://bit.ly/3scFiUi>, <https://bit.ly/3YGdJ1M>, <https://bit.ly/3samjK3>, <https://bit.ly/3QNrWZ1>, <https://bit.ly/3P3CDp3>), регулярно проводяться опитування щодо визначення рівня якості освітнього процесу відділом забезпечення якості вищої освіти (<https://bit.ly/45bGqWW>), деканатом (<https://bit.ly/44js3ib>), кафедрою (<https://bit.ly/3VGvFTn>, <https://bit.ly/3YJFYn3>, <https://bit.ly/3qEJ4Wc>, <https://bit.ly/3slWsPC>), ЗдВО залучені до участі у програмах академічної мобільності, зокрема, ЗдВО спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти А.Михайлов (гр.МРм-21-1) долучився до участі у курсі Busiskills (<https://bit.ly/3P3FqhS>), ЗдВО долучені до обговорення ОП (<https://bit.ly/47QmV8e>), ЗдВО набувають навиків шляхом неформальної освіти, зокрема ЗдВО групи МРм-22-1, Д.Буньо, В.Ванаг, В.Жигальський в межах вивчення ОК Стратегічний маркетинг прослухали та склали тестування із курсу «Підприємництво: Хто ваш клієнт», що розміщений на освітній платформі Prometheus (<https://bit.ly/3sokYzk>). Успішне завершення курсу засвідчують сертифікати (<https://bit.ly/3QNpVxk>).

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

Координацію діяльності щодо забезпечення якості освіти забезпечує ВЗЯВО (<https://bit.ly/3qvAzil>). Постійна Комісія вченої ради ХНУ із забезпечення якості освіти розглядає стратегічні питання щодо забезпечення якості освіти. В ХНУ запроваджено практику проведення опитування стейкхолдерів, зокрема НПП щодо якості змісту та

реалізації освітньої програми, її подальшого удосконалення, дотримання академічної доброчесності, організації освітнього процесу в умовах правового режиму воєнного стану, гнучких навичок для професійної діяльності з оприлюдненням результатів (<https://bit.ly/45bGqWW>). ВЗЯВО постійно моніторяться результати опитувань, про що регулярно доповідається на ректоратах та науково-методичній раді з подальшим обговоренням на засіданнях вчених рад факультетів, засіданнях кафедр для покращення процедур внутрішнього забезпечення якості. Учасники академічної спільноти беруть участь в процесі розроблення й оновлення ОП, враховуються пропозиції групи забезпечення та НПП ХНУ, що забезпечують освітній процес за даною ОП, а також інших представників академічної спільноти. Зокрема, було враховано пропозицію д.е.н., проф. кафедри маркетингу ЛНТУ О.Кузьмака щодо заміни ОК Маркетинг інновацій на ОК Інноваційний маркетинг, враховано пропозицію В.Нянька проректора ХУЕП щодо перерозподілу кількості кредитів, що відведені на переддипломну практику та підготовку кваліфікаційної (дипломної) роботи (12 кредитів на практику, 18 кредитів на підготовку кваліфікаційної (дипломної) роботи) (<https://bit.ly/3KN5bk2>).

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

В ХНУ сформовано культуру якості, що сприяє постійному вдосконаленню ОП та освітньої діяльності. Діє положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНУ (<https://bit.ly/3OGMdN5>), відповідно до якого Функціонування системи внутрішнього забезпечення якості в ХНУ здійснюється на п'яти рівнях: перший – ЗдВО; другий – кафедра; третій – факультет; четвертий – структурні підрозділи ХНУ; п'ятий – Наглядова рада ХНУ, Вчена рада ХНУ, постійна Комісія вченої ради ХНУ із забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти, відділ забезпечення якості вищої освіти. На рівні кафедр учасники системи внутрішнього забезпечення якості здійснюють контроль виконання вимог щодо якісної організації освітньої діяльності; моніторинг поточних, проміжних та підсумкових результатів навчання ЗдВО; моніторинг якості змісту професійної підготовки фахівців (розроблення та оновлення освітніх програм, робочих програм навчальних дисциплін, силабусів); сприяють запобіганню та виявленню академічного плагіату в роботах учасників освітнього процесу з метою забезпечення академічної доброчесності.

9. Прозорість і публічність

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

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу регулюються чіткими і зрозумілими правилами та процедурами, що визначені в ХНУ. Відповідні документи знаходяться у вільному доступі на сайті ХНУ в розділі Нормативні документи (<https://bit.ly/3E8Zg4Y>), зокрема: Статут Хмельницького національного університету: (<https://bit.ly/3QOqh5C>);

Колективний договір на 2020-2023 рр. між адміністрацією і трудовим колективом Хмельницького національного університету зі змінами та доповненнями (<https://bit.ly/3P2h1JM>); Правила внутрішнього трудового розпорядку (<https://bit.ly/44gIdZA>); Положення про організацію освітнього процесу у Хмельницькому національному університеті (<https://bit.ly/3nx84xc>); Положення про систему забезпечення академічної доброчесності (<https://bit.ly/3OQ3Vzk>).

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

Проекти освітніх програм з метою отримання зауважень та пропозицій стейкхолдерів оприлюднюються на сайті ХНУ у розділі Навчання – Проекти освітніх програм (<https://bit.ly/3P4GSRm>). Зауваження та пропозиції до проекту освітньої програми можна надіслати на електронну пошту гаранта, яка зазначена на цій сторінці. Посилання на цю сторінку є також на сайті кафедри маркетингу (<https://bit.ly/45vVVbY>). Анонси обговорень висвітлюються в новинній стрічці сайту кафедри маркетингу (<https://bit.ly/3QMpphH>).

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

Освітньо-професійна програма. Рівень вищої освіти – другий (магістерський). Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування». Спеціальність – 075 «Маркетинг». Доступ (<https://bit.ly/45y19nJ>).

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильними сторонами ОП Маркетинг є:

1. НПП, що забезпечують освітній процес за ОП, систематично підвищують кваліфікацію через різні форми формальної та неформальної освіти й здійснюють публікаційну активність за тими ОК, що викладають.

2. Акцент на практичній підготовці, що забезпечується через формування навчальних планів та індивідуальної траєкторії навчання, залучення професіоналів-практиків до реалізації освітнього процесу, що дає можливість ЗДВО зрозуміти важливі аспекти діджиталізації та знаходити шляхи використання цифрових рішень для покращення процесів і результатів як у навчанні, так і в професійній діяльності.
3. Залучення ЗДВО ОП до наукової роботи через їх участь у наукових заходах, що проводяться на рівні кафедри, факультету, університету, всеукраїнському та міжнародному, зокрема: Міжнародна науково-практична конференція «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», Всеукраїнська науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Маркетинг очима молоді в умовах європейської інтеграції», Всеукраїнський конкурс кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями вищої освіти, а також виконання тем науково-дослідної роботи кафедри.
4. Забезпечення якості освітнього процесу відбувається на основі сформованої в університеті внутрішньої нормативної бази та ефективного функціонування інформаційної системи університету, що включає Модульне середовище для навчання, Електронний університет та Електронну бібліотеку, а також використання в освітньому процесі інформаційно-комунікаційних та прикладних технологій навчання й програмного забезпечення. Слабкими сторонами ОП Маркетинг є:
 1. Недостатньо розвинута співпраця із зарубіжними ЗВО та установами, що перешкоджає виконанню спільних наукових проєктів, реалізації міжнародної мобільності, навчанню іноземних здобувачів за цією ОП, а також застосуванню практики викладання фахових освітніх компонент ОП іноземною мовою.
 2. Незважаючи на тісні зв'язки кафедри маркетингу із кафедрами аналогічного профілю інших ЗВО України, реалізація внутрішньої академічної мобільності здобувачів потребує удосконалення.

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

1. Розширення сфери застосування англійської мови в освітньому процесі за ОП: пропонування здобувачам англійської мови ОК, можливість захисту кваліфікаційної (дипломної) роботи англійською мовою, створення можливостей для навчання за ОП іноземних ЗДВО.
2. Розширення лінійки фахового програмного забезпечення, що дасть можливість застосовувати нові технології та методики навчання, покращить якість освіти та створить реалістичні сценарії навчання.
3. Активізація внутрішньої і міжнародної академічної мобільності.
4. Збільшення кількості залучених гостьових лекторів і професіоналів-практиків до викладання за ОП з метою ознайомлення ЗДВО з останніми тенденціями, новітніми технологіями та вимогами ринку праці, що дозволить їм підготуватися до реальних викликів.
5. Розширення співпраці із роботодавцями в контексті забезпечення випускників робочим місцем.

