

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Освітня програма	10132 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	227
Повна назва ЗВО	Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Ідентифікаційний код ЗВО	02071211
ПІБ керівника ЗВО	Пономаренко Володимир Степанович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	http://www.hneu.edu.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/227>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	10132
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
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	кафедра маркетингу
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	-
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	м. Харків, просп. Науки, 9-А, 61166 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
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	81871
ПІБ гаранта ОП	Ус Марина Ігорівна
Посада гаранта ОП	Доцент
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	maryna.us@hneu.net
Контактний телефон гаранта ОП	+38(093)-881-28-19
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(050)-985-42-23

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

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

Освітня програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня була відкрита на факультеті менеджменту і маркетингу в Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця в 2012 році. Підготовка здобувачів за ОП реалізується на кафедрі маркетингу, яка була заснована у 1967 р. Кафедру очолювали видатні науковці: з 1967 р. по 1988 р. професор, доктор економічних наук Колегаєв Ростислав Миколайович; з 1988 р. по 2020 р. професор, доктор економічних наук Орлов Петро Аркадійович. З 2020 року завідувачем кафедри є доктор економічних наук, професор Гриневиц Людмила Володимирівна.

Весь науково-педагогічний персонал кафедри задіяний в реалізації ОП та викладанні освітніх компонентів захистив докторські чи кандидатські дисертації та мають вчені звання. 4 викладача отримали сертифікати ВЕС з англійською мови з рівнем не нижче B2 та 1 викладач вищу філологічну освіту з іноземних мов. Наявність висококваліфікованих викладачів на кафедрі маркетингу, дозволяє врахувати вимоги сучасного бізнесу та здійснювати підготовку магістрів з маркетингу. Отже, ОП «Маркетинг» надає можливість готувати фахівців нової формації, які відповідають сучасним вимогам ринку праці.

Перший випуск фахівців з маркетингу відбувся у 1995 році, а безпосереднього магістрів з маркетингу - у 2013 році. Загалом за весь період кафедра підготувала понад 2000 фахівців з маркетингу, понад 300 осіб здобули другий (магістерський) рівень вищої освіти. Серед випускників кафедри – вчені, керівники підприємств різних форм власності та їх заступники з маркетингу та комерційної діяльності, провідні фахівці підприємств та організацій. Освітній процес зосереджений на поєднанні зарубіжного й вітчизняного досвіду в оволодінні теоретичними та прикладними аспектами маркетингу, його інноваційними методами та креативними підходами у тісній співпраці з роботодавцями та стейкхолдерами України та інших країн (БГ КРОН, ПАТ «Завод Південкабель», ПрАТ «Новий стиль», АТ КБ «ПРИВАТБАНК», ДУ «ХАРКІВ-АРЕНА», компанії MWDN Ltd, компанія DataArt, компанія Chameleon Soft (CRM software), креативне агентство ТОВ «АМК «БУМЕРАНГ», ГО «Український фешен кластер» (Ukrainian Fashion Cluster), «Promodo», ТОВ «Небозвід», ПП «СПС», ТОВ АБА «АСТРА», ТОВ «Гвара Медіа», ТОВ «НПС – Енергія», ТОВ «ВФ «ПОЛІМЕР», ТОВ ФК «ВЕРОНА» та інші).

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	50	44	6	0	0
2 курс	2022 - 2023	20	20	0	0	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	30357 Фінансовий маркетинг 11016 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	10132 Маркетинг 32012 Фінансовий маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	30348 Маркетинг

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	70456	12125

Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	70456	12125
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	267	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>ОПП_075 Маркетинг 23-24.pdf</i>	xoiBPUQ5UubZyfYv6Z2zC2MbufBt4r4cT/izivxqwfY=
Навчальний план за ОП	<i>НП_075 Маркетинг 23-24.pdf</i>	6GILcTRoFvoAuxKHkLj1ybNBV/u7Q1Db2sv+5K+MDO4=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензій Sweden.pdf</i>	TJa3Bl33SNLJGa+1CiarZzvzxQELuUZug6PDVWUTTHw=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія ТОВ НПС-ЕНЕГРІЯ Стукалкін В..pdf</i>	JHmu32GitW42CLhi9qqQaHGSBtqJAFK++rxMVFwp3PI=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія_MWDN Ltd_Селєзньова.pdf</i>	j5y/ClbMO686LzN4znRrSq9TWwl+C+cXhKjo7lIFbUo=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>рецензія_ТОВ_АБА Астра_Васильєв М.О..pdf</i>	NoXyhh57z33eAyg5zVqjXESYVN6zozpeXB37CqoG9Mo=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>рецензія_ТОВ_Гвара Медіа_Прокопенко С..pdf</i>	3ekYBTtRZHHqCgSG5vuG7eOh2ZULY5Mf5jzY2eDFO6o=

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Цілі ОП полягають у підготовці компетентних фахівців, на основі інтегрованого підходу, які мають теоретичну базу знань та володіють практичними навичками, необхідними для успішної роботи в сфері маркетингу, здатні реагувати на реальні виклики ринку, креативно підходити до вирішення практичних завдань щодо створення маркетингової стратегії, впроваджувати новітні технології у маркетингову діяльність. Освітня програма спрямована на впровадження інтегрального підходу посиленого креативною складовою та формування й розвиток професійних компетентностей щодо створення та використання сучасних маркетингових інструментів і технологій. Особливість програми полягає у практико-орієнтованому форматі підготовки магістрів-маркетологів з можливістю обрання значної частини власної траєкторії навчання за рахунок креативної складової, й формуванні у них комплексу знань, вмінь і навичок по розробці, обґрунтуванню та ухваленню ефективних стратегічних, тактичних і оперативних маркетингових рішень для суб'єктів господарювання в сучасних умовах.

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

Цілі ОП «Маркетинг» відповідають місії та стратегії Університету відповідно до Стратегічного плану та Концептуальних засад розвитку Університету до 2027 р. (<https://www.hneu.edu.ua/strategiya-rozvytku-universytetu/>), де визначено місію Університету як формування патріотичної, усебічно розвинутої, творчої особистості, здатної до самовизначення і самореалізації, компетентного професіонала для наукової, інноваційної та практичної роботи в суспільно-економічній сфері. Цілі ОП узгоджені з стратегічними цілями розвитку Університету, зокрема: забезпечення якості розроблення та реалізації освітніх програм на рівні міжнародних стандартів (ціль 4); інтеграція у європейський та світовий науково-освітній простір (інтернаціоналізація освіти) (ціль 6), формування патріотичної, усебічно розвинутої, компетентної особистості, здатної до самореалізації та саморозвитку (ціль 7).

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

У процесі розробки ОП «Маркетинг» враховувалась думка здобувачів вищої освіти щодо формулювання цілей та ПР навчання ОП шляхом опитування та публічних обговорень. Зокрема, у процесі обговорення проекту ОП 2023 року студентка Лобас А.Д., яка є членом робочої групи ОП, запропонувала скоротити й удосконалити тематику та

контент за ОК7 Менеджмент якості. В результаті обговорення цієї пропозиції було прийняте рішення оновити РПНД та переглянути тематику за іншими ОК обов'язкового та вибіркового блоків. Під час розроблення даної редакції ОП, як і попередніх, були враховані і думки випускників, отримані під час неформальних зустрічей з ними, шляхом фокус групового опитування та анкетування (<http://surl.li/lfows>), громадського обговорення проекту ОП (<http://surl.li/lfovfn>). За результатами цих заходів сформовано наступні пропозиції: збільшити кількість гостинних лекцій, тренінгів, неформальних зустрічей з представниками сфери креативних індустрій, креаторами для знайомства з практиками та посилення креативних навичок (висловила пропозиції Походенко П.О.); посилити практичну складову дисциплін за рахунок включення до робочих програм навчальних дисциплін кейсових методів. Всі пропозиції обговорень та зустрічей, їх результатів були розглянуті під час засідання кафедри (Протокол №8 від 9.02.2023р.). На офіційному сайті кафедри маркетингу розміщено контакти гаранта ОП для врахування інтересів і пропозицій всіх зацікавлених осіб (<http://surl.li/fkevwn>).

- роботодавці

В процесі розроблення ОП було враховано інтереси та пропозиції роботодавців (зокрема, БГ «Крон», компанії MWDN Ltd, компанія CHM software, ГО «Український фешен кластер», ДУ «ХАРКІВ-АРЕНА», ГО «Український фешен кластер», ТОВ АБА «АСТРА», ТОВ «НПС – Енергія», ТОВ «ВФ «ПОЛІМЕР», ТОВ «АМК «БУМЕРАНГ», ТОВ «Гвара Медіа»).