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: 10.10.2023 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
ОПП.02 Маркетинговий менеджмент	навчальна дисципліна	<i>Маркетинговий менеджмент.pdf</i>	mNNPiEn+21tYtq1B V5nu99bPpXrvIkE9P wmZQEmST5g=	Навчальна аудиторія 4-404: мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D, стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95, ноутбук HP 255 – 2017 р. Застосунки Microsoft Office, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint).
ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	навчальна дисципліна	<i>Іноземна мова (за проф. спрямуванням).pdf</i>	LRzqnZ5WriSAcjw4 mMeqjQmztGIS/UVa yJqI+D/mO8o=	Лабораторія комп'ютерної лінгводидактики з обладнанням: телевізор Sony, ПК з пакетами прикладних програм ОС Windows (15 шт.), навушники для ПК (15 шт.).
ОПП.03 Менеджмент он-лайн продаж	навчальна дисципліна	<i>Менеджмент он-лайн продаж.pdf</i>	6Euwp7IW5s31QPom QIeXkTpeKAVUKQ+ c/7zYNbAx8UaI=	Навчальна аудиторія 4-314: мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D, стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95, ноутбук HP 255 – 2017 р. Застосунки Microsoft Office, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Комп'ютерний клас 4-510: ПК (CPU Intel(R) Core(TM) i5-9400 CPU @ 2.90GHz, 2904 МГц, ядер 6, логічних процесорів 6, MOTHERBOARD ASRock H310CM-HDV, RAM 16Gb, SSD 240Gb, HDD 1TB, MONITOR PHILIPS 223V5L, MOUSE A4TECH OP-530NU, KEYBOARD VINGA KB110BK) – 12 шт., ПЗ (Microsoft Access 16, Python 3.8.1 (64-bit), Microsoft Visual C++ 2008 Redistributable – x64, LibreOffice 6.4 (Ukrainian) 6.4.0.3, Microsoft VisualStudio 2017 Update 9 Office Integration (x64), GPSS WorldStudentVersion 5.0.2, Java SE DevelopmentKit 8 Update 231 (64-bit) 8.0.2310.11, ADOBE FLASH PLAYER, CodeBlocks, FoxitReader, Gimp 2.10.14, GoogleChrome, Inkscape 0.92.4, MozillaFirefox 73.0, NetBeans IDE 8.2, Notepad++, Ocam 490.0, WondershareFilmora 9.3.0, 7zip 19.00).
ОПП.04 HR-маркетинг	навчальна дисципліна	<i>HR-маркетинг.pdf</i>	MW3kb+/5fmq6KpD HOCH8W5KaX/Tck wmId156vDpG6MM =	Навчальна аудиторія 4-314: мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D, стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95, ноутбук HP 255 – 2017 р. Застосунки Microsoft Office, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint).
ОПП.05 Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>Стратегічний маркетинг.pdf</i>	bsei123eCNH0pSA1O LfJOPGAqkCJkNjUh cQgFnTknBA=	Навчальна аудиторія 4-404: мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D,

				стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95, ноутбук HP 255 – 2017 р. Застосунки Microsoft Office, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint).
ОПП.01 Інноваційний маркетинг	навчальна дисципліна	Інноваційний маркетинг.pdf	OV5Vdh+gLjDKfjvdg+tZkhwDeS7hic9BBdifoOCHerc=	Навчальна аудиторія 4-404: мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D, стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95, ноутбук HP 255 – 2017 р. Застосунки Microsoft Office, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint).
ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень	навчальна дисципліна	Методологія і організація наукових досліджень.pdf	1+NdhR28OObIl9GS5O9QeMR5O9njeq1hH33iNocn8gc=	Навчальна аудиторія 4-404: мультимедійна система: стаціонарний мультимедійний проектор ViewSonic PJ 513D, стаціонарно змонтований екран 1,50X0,95, ноутбук HP 255 – 2017 р. Застосунки Microsoft Office, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Комп'ютерний клас 4-510: ПК (CPU Intel(R) Core(TM) i5-9400 CPU @ 2.90GHz, 2904 МГц, ядер 6, логічних процесорів 6, MOTHERBOARD ASRock H310CM-HDV, RAM 16Gb, SSD 240Gb, HDD 1TB, MONITOR PHILIPS 223V5L, MOUSE A4TECH OP-530NU, KEYBOARD VINGA KB110BK) – 12 шт., ПЗ (Microsoft Access 16, Python 3.8.1 (64-bit), Microsoft Visual C++ 2008 Redistributable – x64, LibreOffice 6.4 (Ukrainian) 6.4.0.3, Microsoft VisualStudio 2017 Update 9 Office Integration (x64), GPSS WorldStudentVersion 5.0.2, Java SE DevelopmentKit 8 Update 231 (64-bit) 8.0.2310.11, ADOBE FLASH PLAYER, CodeBlocks, FoxitReader, Gimp 2.10.14, GoogleChrome, Inkscape 0.92.4, MozillaFirefox 73.0, NetBeans IDE 8.2, Notepad++, Ocam 490.0, WondershareFilmora 9.3.0, 7zip 19.00).
ОПП.06 Переддипломна практика	практика	Переддипломна практика.pdf	IT/4u28Vkjf5ycwaqE UdPM9zkiF2ox3HZpCoCycMBbM=	Бази практик із сучасним матеріально-технічним забезпеченням, методичний кабінет кафедри 4-571б: Ноутбук HP 255 – 2017 р. (1 шт.), стаціонарний комп'ютер (3 шт.). Застосунки Microsoft Office, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint).
ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	підсумкова атестація	Кваліфікаційна робота.pdf	2xUXz9CrmHobEJ6MKJF6Hhl/uQxyOtcjBsmuoWJZWwQ=	Методичний кабінет кафедри 4-571б: Ноутбук HP 255 – 2017 р. (1 шт.), стаціонарний комп'ютер (3 шт.). Застосунки Microsoft Office, Moodle, Zoom. Пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint).

* 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
153085	Григорук Павло Михайлович	Зав.кафедр ою, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ	Диплом спеціаліста, Київський державний університет імені Т. Г. Шевченка, рік закінчення: 1985, спеціальність: Математика, Диплом доктора наук ДД 002413, виданий 10.10.2013, Атестат професора 12ПР 010326, виданий 26.02.2015	29	ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень	Відповідність за науковим ступенем: Диплом доктора економічних наук (08.00.11). Тема дисертації «Економіко-математичне моделювання процесів прийняття маркетингових рішень». Рівень наукової та професійної активності відповідає п.38 Ліцензійних умов (пп: 1, 3, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 19): п.38.1 5 публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Hryhoruk P., Khrushch N., Grygoruk S. Environmental safety assessment: a regional dimension. IOP Conference Series : Earth and Environmental Science, 2021. Vol. 628. Paper 012026. URL: https://bit.ly/3PcByLM (Scopus) 2. Hryhoruk P., Khrushch N., Grygoruk S. Using Multidimensional Scaling for Assessment Economic Development of Regions. International Journal of Industrial Engineering & Production Research, 2020. 31 (4). Pp. 597-607. URL: https://bit.ly/3QWw4WM (Scopus) 3. Hryhoruk P.M., Valkov O.B. The methodology of data visualization by means of animated graphics information technology. Наукові інновації та передові технології. Серія «Педагогіка», 2023. № 3(17). – С. 274-283. URL: https://bit.ly/44vgRit 4. Григорук П., Пайонк О., Хрущ Н. Інноваційно орієнтовані соціально-економічні системи як об'єкт моделювання.

Modeling the development of the economic systems, 2022. №3. с. 146-152.
URL: <https://bit.ly/3YZGrej>

5. Григорук П.М., Пайонк О.П., Савчук О.П., Хрущ Н.А. Характеристики процесів формування та реалізації інноваційного потенціалу малих та середніх підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2020. №6. С. 54-62.
URL: <https://bit.ly/3EaPD69>

п.38.3 підручник/навчальний посібник:
1. Григорук П.М., Стадник В.В., Хрущ Н.А. Управління підприємницькою діяльністю : тлумачний словник. Хмельницький : ХНУ, 2021. 131 с. ISBN 978-966-330-396-3

38.7 участь в атестації наукових кадрів:
1. Член спеціалізованої вченої ради Хмельницького національного університету Д70.052.01;
2. Опонування канд. дис.: Гнот Т.В., ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», спецрада Д 26.006.07, 2021 р. Тема дисертації: «Моделювання стратегії інтернет-маркетингу з використанням інструментарію Data Science»

38.8 науковий керівник/відповідальний виконавець наукової теми або головний редактор/член редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання:
1. Прикладне наукове дослідження «Моделювання інноваційного ресурсного потенціалу в стратегіях безпечного розвитку підприємств малого та середнього бізнесу» (2020-21 рр., ДР №0120U102123). Відповідальний

виконавець.
2. Господарсько-договірна НДР «Формування фінансово-економічної безпеки в системі управління підприємницькими структурами», (з 2020-21 рр., ДР № 0120U104853). Відповідальний виконавець.
3. Господарсько-договірна НДР «Механізм управління фінансовим потенціалом підприємницьких структур», (2020-21 рр., ДР № 0120U104887). Відповідальний виконавець.
4. Головний редактор журналу «Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки» (категорія Б), з 2020 р.
5. Член редколегії журналу «Modeling the development of the economic systems», з 2021 р.
6. 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, vol. 95. Paris, Atlantis Press, 2019 р.
38.9 експерт НАЗЯВО, член наукових/науково-методичних / експертних рад органів державної влади та органів місцевого самоврядування, або у складі комісій Державної служби якості освіти:
1. Експерт Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, з 2019 р.
2. Член експертної групи конкурсу «Наука для безпеки і сталого розвитку України» Національного фонду досліджень України, 2021 р.
3. Член експертної групи конкурсу «Людина, суспільство, наука перед сучасними викликами:

інноваційні дослідження в суспільно-гуманітарній сфері» Національного фонду досліджень України, 2021-22 рр.