Роботодавці приймають участь в Днях відкритих дверей, майстер-класах, тренінгах, залучені до проведення переддипломної практики, опитувань та обговорень формулювань цілей, РН, змістовного наповнення ОП. Їх пропозиції стосувалися переважно наближення змісту ОК до практики з урахуванням нових змін (Васильєв М.В., ТОВ АБА «АСТРА»). Згідно рекомендацій стейкхолдерів у 2023 році Гречихіна Т. (CHM software) запропонувала збільшити кількість ОК, які викладаються англійською мовою, що покращить комунікативні навички здобувачів та їх можливість адаптуватися до сучасних умов ринку. В результаті обговорення було вирішено змінити мову викладання дисципліни «Ведення ділових переговорів в маркетингу» на англійську.

Кафедра активно співпрацює з Лабораторія кар'єри ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://job.hneu.edu.ua/>) для спільного проведення опитувань стейкхолдерів та роботодавців (<http://surl.li/lfplo/>), Лабораторія MarkTech (<https://dom.hneu.edu.ua/marketing-laboratory/>) також є платформою для реалізації спільних креативних та інноваційних проєктів з роботодавцями.

- академічна спільнота

У розробці ОП «Маркетинг» брала активну участь академічна спільнота факультету менеджменту і маркетингу. Вона висловила свої побажання та дала пропозиції щодо формулювання цілей та програмних результатів навчання за ОП, переліку навчальних дисциплін, форм організації та технології навчання, форм і методів оцінювання результатів навчання. Обговорення зазначених аспектів освітньої програми проводилось на розширених засіданнях кафедри маркетингу, засіданнях вченої ради факультету менеджменту і маркетингу, нарадах з керівництвом університету. Формування ОП відбувалось у співпраці з Прикарпатським національним університетом ім. В. Стефаніка під час проведення конференцій, форумів та панельних дискусій (<http://surl.li/lfnuy>). До обговорення ОП залучаються представники зарубіжних ЗВО, зокрема Гетеборзький університет (Швеція) під час проведення майстер-класів, лекцій, спільною роботою над онлайн курсу з дистанційного навчання, співпраця з Копенгагенською Бізнес-Школою (Данія) в межах дослідження на тему «Роль віддаленої роботи в організаційних переїздах під час війни та опитування стейкхолдерів» (<http://surl.li/lfnxc>). ОП прорецензовано представниками зарубіжної академічної спільноти.

- інші стейкхолдери

Більшість викладачів є членами ГО «Українська асоціація маркетингу» та приймають участь у наукових заходах цієї професійної спільноти, обговореннях сучасних тенденцій існуючих в маркетингу. Це сприяє розвитку компетентностей маркетологів відповідно до сучасних вимог та є можливістю осучаснення змісту освітніх компонентів та ОП.

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

При формулюванні цілей та визначенні РРН робочою групою було враховано тенденції розвитку спеціальності та ринку праці шляхом аналізу даних інтернет ресурсів, ярмарок вакансій, запитів роботодавців. Результати проведеного аналізу ринку праці довів, що існує тенденція до зростання потреби у фахівцях сфери маркетингу. Таким чином, здобувачі вищої освіти за ОП повинні володіти навичками, що забезпечує можливість працевлаштування на підприємствах та бізнес-структурах різних організаційно-правових форм власності на посадах HR-маркетолога, бренд-менеджера, таргетолога, маркетолога-аналітика, SMM-спеціалістів, Digital-маркетолога, створювати та розвивати власну справу. (Протокол №8 від 9.02.2023, №1 від 30.08.2023, <http://surl.li/lfbxm>). Випускник ОП має демонструвати ґрунтовні теоретичні знання та можливість їх застосування в практичних ситуаціях (ПРН1- ПРН3); застосовувати отримані знання й уміння для обґрунтування управлінських рішень у сфері маркетингу (ПРН4, ПРН10, ПРН13). Тенденції ринку праці свідчать про необхідність набуття вмінь використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти (ПРН 6, ПРН7, ПРН16). Розширення ринків збуту продукції зумовлює необхідність оволодіння іноземною мовою та специфічними знаннями щодо реалізації креативних маркетингових проєктів та створення інноваційних продуктів (ПРН12, ПРН15, ПРН16).

Продемонструйте, яким чином під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП

було враховано галузевий та регіональний контекст

Беручи до уваги проект стратегії розвитку Стратегію розвитку Харківської області на 2021 – 2027, <http://surl.li/aadyz>; План заходів на 2021 – 2023 роки з реалізації Стратегію розвитку Харківської області на 2021 – 2027, <http://surl.li/aadz> ОП має універсальний характер, що визначається своєю особливістю та метою і направлена на підготовку компетентних фахівців для успішної роботи в сфері маркетингу, здатних реагувати на реальні виклики ринку, обґрунтувати та ухвалювати ефективні стратегічні, тактичні і оперативні маркетингові рішення для суб'єктів господарювання в сучасних умовах.