4. Член експертної групи МОН для проведення оцінювання ефективності діяльності закладів вищої освіти в частині провадження ними наукової (науково-технічної) діяльності за науковим напрямом «Суспільні науки», 2020-21 рр.

38.12 апробаційні/науково-популярні/, консультаційні/науков о-експертні публікації з наукової або професійної тематики:

1. Григорук П.М., Григорук С.С. Формування цифрових компетентностей в курсі інформаційних технологій. Інноваційні технології XXI століття: збірник наукових праць. Хмельницький: МАУП, 2022. Вип. 7. С. 39-43. URL: <https://bit.ly/3sAOySj>

2. Григорук П.М., Валькова О.О. Оцінювання інвестиційної привабливості Хмельницької області за методом головних компонентів. Вплив обліку та фінансів на розвиток економічних процесів: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Берегове, 15 червня 2022 р.). Ужгород : ФОП Сабов А. М. 2022. С. 418-420.

3. Григорук П.М. Урахування регіонального аспекту при проєктуванні освітньої програми. Інноваційні технології XXI століття: збірник наукових праць. Хмельницький: МАУП, 2021. Вип. 6. С. 21-23

4. Григорук П.М. Експериментальні методи сучасних маркетингових досліджень. Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XV міжнар.

наук.-практ. конф.
Хмельницький : ХНУ,
2020. – С.36-39. –
ISBN 978-966-330-
356-7

5. Григорук П.М.
Особливості
функціонування
підприємств малого
бізнесу в умовах
пандемії. Стратегії,
моделі та технології
управління
економічними
системами. Матеріали
VII Міжнародної
науково-практичної
конференції.
Хмельницький: ХНУ,
2020. С. 368-371

38.13 проведення
навчальних занять із
спеціальних
дисциплін іноземною
мовою:
Проведення
навчальних занять з
дисципліни
«Methodology of
scientific and applied
research in
management», 51 год,
2020 р.

38.14 робота у складі
організаційного
комітету / журі або
керівництво постійно
діючим студентським
науковим гуртком:
1. Член галузевої
конкурсної комісії
Всеукраїнського
конкурсу студентських
наукових робіт зі
спеціалізації
«Економічна
кібернетика», 2018-21
рр.

2. Член оргкомітету I
етапу Всеукраїнської
студентської
олімпіади з
програмування, 2019-
21 рр.

38.15 участь у журі III-
IV етапу
Всеукраїнських
учнівських олімпіад з
базових навчальних
предметів:
Голова журі III етапу
Всеукраїнської
учнівської олімпіади з
інформаційних
технологій
(Хмельницька обл.),
2018-2019 рр, 2022 р.

38.19 участь у
професійних та/або
громадських
об'єднаннях:
1. Член Хмельницької
обласної організації
спілки економістів
України, посвідчення
№ 087.

2. Академік академії
економічних наук
України, диплом
№940 від 16.06.2014
р.

						3. Член Української асоціації дослідників освіти, сертифікат № 43/2022 від 01.01.2022 р. 4. Член Громадського об'єднання «Всеукраїнська громадська науково-методична рада з економічної кібернетики».	
171196	Олександренко Катерина Валентинівна	Зав.кафедрою, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН І ПРАВА	Диплом спеціаліста, Луцький державний педагогічний інститут ім. Лесі Українки, рік закінчення: 1987, спеціальність: англійська і німецька мови, Диплом магістра, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2020, спеціальність: 053 Психологія, Диплом доктора наук ДД 003579, виданий 04.07.2014, Аттестат доцента ДЦ 001151, виданий 29.12.2000	36	ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	Відповідність за освітою: Луцький державний педагогічний інститут імені Лесі Українки. Спеціальність: англійська і німецька мови. Кваліфікація: вчитель англійської та німецької мов. Відповідність за науковим ступенем: Кандидат філологічних наук (19.02.1997). Тема дисертації: «Прагматичний потенціал експресивного слова і його реалізація у газетній комунікації». Доктор психологічних наук (18.02.2014). Тема дисертації: «Психологія розвитку іншомовної комунікативної компетентності майбутніх фахівців міжнародних відносин». Рівень наукової та професійної активності відповідає п.38 Ліцензійних умов (пп: 1, 3, 4, 7, 8, 12, 19, 20) 38.1 5 публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Олександренко К. Психологічні умови розвитку мотивації іншомовної мовленнєвої діяльності у майбутніх менеджерів. Вісник Національного університету оборони України, 2023. 1 (71). 117–125 https://bit.ly/3OTRnHT 2. Олександренко К., Мисечко О. Психологічні особливості впливу успішності оволодіння іноземною мовою на розвиток особистості. Вісник Національного

університету оборони України. Серія Психологія, 2022. 6(70), 128-142 <https://bit.ly/3qP9Paw>

3. Oleksandreno K., Tokareva N., Snitsa T. The Positive Worldview of Schoolchildren and Students as a Predictor of a Safe Educational Environment, 2021. Revista Românească pentru Educație Multidimensională. 13(3). 350-365. (WoS).

4. Kharzhevska O., Oleksandrenko K., Peshkova T., Pilishek S., Rudoman O., & Yakymchuk, Y. Students' L2 Psychological and Phonological Listening Comprehension Difficulties Diagnostics. Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala, 2019. 11(4). 193-220. (WoS).

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

6. Олександренко К., Кобець О. Психологічні особливості суб'єкта міжособистісної взаємодії при навчання іноземних мов у дорослому віці. Перспективи та інновації науки. Серія Педагогіка, Серія Психологія, Серія Медицина, 2022. 12(17). 391-405.

7. Maksymchuk L., Sobol N., Bidasiuk N., Oleksandrenko K., Pavlyk O. Experimental Verification of the Efficiency of Using Interactive Technology Tools in the Humanitarian, Professional and Practical Training of International Economists. Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala, 2019. 11(4). 147-163. (WoS)

8. Олександренко К., Мисечко О. Психологічні аспекти сприйняття і розуміння іншомовного тексту. Психологічний журнал Уманського державного

педагогічного університету імені Павла Тичини, 2020. 4. 35-47.

9. Олександренко К., Теличко Н. Соціально-психологічні аспекти розвитку іншомовної комунікативної компетентності майбутнього перекладача. Збірник наукових праць НАДПСУ імені Богдана Хмельницького. Серія Психологія, 2019. 3. 208-219.

38.3 підручник / навчальний посібник:

1. Олександренко К.В., Пілішек С.О. Англійська мова за академічним спрямуванням. Навчальний посібник для аспірантів та науковців. Хмельницький: ХНУ, 2020. 173 с.(англ.).

2. Пасічник О.С., Пасічник О.О., Якимчук Ю.В., Олександренко К.В. Professional English for IT students. Навчальний посібник для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальностей галузей знань 12 «Інформаційні технології» та 15 «Автоматизація та приладобудування». Хмельницький: ХНУ, 2022. 203 с. (англ.).

38.4 навчально-методичні посібники / посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти, робочі програми, загальною кількістю три найменування:

1. Олександренко, К.В., Пілішек, С.О. Foreign language for Speciality: методичні вказівки до самостійної роботи студентів спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» (Частина I). Хмельницький: ХНУ, 2020. (електронне видання)

2. Олександренко, К.В., Пілішек, С.О., Росквас І. А. Foreign language for Speciality: методичні вказівки до самостійної роботи студентів спеціальності 292 «Міжнародні

економічні відносини» (Частина II). Хмельницький: ХНУ, 2021.
(електронне видання)
3. Олександренко К.В., Пілішек С.О.
Методичні вказівки до самостійної роботи студентів освітньо-професійних програм другого (магістерського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування» Хмельницький: ХНУ, 2022. 34 с.
4. Олександренко К.В., Пілішек С.О.
Іноземна мова (англійська) (за професійним спрямуванням :
Методичні рекомендації до самостійної роботи здобувачів другого (магістерського) рівня спеціальностей галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки». Хмельницький: ХНУ, 2023. 31 с.
38.7 участь в атестації наукових кадрів як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради:
Член спеціалізованої вченої ради Д 27.053.04 в Університеті Григорія Сковороди у Переяславі
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 імені Григорія Сковороди
Опонування дисертації Калмикова Г.В. на здобуття наукового ступеня доктора психологічних наук на тему: «Психологія розвитку професійно-мовленнєвої діяльності майбутніх психологів» (захист 26 червня 2020 р.)
Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди

Член разових спеціалізованих рад:
Голова разової спеціалізованої вченої ради ДФ 70.052.011 (29 червня 2021 р.) захист дисертації Карпової Д.Є.
38.8 член редакційної колегії наукового видання:
1. Член редколегії наукового видання Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини «Психологічний журнал»
2. Член редколегії наукового видання Хмельницького національного університету «Психологічні тревелогі»
3. Член редколегії наукового видання Preschool Education: Global Trends» Університету Григорія Сковороди у Переяславі
38.12 апробаційні/науково-популярні/, консультаційні/науково-експертні публікації з наукової або професійної тематики:
1. Олександренко К. Основні чинники розвитку іншомовної комунікативної компетентності майбутнього перекладача. «Сектор безпеки і оборони України на захисті національних інтересів: актуальні проблеми та завдання в умовах воєнного стану»: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Хмельницький, 7 грудня 2022 року, 2022. Хмельницький: Національна академія Державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького. С. 128-129
2. Олександренко К. Позитивне світосприймання студентської молоді як предиктор безпечного освітнього середовища у постковідному світі. «Становлення особистості професіонала у постковідному просторі»: матеріали Міжнародної науково-

практичної конференції, м. Мукачево, 12-13 травня 2022 року, 2022. Мукачево: Мукачівський державний університет, С. 87-90.

3. Олександренко К. Особливості розвитку іншомовної комунікативної компетентності майбутніх фахівців міжнародних відносин у контексті парадигми інноваційної освіти. Актуальні проблеми соціальних комунікацій та мистецтвознавства: зб.наукових праць, 2018. Київ: Міжнародний гуманітарний університет. т.3. 77-88.

4. Kharzhevska O, Oleksandrenko K., Pilishek S, Rudoman O., Yakymchuk Yu., Peshkova T. Psychological aspects of second-language listening comprehension skills development. Actual problems of modern science: [collective monograph], 2019. Bydgoszcz: the UTP University of Science and Technology in Bydgoszcz. Poland. 86-94.

5. Олександренко К.В. Іншомовна комунікативна компетентність як складова професійної компетентності майбутнього фахівця з міжнародних відносин. «Особистість в екстремальних умовах»: матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Львів 15 травня 2019 року, 2019. Львів. Львівський державний університет безпеки життєдіяльності. 102-105.

6. Олександренко К.В., Мисечко О.В. Психологічні та лінгвістичні чинники сприйняття і розуміння іншомовного тексту. EUROPEAN Humanities Studies: State and Society: [collective monograph], 2019. Lodz, Poland, V.2, 147-165.

7. Олександренко К. Психолого-

						<p>педагогічні аспекти навчання іноземної мови у контексті компетентнісного підходу у дистанційному форматі.</p> <p>«Віртуальний освітній простір: психологічні проблеми»: матеріали УП Міжнародної конференції, присвяченої 75-річчю Інституту психології імені Г. Костюка НАПН України, м. Київ, 15 червня 2020 року, 2020. Київ: Інститут психології імені Г. Костюка. 114-116.</p> <p>8. Олександренко К. Про психологічні детермінанти розвитку іншомовної комунікативної компетентності майбутніх фахівців міжнародних відносин. Міжкультурна комунікація в науковому і освітньому просторі: матеріали I-ої Міжнародної науково-практичної конференції «Міжкультурна комунікація в науковому і освітньому просторі, м. Київ 28-29 квітня 2020 року, 2020. Київ: міжнародний гуманітарний університет, 142-148.</p> <p>38.19 участь у професійних та/або громадських об'єднаннях</p> <p>Членкиня Всеукраїнської асоціації психолінгвістів України</p> <p>38.20 практична робота за спеціальністю не менше п'яти років із зазначенням посади та строку роботи на цій посаді</p> <p>35 років (загальний стаж роботи за спеціальністю)</p> <p>Перекладач (переклад інформаційних та рекламних метеріалів) 5 років. Роль зазначена в ІС «Електронний університет».</p>	
176994	Тельнов Анатолій Сергійович	Професор, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ	Диплом спеціаліста, Хмельницький технологічний інститут побутового обслуговуванн	39	ОПП.04 HR- маркетинг	Відповідність за науковим ступенем: Диплом доктора економічних наук (08.00.04.). Тема дисертації: «Управління якістю

я, рік закінчення: 1972, спеціальність: Технологія машинобудування, металорізальні верстати та інструменти, Диплом доктора наук ДД 009418, виданий 31.05.2011, Диплом кандидата наук ТН 076918, виданий 12.12.1984, Атестат доцента ДЦ 030884, виданий 30.01.1991, Атестат професора 12ПР 009099, виданий 21.11.2013

продукції промислових підприємств на основі формування якості праці». Рівень наукової та професійної активності відповідає п.38 Ліцензійних умов (пп: 1, 3, 4, 7, 8, 14, 19): 38.1 5 публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз Scopus, Web of Science Core Collection:

1. Anatoly Telnov, Viktoriya Hurochkina, Svitlana Reshmidilova, Iryna Yepifanova, Andrii Yakivchenko Ergodesing as a method for the design of the quality of products on the basis of benchmarking. Journal of Hygienic Engineering and Design, 2022. Homer 40. P. 27-35. (Scopus). URL : <https://bit.ly/3OThj4r>.
2. Решміділова С.Л., Тельнов А.С. Особливості оцінки ділових якостей працівників підприємства на засадах маркетингу персоналу. Вісник Хмельницького національного університету, 2019. №5. С. 243-248.
3. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Формування маркетингу персоналу на промисловому підприємстві. Вісник Хмельницького національного університету, 2020. №.5. С. 228-232.
4. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Застосування інструментів HR-маркетингу в оцінюванні факторів якості трудового життя. Вісник Хмельницького національного університету, 2021. №6. т. 2. С. 148-152.
5. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Тенденції розвитку маркетингового менеджменту персоналу в умовах четвертої промислової революції // Вісник Хмельницького національного університету. – 2022, № 6, Том 2. – С. 7-12.

6. Anatoly Telnov. The concept of marketing management as a business philosophy on the basis of HR marketing. Innovative Management of Business Integration and Education in Transnational Economic Systems: Collective monograph. Riga: ISMA, 2023. P. 148-160. URL : <https://bit.ly/3PdtZnR>

38.3 монографія видана у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора):

1. Anatoly Telnov. The concept of marketing management as a business philosophy on the basis of HR marketing. Innovative Management of Business Integration and Education in Transnational Economic Systems: Collective monograph. Riga: ISMA, 2023. P. 148-160. bit.ly/3PdtZnR (0,5 д.а.).

2. Telnov A.S., Reshmidilova S.L. Personnel marketing as a method to increase labor productivity. Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph edited by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko, in 2 Vol. / Higher School of Social and Economic. – Przeworsk: WSSG, 2019. Vol. 2. P. 153-163 (0,5 д.а.)

3. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Маркетингові інструменти в діяльності підприємств легкої промисловості. Socio-economic and management concepts: collective monograph. – International Science Group. – Boston : Primedia eLaunch, 2021. P. 309-314 (0,5 д.а.).

38.4 навчально-методичні посібники / посібники для самостійної роботи здобувачів вищої освіти, робочі програми, загальною кількістю три найменування:

1. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Методичні вказівки до

самостійного вивчення дисципліни «Маркетинговий менеджмент» до самостійного вивчення дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». Хмельницький: ХНУ, 2023. – 120 с.

2. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни «HR маркетинг» до самостійного вивчення дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». Хмельницький: ХНУ, 2022. 85 с.

3. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Управління якістю в торговельному бізнесі : методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Хмельницький : ХНУ, 2019. 142 с.

4. Закрижевська І.В., Тельнов А.С., Андрушкевич З.М, Карпенко В.Л., Решміділова С.Л. Переддипломна практика : програма та методичні рекомендації щодо її організації та проведення для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 29 с.

5. Закрижевська І.В., Тельнов А.С., Андрушкевич З.М, Карпенко В.Л., Решміділова С.Л. Кваліфікаційна (дипломна) робота : методичні рекомендації щодо її виконання здобувачами другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 38 с.