Галузевий та регіональний контексти були враховані при формулюванні цілей і програмних результатів навчання, що забезпечується викладанням відповідних ОК. В ОП галузевий контекст, зокрема, забезпечується викладанням ОК «Маркетингова аналітика», «Бізнес-планування в маркетинговій діяльності», «Ведення ділових переговорів в маркетинговій діяльності (англійською мовою)», «Розробка креативних проектів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)».

Регіональний та галузевий контексти також враховуються за рахунок вибору здобувачами тем індивідуальних робіт (за навчальними дисциплінами та дипломних робіт), розв'язанні кейсів і розгляді аналітичних ситуацій на практичних заняттях, проведенні наукових досліджень

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

У процесі формулювання цілей та ПРН за ОП робоча група провела системний аналіз ОП ЗВО України, які здійснюють підготовку за спеціальністю 075 «Маркетинг», а саме КНУ Шевченка та НТУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана» та НУ «Львівська політехніка», КНЕУ, КНТЕУ. Принцип формування проаналізованих ОП було враховано при формуванні цілей та задач за ОК (імплементовано метод навчання: ОК6 лекції із застосуванням ігрових методів, ОК7 - моделювання професійних ситуацій), доведено унікальності запропонованої ОП у частині досягнення ПРН щодо вміння застосовувати сучасні маркетингові технології та інструменти для ухвалення маркетингових рішень і набуті креативні навички для розробки інноваційних продуктів. Проаналізовано та узагальнено досвід закордонних університетів, які випускають магістрів за спеціальністю «Маркетинг», зокрема: Краківський економічний університет (Польща) «Marketing i komunikacja rynkowa» (<http://surl.li/hkcyw>), Познанський економічний університет (Польща) «Marketing» (<https://ue.poznan.pl/kandydaci/studia-i-ii-stopnia/>), Arden University, University of Applied Sciences (Німеччина) «Business Management (Marketing)» (<http://surl.li/ledxt>), Гетеборжський університет «Marketing and consumption» (<http://surl.li/lecxy>) та інші. Результатом порівняння є висновок про високий рівень креативності ОП, її спрямування на сучасні тренди у маркетингу - створення та використання сучасних маркетингових інструментів і технологій.

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

Розробка ОПП «Маркетинг» відбулася у повній відповідності до вимог чинного СВО за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом МОН України № 960 від 10.07.2019 року. Перелік загальних та фахових компетентностей, що відображені у ОП, відповідає переліку, наведеному у діючому Стандарті. Заявлені у СВО 15 ПРН нормативного змісту підготовки були повністю враховані виключно в обов'язковій частині ОПП. Для того, щоб проектування ОПП було системним та ґрунтовним і для аргументованого досягнення ПРН, визначених СВО, було здійснено їх декомпозицію на окремі результати навчання, виходячи з досвіду розробників ОПП, викладачів, рецензентів, а потім об'єднання останніх у рамках окремих дисциплін ОПП. Кожний ПРН містить декілька РН, які забезпечуються різними дисциплінами. Відповідно, кожна дисципліна ОПП містить декілька РН та забезпечує досягнення декількох ПРН. Вибудована логіка має своє продовження у робочих програмах дисциплін ОПП, де пояснено дисциплінарні результати навчання та їх відповідність ПРН. Наочне відображення логіки навчального процесу проілюстровано у матрицях відповідності ОПП. В них показано через які саме обов'язкові освітні компоненти досягається кожен з 15 обов'язкових ПРН та додатковим ПРН16, що відображає унікальність освітньої програми.

Це дозволяє зробити висновок, що процедурно процес розробки ОПП сприяв досягненню обов'язкових результатів навчання, визначених СВО. Детальну відповідність нормативних РН, визначених СВО, освітнім компонентам ОПП приведено у ОПП та у додатку 3 до цих Відомостей. Співвідношення зазначених у стандарті компетентностей та програмних результатів навчання відбувається відповідно до структурно-логічної схеми ОП, яка наочно відображає логіку набуття компетентностей через вивчення певних освітніх компонентів та досягнення за рахунок їх опанування конкретних результатів навчання. Виходячи з того, що під час обговорення та прийняття Стандарту вищої освіти з маркетингу підкомісією НМК було визначено, що рівень магістр маркетингу – це функціональний рівень, логіка побудови ОП, перелік компетентностей та програмних результатів, нормативних (обов'язкових) та вибіркового дисциплін ОП «Маркетинг» були побудовані виходячи із цих критеріїв. Таким чином, ОП «Маркетинг» другого (магістерського) освітнього рівня повністю відповідає суті та змісту діючого Стандарту вищої освіти з маркетингу за другим освітнім рівнем.