6. Робоча програма з дисципліни «HR-

						<p>маркетинг» 38.7 участь в атестації наукових кадрів як члена постійної спеціалізованої вченої ради: Член постійної спеціалізованої вченої ради Хмельницького національного університету Д 70.052.01. 38.8 член редакційної колегії наукового видання: Член редколегії журналу Вісник Хмельницького національного університету серії «Економічні науки». 38.14 робота у складі організаційного комітету Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт: Член організаційного комітету Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями вищої освіти, що проводиться на базі кафедри маркетингу ХНУ з 2023 року (https://bit.ly/3xdifbp), наказ 38-АГ від 0105.2023 р. 38.19 участь у професійних та/або громадських об'єднаннях Член Української асоціації маркетингу (сертифікат №311 від 15 листопада 2018 р., м. Київ)</p>	
90515	Карпенко Віталій Леонідович	Доцент, Сумісництво	ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ	<p>Диплом спеціаліста, Технологічний університет Поділля, рік закінчення: 2001, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 032898, виданий 09.02.2006, Атестат доцента 12ДЦ 026550, виданий 20.01.2011</p>	21	ОПП.01 Інноваційний маркетинг	<p>Відповідність за науковим ступенем: Диплом кандидата економічних наук (08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами). Тема дисертації «Формування мотивів і стимулів інноваційної діяльності підприємства» Рівень наукової та професійної активності відповідає п.38 Ліцензійних умов (пп: 1, 3, 4, 9, 12, 14, 19) 38.1 5 публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань</p>

України, до наукометричних баз Scopus, Web of Science Core Collection:

1. Карпенко В.Л. Ко-брендинг як інструмент формування спільної інноваційної маркетингової діяльності молокопереробних підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2023. №3. С. 344-351. URL : <https://bit.ly/3YlrQcW>.
2. Карпенко В. Напрями цифровізації маркетингу аграрних підприємств / С. Кобернюк, В. Карпенко // Innovation and Sustainability, 2023. – №1. – С. 204-212. Режим доступу:<https://bit.ly/44QvPAu>.
3. Карпенко В.Л., Закрижевська І.В., Каткова Т.І. Методичний підхід до формування маркетингової стратегії просування продукції на нові ринки. Innovation and Sustainability, 2022. №4. С. 160-172. URL : <http://bit.ly/3HWVr5S>.
4. Карпенко В. Л. Іманентні ознаки інновацій у маркетингу як основа їх конкурентоспроможності. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2019. №5. С. 126-137. URL : <https://bit.ly/3Ks449k>.
5. Карпенко В.Л., Нянько В.М., Нездоровін О.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Економічний дискурс, червень 2019. Випуск 4. С. 123-131. URL : <https://bit.ly/3BIOJvB>.

38.3 монографія видана у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора):

1. Карпенко В.Л. Формування новітньої парадигми розвитку інтегрованих

корпоративних структур. Розвиток цифровізації обліку, оподаткування, аналізу і контролю в управлінні підприємствами : монографія / Р. Ф. Бруханський, П. Р. Пуцентейло [та ін.]. Тернопіль : ВПЦ «Університетська думка», 2021. С. 143-164. URL : <http://bit.ly/3gjfEbb>. (1,5 д.а.)

2. Карпенко В.Л. Особливості формування стратегічних альянсів як перспективної форми корпоративних інтеграційних об'єднань в молокопереробній галузі. Розвиток цифровізації обліку, оподаткування, аналізу і контролю в управлінні підприємствами : монографія / Р. Ф. Бруханський, П. Р. Пуцентейло [та ін.]. Тернопіль : ВПЦ «Університетська думка», 2021. С. 165-192. Режим доступу: <http://bit.ly/3gjfEbb>. (1,5 д.а.)

3. Карпенко В.Л., Гвоздецька І.В. Пріоритети конкурентоспроможності корпоративних структур в умовах євроінтеграції. Соціально-трудові та економічні пріоритети розвитку виробничих систем у прискоренні євроінтеграції: [монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. В. М. Нижника]. – Хмельницький : ХНУ, 2019. – С. 277-310. URL : <https://bit.ly/3hrzv1r>. (2,1 д.а.)

38.4 навчально-методичні посібники / посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти, робочі програми, загальною кількістю три найменування:

1. Закрижевська І.В., Карпенко В.Л., Бобровник В.М. Стратегічний маркетинг: Методичні рекомендації до самостійного вивчення дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня

вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький: ХНУ, 2023. – 149 с.
2. Закрижевська І.В., Тельнов А.С., Андрушкевич З.М., Карпенко В.Л., Решмідлова С.Л. Переддипломна практика : програма та методичні рекомендації щодо її організації та проведення для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 29 с.
3. Закрижевська І.В., Тельнов А.С., Андрушкевич З.М., Карпенко В.Л., Решмідлова С.Л. Кваліфікаційна (дипломна) робота: методичні рекомендації щодо її виконання здобувачами другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 38 с.
4. Робоча програма з ОК «Інноваційний маркетинг».
38.9 експерт НАЗЯВО:
1. Проведення акредитаційної експертизи за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньо-наукової програми «Маркетинг» за другим рівнем вищої освіти в Національному університеті «Львівська політехніка» (наказ НАЗЯВО № 622-Е від 27.03.2023 р.)
2. Проведення акредитаційної експертизи за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» за першим рівнем вищої освіти в Університеті митної справи та фінансів (наказ НАЗЯВО № 2226-Е від 21.12.2021 р.)
3. Проведення акредитаційної експертизи за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» за другим рівнем вищої

освіти в Українському державному університеті залізничного транспорту (наказ НАЗЯВО № 1663-Е від 23.09.2021 р.)

38.12
апробаційні/науково-популярні/
консультаційні/науков
о-експертні публікації
з наукової або професійної тематики:

1. Карпенко В.Л., Омельчук І.В. Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності на підприємстві. Тези доповідей XVII Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», 1-3 грудня 2022 року, 2022. м. Хмельницький. С. 168-171.

2. Карпенко В.Л. Визначення принципів інтеграції економічних суб'єктів на основі теорії управління міжкорпоративними відносинами. Тези доповідей XVI Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», 16 грудня 2021 року, 2021. м. Хмельницький. С. 53-55.

3. Карпенко В.Л. Інноваційно-маркетингові аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств. Тези доповідей VI міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки та управління: теоретичні і практичні аспекти», 14-16 травня 2020 р., 2020. м. Хмельницький. С. 218-221.

4. Карпенко В.Л., Слюсаренко Т.Ю. Сучасні споживчі тренди і орієнтири для вітчизняних переробників молока. Тези доповідей XIV Міжнародної науково-практичної

						<p>конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», 28-30 листопада 2019 року, 2019. м. Хмельницький. С. 155-157.</p> <p>5. Карпенко В.Л. Історичний розвиток концепцій маркетингу в контексті переходу до концепції маркетингу відносин. Тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України», м. Хмельницький – м. Кам'янець-Подільський, 29.11.-1.12.2018 р., 2018. С. 74-75</p> <p>38.14 робота у складі організаційного комітету Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт: Член організаційного комітету Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями вищої освіти, що проводиться на базі кафедри маркетингу ХНУ з 2023 року (https://bit.ly/3xdifbp), наказ 38-АГ від 01.05.2023 р.</p> <p>38.19 участь у професійних та/або громадських об'єднаннях</p> <p>Член Української асоціації маркетингу (сертифікат № 303 від 15.11.2018 р.)</p>	
101932	Закрижевська Ірина Василівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ	Диплом спеціаліста, Хмельницький національний університет, рік закінчення: 2005, спеціальність: 030403 Міжнародні економічні відносини, Диплом спеціаліста, Хмельницький національний	17	ОПП.05 Стратегічний маркетинг	Відповідність за науковим ступенем: Диплом кандидата економічних наук (08.00.04.). Тема дисертації «Комплексне оцінювання інвестиційної привабливості промислових підприємств». Рівень наукової та професійної активності відповідає п.38 Ліцензійних умов

університет,
рік закінчення:
2006,
спеціальність:
фінанси,
Диплом
кандидата наук
ДК 059996,
виданий
26.05.2010,
Атестат
доцента 12ДЦ
035165,
виданий
25.04.2013

(пп: 1, 3, 4, 7, 12, 14,
19):
38.1 5 публікацій у
періодичних наукових
виданнях, що
включені до переліку
фахових видань
України, до
наукометричних баз
Scopus, Web of Science
Core Collection:
1. Iryna Zakryzhevska
Digital marketing as a
tool for the
development of
enterprises in the
conditions of global
competition / Solntsev,
S., Smerichevskiy, S.,
Stadnichenko, V.,
Zakryzhevska, I., &
Patlai, A. //
Management Theory
and Studies for Rural
Business and
Infrastructure
Development, 2023.
Vol. 45 (3), 250-257.
Режим доступу:
<https://doi.org/10.15544/mts.2023.25/> (WoS).
2. Закрижевська І.В.,
Лук'янова В.В.,
Головач Т.В.
Теоретичні засади
формування
економічної стратегії
підприємства у
контексті
стратегічного
управління. Вісник
Хмельницького
національного
університету.
Економічні науки,
2023. №2. С.167-171.
URL :
<https://bit.ly/3Rozqnx>
3. Закрижевська І.В.,
Лук'янова В.В.,
Головач Т.В.
Стратегування як
інструмент
забезпечення
ефективного
функціонування
підприємства. Вісник
Хмельницького
національного
університету.
Економічні науки,
2023. № 1. С.232 –
238. Режим доступу:
<https://bit.ly/3PeRBsj>
4. Закрижевська І.В.,
Каткова Т.І., Карпенко
В.Л. Методичний
підхід до формування
маркетингової
стратегії просування
продукції на нові
ринки. Innovation and
Sustainability, 2022.
№4. С. 160-172. Режим
доступу:
<http://bit.ly/3HWVr5S>.
5. Закрижевська І.В.,
Карпенко В.Л.
Значення та місце
корпоративного
сектора у

стратегічному розвитку сучасної економіки. Modeling the development of the economic systems, 2022. №4. С. 33-38.
Режим доступу: <http://bit.ly/3XbAEjc>.

38.3 монографія видана у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора):

1. Zakryzhevska I., Gonchar O., Bitiy A. Marketing research in enterprise potential management In conditions of competition and european integration. Actual problems of modern science. Monograph: edited by Matiukh S., Skyba M., Musial J., Polishchuk O. – Bydgoszcz, 2021. 770 p. P.137-150 (0,2 д.а.)
2. Гвоздецька І.В., Карпенко В.Л. Пріоритети конкурентоспроможності корпоративних структур в умовах євроінтеграції. Соціально-трудова та економічні пріоритети розвитку виробничих систем у прискоренні євроінтеграції: [монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. В. М. Нижника]. Хмельницький : ХНУ, 2019. С. 277-310.
Режим доступу: <https://bit.ly/3hrzvlr>. (2,1 д.а.)

38.4 навчально-методичні посібники / посібники для самостійної роботи здобувачів вищої освіти, робочі програми, загальною кількістю три найменування:

1. Гвоздецька І.В. Міжнародна торгівля : методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни для студентів другого (магістерського) рівня спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» спеціалізація «Управління торговельним бізнесом і комерційна логістика». – Хмельницький : ХНУ, 2019. 151 с.
2. Закрижевська І.В., Карпенко В.Л., Бобровник В.М. Стратегічний маркетинг: Методичні

рекомендації до самостійного вивчення дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький: ХНУ, 2023. – 149 с.

3. Закрижевська І.В. Стратегічний маркетинг : методичні рекомендації до виконання курсової роботи для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 20 с.

4. Закрижевська І.В., Тельнов А.С., Андрушкевич З.М, Карпенко В.Л., Решміділова С.Л. Переддипломна практика : програма та методичні рекомендації щодо її організації та проведення для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 29 с.

5. Закрижевська І.В., Тельнов А.С., Андрушкевич З.М, Карпенко В.Л., Решміділова С.Л. Кваліфікаційна (дипломна) робота : методичні рекомендації щодо її виконання здобувачами другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 38 с.

6. Робоча програма з дисципліни «Стратегічний маркетинг».

38.12 апробаційні/науково-популярні/консультаційні/науково-експертні публікації з наукової або професійної тематики:

1. Карпенко В.Л., Закрижевська І.В., Олексюк Ю.О. Теоретичні основи формування маркетингової стратегії. Abstracts of VI International Scientific and Practical Conference, Warsaw,

Poland, 2023. Pp. 92-96. URL: <https://eu-conf.com/ua/events/modern-ways-of-solving-the-problems-of-science-in-the-world/>

2. Закрижевська І.В., Лоюк Д.Л., Петельчук Л.А. Формування і підтримка лояльності споживачів на вітчизняному та міжнародному ринках. Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference «Multidisciplinary scientific notes. Theory, history and practice». Edmonton, Canada. 01-04.11, 2022. Pp. 130-134. URL: <https://bit.ly/3PdQUiR>

3. Закрижевська І.В., Кочепуд М.Ю. Методи збору первинної маркетингової інформації. Тези доповідей II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасної науки, розвитку технологій та менеджменту», 25.11.2021р., 2021. м. Хмельницький. С.63-66.

4. Гвоздецька І.В. Особливості формування маркетингової стратегії аграрними підприємствами. Тези доповідей VI міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки та управління: теоретичні і практичні аспекти», 14-16 травня 2020 р., 2020. м. Хмельницький. С. 86-88.

5. Гвоздецька І.В., Хміль Ю.А. Франчайзинг як інструмент розвитку підприємницької діяльності. Збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції «Економічні перспективи підприємництва», 8-9 жовтня 2020 року, 2020. Ірпінь. С. 210-212

38.7 участь в атестації наукових кадрів як офіційного опонента: Опонування дисертації Довганя Юрія Васильовича «Маркетингові

						інструменти управління інноваційно-інвестиційною активністю олійно-жирових підприємств харчової галузі», 27.04.2021 р. 38.14 робота у складі організаційного комітету Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт: Член організаційного комітету Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями вищої освіти, що проводиться на базі кафедри маркетингу ХНУ з 2023 року (https://bit.ly/3xdifbp), наказ 38-АГ від 0105.2023 р. 38.19 участь у професійних та/або громадських об'єднаннях Член Української асоціації маркетингу (сертифікат № 304 від 15.11.2018 р.)	
4107	Андрушкевич Зінаїда Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ	Диплом спеціаліста, Хмельницький національний університет, рік закінчення: 2006, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 004718, виданий 17.12.2012, Атестат доцента 12ДЦ 045637, виданий 15.12.2015	20	ОПП.03 Менеджмент он-лайн продаж	Відповідність за науковим ступенем: Диплом кандидата наук (08.00.04). Тема дисертації: «Маркетинг-логістичне забезпечення діяльності машинобудівних підприємств». Рівень наукової та професійної активності відповідає п.38 Ліцензійних умов (пп: 1, 4, 14, 19): 38.1 5 публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Z. Andrushkevych, A. Tanasiichuk, S. Kovalchuk, G. Otlyvanska, K. Sokoliukю Influence of Structural Processes in the Economy of Ukraine on Marketing and Logistical Processes of Domestic Enterprises. European Journal of Sustainable

Dev Elopment, Vol. 10
No. 2, 2021, P. 187-200
ISSN: 2239-5938. –
Doi:10.14207/ejsd.2021.
v10n2p187. URL :
<https://bit.ly/3OTooif>
(WoS)

2. Андрушкевич З.М.,
Бойко Р.В. Трейд-
маркетинг як
інструмент
маркетинг-
менеджменту та
управління
лояльністю
споживачів.
Innovation and
Sustainability, 2022. №
4. С. 54-59.
<https://bit.ly/3PdoAfF>.

3. Андрушкевич З.М.,
Нянько В.М., Сітарчук
О.В. Діджиталізація –
дієвий інструмент
комунікативної
політики
підприємства в період
пандемії COVID-19.
Вісник
Хмельницького
національного
університету.
Економічні науки,
2020. №5. С. 15-18.
URL :
<https://bit.ly/44tqm1u>.

4. Андрушкевич З.М.,
Кулеша К.В., Остапчук
О.В. Впровадження
інноваційних методів
та технологій
продажів у діяльність
підприємства. Вісник
Хмельницького
національного
університету.
Економічні науки,
2019. С. 157-161.

5. Андрушкевич З.М.,
Романова А.В.,
Вальков О.Б.
Таргетована реклама
як ефективний спосіб
просування в
соціальних мережах.
Вісник
Хмельницького
національного
університету.
Економічні науки. №
5, 2019. С. 207-210.

38.4 навчально-
методичні посібники /
посібники для
самостійної роботи
здобувачів вищої
освіти, робочі
програми, загальною
кількістю три
найменування:

1. Андрушкевич З.М.,
Голубовська О.А.
Менеджмент он-лайн
продаж: Методичні
рекомендації до
самостійного
вивчення дисципліни
для здобувачів
другого
(магістерського) рівня
вищої освіти

спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький: ХНУ, 2023. – 100 с.
2. Тельнов А.С., Андрушкевич З.М., Закрижевська І.В., Карпенко В. Л., Решміділова С. Л. Виробнича практика : програма та методичні рекомендації щодо її проходження здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». Хмельницький : ХНУ, 2023. 44 с.
4. Закрижевська І.В., Тельнов А.С., Андрушкевич З.М., Карпенко В.Л., Решміділова С.Л. Переддипломна практика : програма та методичні рекомендації щодо її організації та проведення для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 29 с.
5. Закрижевська І.В., Тельнов А.С., Андрушкевич З.М., Карпенко В.Л., Решміділова С.Л. Кваліфікаційна (дипломна) робота: методичні рекомендації щодо її виконання здобувачами другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 38 с.
5. Робоча програма з дисципліни «Менеджмент он-лайн продаж». 38.12 апробаційні/науково-популярні/консультаційні/науково-експертні публікації з наукової або професійної тематики:
1. Andrushkevych Z., Nianko V., Gayevska Y. Digital marketing as a business strategy. Abstracts of VII International Scientific and Practical Conference «Science, trends and modern methods of solving problems», February 20-22, 2023. Lisbon, Portugal. Pp. 125-128.