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

Програмні результати навчання за ОП відповідають вимогам та визначені відповідно до Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг».

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

90

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

65

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

25

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

Зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 Маркетинг. Обов'язкові освітні компоненти циклів загальної, професійної і практичної підготовки забезпечують розвиток та формування загальних і спеціальних компетентностей та програмних результатів навчання. Структурно-логічна схема ОП ілюструє композицію освітніх компонентів відповідно до семестрів навчання. Цикл загальної підготовки складає 5 кредитів, цикл професійної та практичної – 60; дисципліни вільного вибору студента – 25. Міжпредметний характер ОП забезпечують освітні компоненти (ОК) циклу загальної підготовки (Методологія наукових досліджень) та ОК циклу професійної підготовки (Стратегічний маркетинг, Менеджмент якості, Маркетингова аналітика, Бізнес-планування в маркетинговій діяльності, Товарна інноваційна політика, Ведення ділових переговорів в маркетингу (англійською мовою), Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та формування soft skills в маркетингу (англійською мовою)). Вибіркові навчальні дисципліни сприяють поглибленню компетентностей, передбачених Стандартом вищої освіти, та розвитку «м'яких навичок», які необхідні для маркетингової діяльності та ухвалення рішень. У цілому комплекс освітніх компонентів спрямовано на досягнення здобувачами достатнього комплексу знань, вмінь і навичок по розробці, обґрунтуванню та ухваленню ефективних стратегічних, тактичних і оперативних маркетингових рішень для суб'єктів господарювання в сучасних умовах.

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

Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії забезпечується здобувачам вищої освіти згідно з Положенням «Про організацію освітнього процесу у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця» (<http://surl.li/aesal/>), Порядком формування та реалізації вибіркової складової освітніх програм Університету (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/12/Poryadok-formuvannya-ta-realizatsiyi-vybirkovoyi-skladovoyi-osvitnih-program-HNEU.pdf>). На основі зазначених документів формуються індивідуальні навчальні плани студента (ІНП), (<http://surl.li/aesau>). Індивідуалізація та персоналізація навчання здобувачів забезпечується системою організації освітнього процесу з вільним вибором варіативної складової, який передбачає створення міжфакультетських академічних груп за дисциплінами загальноуніверситетського пулу.

Обсяг вибірових освітніх компонентів складає 25 кредитів, що становить 28 % від загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для другого (магістерського) рівня вищої освіти. Здобувачам надається право участі в різних формах міжнародної та внутрішньої мобільності згідно з Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/aesav>). За результатами опитування здобувачів ОП «Маркетинг» задоволені індивідуальною траєкторією навчання 78,6 % респондентів.

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

В ХНЕУ ім. С. Кузнеця здобувачам надається можливість вільного вибору навчальних дисциплін у межах не менше 25% загального обсягу відповідної освітньо-професійної програми залежно від власних цілей, потреб, можливостей. Обрані дисципліни входять до індивідуального навчального плану кожного здобувача освіти, а результати навчання будуть відображені у додатку до диплому. Принцип вільного вибору дає змогу кожному здобувачу вивчати навчальні дисципліни, які відображають індивідуальні уподобання, інтереси та плани на майбутнє працевлаштування. Нормативним забезпеченням цього процесу є Порядок формування та реалізації вибіркової складової освітніх програм (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/12/Poryadok-formuvannya-ta-realizatsiyi-vybirkovoyi-skladovoyi-osvitnih-program-HNEU.pdf>). Реєстрація на вибірккову складову освітньо-професійної програми підготовки відбувається на підставі форми-заяви, що заповнюється та подається до відповідного деканату. Здобувачам другого (магістерського) рівня ВО пропонується обрати непрофільні навчальні дисципліни із умовною назвою «МАГ-МАЙНОР» загальним обсягом 10 кредитів. Здобувачі можуть обрати два МАГ-МАЙНОРи: по одній навчальні дисципліни на 1-й та 2-й семестри. Також в рамках своєї підготовки студенти обирають 3 навчальні дисципліни (15 кредитів) за профілем освітньо-професійної програми. На сайті розміщуються силабуси вибірових дисциплін (<https://www.hneu.edu.ua/vybirkovaya-skladova-osvitno-profesijnyh-program-2023-2024/>), на ПНС представлено методичне забезпечення, на основі чого студенти здійснюють свій вільний вибір. Реєстрація на вибірккову складову освітньо-професійної програми підготовки відбувається на підставі форми-заяви, що заповнюється та подається до відповідного деканату. Також здобувачі мають можливість прослухати окремі