URL:
<https://bit.ly/45rcAh8>
2. Андрушкевич З.
Слободянюк А.,
Декальчук А.
Інструменти
цифрового
маркетингу в умовах
трансформації
сучасного бізнесу.
Proceedings of the VI
International Scientific
and Practical
Conference
«Multidisciplinary
scientific notes. Theory,
history and practice»,
01-04.11, 2022.
Edmonton, Canada. Pp.
342-346. URL:
<https://bit.ly/45rcW7G>
3. Андрушкевич З.М.,
Декальчук А.В.
Маркетингові
інструменти
просування
підприємства в
інтернет-мережі.
Підприємництво і
маркетинг у
формуванні
національної безпеки
за умов сучасних
глобальних викликів :
тези доповідей
Економічного
науково-практичного
форуму (1–3 груд.
2022 р., м.
Хмельницький).
Хмельницький : ХНУ,
2022. С. 51-54.
4. Андрушкевич З.М.,
Караульна І.В.
Цифрова
трансформація
бізнесу. Збірник тез
доповідей XX міжнар.
наук.-практ. конф.
«Проблеми
планування в
ринкових умовах» 28-
30 жовтня 2021 р., м.
Хмельницький : ХНУ,
2021. С. 85-86.
5. Андрушкевич З.М.,
Сітарчук О.В.
Цифровий маркетинг
у комунікативній
політиці
підприємства.
Маркетинг і логістика
в системі
менеджменту: тези
доповідей XIII
Міжнародної науково-
практичної
конференції. Львів:
Видавництво
Львівської
політехніки, 2020. С.
163-165.
38.14 робота у складі
організаційного
комітету
Всеукраїнського
конкурсу студентських
наукових робіт:
Член організаційного
комітету
Всеукраїнського

						конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями вищої освіти, що проводиться на базі кафедри маркетингу ХНУ з 2023 року (https://bit.ly/3xdifbp), наказ 38-АГ від 0105.2023 р. 38.19 участь у професійних та/або громадських об'єднаннях 1. Член Української асоціації маркетингу (сертифікат № 310 від 15.11.2018)	
176994	Тельнов Анатолій Сергійович	Професор, Основне місце роботи	ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ	Диплом спеціаліста, Хмельницький технологічний інститут побутового обслуговування, рік закінчення: 1972, спеціальність: Технологія машинобудування, металорізальні верстати та інструменти, Диплом доктора наук ДД 009418, виданий 31.05.2011, Диплом кандидата наук ТН 076918, виданий 12.12.1984, Атестат доцента ДЦ 030884, виданий 30.01.1991, Атестат професора 12ІП 009099, виданий 21.11.2013	39	ОПП.02 Маркетингови й менеджмент	Відповідність за науковим ступенем: Диплом доктора економічних наук (08.00.04.). Тема дисертації: «Управління якістю продукції промислових підприємств на основі формування якості праці». Рівень наукової та професійної активності відповідає п.38 Ліцензійних умов (пп: 1, 3, 4, 7, 8, 14, 19): 38.1 5 публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Anatoly Telnov, Viacheslav Dzhezdzhula, Viktoriya Hurochkina, Iryna Yepifanova Fuzzy Technologies for Modeling Social Capital in the Emergent Economy. WSEAS transactions on business and economics, ISSN / E-ISSN: 1109-9526 / 2224-2899. Volume 19, 2022. P. 915-923. (Scopus). 2. Anatoly Telnov, Viktoriya Hurochkina, Svitlana Reshmidilova, Iryna Yepifanova, Andrii Yakivchenko Ergodesing as a method for the design of the quality of products on the basis of benchmarking. Journal of Hygienic Engineering and Design, 2022. Homer

40. Р. 27-35. (Scopus).
3. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Розвиток поведінкової економіки у прийнятті економічних рішень. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування : науковий фаховий журнал. Редкол. : О. А. Шевчук (голов. ред.) та ін. Ірпінь : Університет державної фіскальної служби України, 2020. Випуск 5. С. 160-170.
4. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Тенденції розвитку маркетингового менеджменту персоналу в умовах четвертої промислової революції. Вісник Хмельницького національного університету, 2022. № 6. Том 2. С. 7-12.
5. Anatoly Telnov, Viktoriya Hurochkina, Svitlana Reshmidilova, Larysa Skorobogata, Liudmyla Bohatchyk, Natalia Riabinina. Modeling Effectiveness of Financial Support for the Social Capital Development in Economic Emergence. WSEAS Transactions on Environment and Deelopment. Volume 17, 2021. Art. #27, pp. 262-270. (Scopus).
38.3 монографія видана у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора):
1. Anatoly Telnov. The concept of marketing management as a business philosophy on the basis of HR marketing. Innovative Management of Business Integration and Education in Transnational Economic Systems: Collective monograph. Riga: ISMA, 2023. P. 148-160. bit.ly/3PdtZnR (0,5 д.а.).
2. Telnov A.S., Reshmidilova S.L. Personnel marketing as a method to increase labor productivity. Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph : edited by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko, in 2 Vol. Higher School of Social and Economic.

Przeworsk: WSSG, 2019. Vol. 2. P. 153-163 (0,5 д.а.).

3. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Маркетингові інструменти в діяльності підприємств легкої промисловості. Socio-economic and management concepts: collective monograph. International Science Group. Boston : Primedia eLaunch, 2021. P. 309-314 (0,5 д.а.).

38.4 навчально-методичні посібники / посібники для самостійної роботи здобувачів вищої освіти, робочі програми, загальною кількістю три найменування:

1. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни «Маркетинговий менеджмент» до самостійного вивчення дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». Хмельницький: ХНУ, 2023. 120с.

2. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни «HR маркетинг» до самостійного вивчення дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». Хмельницький: ХНУ, 2022. 85с.

3. Тельнов А.С., Решміділова С.Л. Управління якістю в торговельному бізнесі : методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Хмельницький : ХНУ, 2019. 142 с.

4. Закрижевська І.В., Тельнов А.С., Андрушкевич З.М, Карпенко В.Л., Решміділова С.Л. Переддипломна практика : програма

та методичні рекомендації щодо її організації та проведення для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 29 с.

5. Закрижевська І.В., Тельнов А.С., Андрушкевич З.М., Карпенко В.Л., Решміділова С.Л. Кваліфікаційна (дипломна) робота: методичні рекомендації щодо її виконання здобувачами другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» – Хмельницький : ХНУ, 2023. – 38 с.

6. Робоча програма з дисципліни «Маркетинговий менеджмент»

38.7 участь в агеестації наукових кадрів як члена постійної спеціалізованої вченої ради:
Член постійної спеціалізованої вченої ради Хмельницького національного університету Д 70.052.01.

38.8 член редакційної колегії наукового видання:
Член редколегії журналу Вісник Хмельницького національного університету серії «Економічні науки».

38.14 робота у складі організаційного комітету Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт:
Член організаційного комітету Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями вищої освіти, що проводиться на базі кафедри маркетингу ХНУ з 2023 року (<https://bit.ly/3xdifbp>), наказ 38-АГ від 0105.2023 р.

38.19 участь у професійних та/або

			подальшим обговоренням очікуваних результатів і висновків по роботі); самостійна робота (методи інтеграційних технологій проблемного навчання, розвиваючого навчання); технології візуалізації з використанням мультимедійних презентацій, демонстрації зразків діяльності, комп'ютерного моделювання	
		ОПП.01 Інноваційний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням кейсів, практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання практичних завдань, кейсів; виконання домашніх завдань
		ОПП.05 Стратегічний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні практичні завдання, кейси)	усне опитування на практичному занятті; оцінювання практичних завдань та кейсів; тестовий контроль засвоєння теоретичного матеріалу тощо
		ОПП.06 Переддипломна практика	виконання програми практики на базі практики, індивідуального завдання керівника за темою кваліфікаційної роботи, самостійна робота з джерелами інформації, підготовка та написання звіту	контроль за ходом практики, перебуванням студентів на базах практики, дотриманням планів роботи, контроль за виконанням програми практики та індивідуального завдання, захист звіту за результатами практики
		ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
<i>ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень	лекції (словесно-фронтальні методи з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій; технологій дистанційного навчання; проблемного навчання; діалогово-комунікаційних технологій; інтеграційних технологій; дискусії; пояснення); практичні заняття (виконання завдань з елементами технологій евристичного та проблемного навчання і подальшим обговоренням очікуваних результатів і висновків по роботі); самостійна робота (методи інтеграційних технологій проблемного навчання, розвиваючого навчання); технології візуалізації з використанням мультимедійних презентацій, демонстрації зразків діяльності,	підготовка наукової публікації та презентації

			комп'ютерного моделювання	
		ОПП.04 HR-маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.05 Стратегічний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні практичні завдання, кейси)	усне опитування на практичному занятті; оцінювання практичних завдань та кейсів; тестовий контроль засвоєння теоретичного матеріалу тощо
		ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
<i>ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</i>	☒	ОПП.02 Маркетинговий менеджмент	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.04 HR-маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
<i>ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</i>	☒	ОПП.02 Маркетинговий менеджмент	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
<i>ПРН13. Керувати</i>	☒	ОПП.04 HR-	лекції (з використанням	усне опитування на

маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.		маркетинг	методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	☒	ОПП.05 Стратегічний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні практичні завдання, кейси)	усне опитування на практичному занятті; оцінювання практичних завдань та кейсів; тестовий контроль засвоєння теоретичного матеріалу тощо
		ОПП.04 HR-маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.02 Маркетинговий менеджмент	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.01 Інноваційний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням кейсів, практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання практичних завдань, кейсів; виконання домашніх завдань
		ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	☒	ОПП.02 Маркетинговий менеджмент	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.01 Інноваційний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з	усне опитування на практичному занятті; тестовий контроль теоретичного матеріалу з

			використанням кейсів, практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання практичних завдань, кейсів; виконання домашніх завдань
		ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
		ОПП.03 Менеджмент он-лайн продаж	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні завдання: практичне завдання)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
<i>ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</i>	☒	ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
		ОПП.06 Переддипломна практика	виконання програми практики на базі практики, індивідуального завдання керівника за темою кваліфікаційної роботи, самостійна робота з джерелами інформації, підготовка та написання звіту	контроль за ходом практики, перебуванням студентів на базах практики, дотриманням планів роботи, контроль за виконанням програми практики та індивідуального завдання, захист звіту за результатами практики
		ОПП.05 Стратегічний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні практичні завдання, кейси)	усне опитування на практичному занятті; оцінювання практичних завдань та кейсів; тестовий контроль засвоєння теоретичного матеріалу тощо
<i>ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</i>	☒	ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень	лекції (словесно-фронтальні методи з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій; технологій дистанційного навчання; проблемного навчання; діалогово-комунікаційних технологій; інтеграційних технологій; дискусії; пояснення); практичні заняття (виконання завдань з елементами технологій евристичного та проблемного навчання і подальшим обговоренням очікуваних результатів і висновків по роботі); самостійна робота (методи інтеграційних технологій проблемного навчання, розвиваючого навчання); технології візуалізації з використанням мультимедійних презентацій, демонстрації	підготовка наукової публікації та презентації

			зразків діяльності, комп'ютерного моделювання	
		ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	комунікативний метод; метод перекладу; комбінований метод; проектна методика; застосування технічних засобів навчання та інформаційних технологій; кейс-технологій; ділових та рольових ігор	завантаження виконаних завдань та записаних аудіо файлів на відповідну сторінку у модульному середовищі у формі контролю навичок ділового спілкування та ділового листування; контроль презентацій (проектів); контроль навичок читання, перекладу та тестування у дні проведення контрольних заходів/тестування, встановлених робочим планом
		ОПП.05 Стратегічний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні практичні завдання, кейси)	усне опитування на практичному занятті; оцінювання практичних завдань та кейсів; тестовий контроль засвоєння теоретичного матеріалу тощо
		ОПП.06 Переддипломна практика	виконання програми практики на базі практики, індивідуального завдання керівника за темою кваліфікаційної роботи, самостійна робота з джерелами інформації, підготовка та написання звіту	контроль за ходом практики, перебуванням студентів на базах практики, дотриманням планів роботи, контроль за виконанням програми практики та індивідуального завдання, захист звіту за результатами практики
		ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
<i>ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</i>	☒	ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	комунікативний метод; метод перекладу; комбінований метод; проектна методика; застосування технічних засобів навчання та інформаційних технологій; кейс-технологій; ділових та рольових ігор	завантаження виконаних завдань та записаних аудіо файлів на відповідну сторінку у модульному середовищі у формі контролю навичок ділового спілкування та ділового листування; контроль презентацій (проектів); контроль навичок читання, перекладу та тестування у дні проведення контрольних заходів/тестування, встановлених робочим планом
		ОПП.04 HR-маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.06 Переддипломна практика	виконання програми практики на базі практики, індивідуального завдання керівника за темою кваліфікаційної роботи,	контроль за ходом практики, перебуванням студентів на базах практики, дотриманням планів роботи, контроль за

			самостійна робота з джерелами інформації, підготовка та написання звіту	виконанням програми практики та індивідуального завдання, захист звіту за результатами практики
		ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
<i>ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</i>	☒	ОПП.01 Інноваційний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням кейсів, практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання практичних завдань, кейсів; виконання домашніх завдань
		ОПП.02 Маркетинговий менеджмент	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.03 Менеджмент он-лайн продаж	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні завдання: практичне завдання)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень	лекції (словесно-фронтальні методи з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій; технологій дистанційного навчання; проблемного навчання; діалогово-комунікаційних технологій; інтеграційних технологій; дискусії; пояснення); практичні заняття (виконання завдань з елементами технологій евристичного та проблемного навчання і подальшим обговоренням очікуваних результатів і висновків по роботі); самостійна робота (методи інтеграційних технологій проблемного навчання, розвиваючого навчання); технології візуалізації з використанням мультимедійних презентацій, демонстрації зразків діяльності, комп'ютерного моделювання	підготовка наукової публікації та презентації
		ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на

			підготовки роботи	питання, відгук керівника, рецензія рецензента
<i>ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</i>	☒	ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
		ОПП.05 Стратегічний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні практичні завдання, кейси)	усне опитування на практичному занятті; оцінювання практичних завдань та кейсів; тестовий контроль засвоєння теоретичного матеріалу тощо
		ОПП.04 HR-маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.03 Менеджмент он-лайн продаж	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні завдання: практичне завдання)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.01 Інноваційний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням кейсів, практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання практичних завдань, кейсів; виконання домашніх завдань
<i>ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</i>	☒	ОПП.07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота)	самостійна робота з використанням інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи, дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
		ОПП.06 Переддипломна практика	виконання програми практики на базі практики, індивідуального завдання керівника за темою кваліфікаційної роботи, самостійна робота з джерелами інформації, підготовка та написання звіту	контроль за ходом практики, перебуванням студентів на базах практики, дотриманням планів роботи, контроль за виконанням програми практики та індивідуального завдання, захист звіту за результатами практики
		ОЗП.01 Методологія і організація наукових досліджень	лекції (словесно-фронтальні методи з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій; технологій дистанційного навчання; проблемного навчання; діалогово-комунікаційних технологій; інтеграційних технологій;	підготовка наукової публікації та презентації

			дискусії; пояснення); практичні заняття (виконання завдань з елементами технологій евристичного та проблемного навчання і подальшим обговоренням очікуваних результатів і висновків по роботі); самостійна робота (методи інтеграційних технологій проблемного навчання, розвиваючого навчання); технології візуалізації з використанням мультимедійних презентацій, демонстрації зразків діяльності, комп'ютерного моделювання	
		ОЗП.02 Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	комунікативний метод; метод перекладу; комбінований метод; проектна методика; застосування технічних засобів навчання та інформаційних технологій; кейс-технологій; ділових та рольових ігор	завантаження виконаних завдань та записаних аудіо файлів на відповідну сторінку у модульному середовищі у формі контролю навичок ділового спілкування та ділового листування; контроль презентацій (проектів); контроль навичок читання, перекладу та тестування у дні проведення контрольних заходів/тестування, встановлених робочим планом
		ОПП.02 Маркетинговий менеджмент	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій), самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
		ОПП.05 Стратегічний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні практичні завдання, кейси)	усне опитування на практичному занятті; оцінювання практичних завдань та кейсів; тестовий контроль засвоєння теоретичного матеріалу тощо
		ОПП.03 Менеджмент он-лайн продаж	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні завдання: практичне завдання)	усне опитування на практичному занятті; захист презентацій з теми лекцій; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання домашніх завдань
<i>ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</i>	☒	ОПП.01 Інноваційний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням кейсів, практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні завдання: есе)	усне опитування на практичному занятті; тестовий контроль теоретичного матеріалу з теми; презентація і захист індивідуальних завдань; виконання практичних завдань, кейсів; виконання домашніх завдань
		ОПП.07 Кваліфікаційна робота	самостійна робота з використанням	контроль за виконанням кваліфікаційної роботи,

		(Дипломна робота)	інформаційно-комунікаційних і програмно-прикладних засобів навчання під час підготовки роботи	дотриманням плану роботи, оцінювання змісту роботи, оцінювання представлення роботи та відповідей на питання, відгук керівника, рецензія рецензента
		ОПП.05 Стратегічний маркетинг	лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, мовленнєвих практикумів, презентацій); самостійна робота (індивідуальні практичні завдання, кейси)	усне опитування на практичному занятті; оцінювання практичних завдань та кейсів; тестовий контроль засвоєння теоретичного матеріалу тощо