вибіркові навчальні дисципліни іноземною мовою. За результатами опитування здобувачів задоволені можливістю вибору навчальних дисциплін 85,7 % респондентів.

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

Практична підготовка відбувається шляхом проведення комплексного тренінгу: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу, який має практичний характер, семінарських, практичних, лабораторних занять, власних наукових досліджень, відвідування майстер-класів, вебінарів, тренінгів, що дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності. Завершальним етапом практичної підготовки виступає переддипломна практика, яка здійснюється відповідно до Положення про організацію практики студентів у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/11/Polozhennya-pro-organizatsiyu-praktyky-studentiv.pdf>). Переддипломна практика складає 12 кредитів, під час якої здобувачі розвивають та вдосконалюють свої навички аналітичної та проєктної діяльності для прийняття рішень щодо напрямів розвитку підприємства з застосуванням сучасних креативних технологій і методів ухвалення управлінських рішень в маркетингу. Результати переддипломної практики обговорюються зі здобувачами, керівниками заслуховуються на засіданні кафедри. Зворотний зв'язок надає можливість удосконаленню організації практики та освітньої програми. Такі заходи позитивно впливають на процес професійної підготовки фахівців про що свідчать результати опитування здобувачів, серед яких 85,7% відчувають готовність працювати за обраною спеціальністю.

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

ОП дозволяє забезпечити набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills), що сприяють розвитку емоційного інтелекту людини, ефективній взаємодії з іншими людьми. «М'які навички» охоплюють уміння вирішувати проблемні ситуації, колективні задачі, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу, навички проведення презентацій, адаптації та дії в новій ситуації, креативність, навички міжособистісних відносин тощо. Навчання за ОП дозволяє сформуванню у здобувачів вищої освіти соціальні навички як через освітні компоненти, спрямовані на формування основних загальних та професійних компетентностей (ОК «Методологія наукових досліджень», «Стратегічний маркетинг», «Менеджмент якості» «Товарна інноваційна політика», «Ведення ділових переговорів в маркетингу (англійською мовою)», «Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)», так і опосередковано – через проведення тренінгів; роботи в команді в процесі ділових і рольових ігор, розв'язання проблемних запитань та ситуацій; проведення презентацій; участі в наукових конференціях, «круглих столах» тощо. У процесі вивчення освітніх компонентів формуються відповідні соціальні навички, результати формування яких відображено в результатах навчання: РН5, РН8, РН10, РН14. Досягнення цих результатів навчання є важливим для динамічної професії маркетолога.

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)?

Співвіднесення обсягу освітніх компонентів ОП із фактичним навантаженням здобувачів здійснюється у кредитах ЄКТС. Обсяг 1 кредиту ЄКТС – 30 год. Розподіл аудиторних занять між лекціями та практичними, лабораторними заняттями, а також між тижнями теоретичного навчання є прерогативою гаранта освітньої програми (керівника групи забезпечення) та робочої групи. При цьому максимальне тижневе аудиторне навантаження здобувачів ВО другого (магістерського) рівня не повинно перевищувати максимально допустимі обсяги 20 годин для очної (денної) форми навчання. Навчальні дні, їх тривалість визначені графіком навчального процесу та розкладом занять затвердженим у порядку і у терміни, встановлені в Університеті (<http://surl.li/fqfdm>). Розподіл навчальних годин на аудиторну роботу за навчальними тижнями та видами навчальної роботи магістра відображено в робочому плані (технологічній карті) навчальної дисципліни (РПТК). З контактних аудиторних годин перевага надається практичній компоненті підготовки здобувачів. Відповідно до навчального плану ОП «Маркетинг» аудиторні заняття складають 530 годин (19,6% від загального обсягу). Самостійна робота - 2170 годин (80,4%). Здобувачі ВО за всіма ОК ознайомлені із самостійною роботою через сайті ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

На переддипломну практику відведено 360 годин, на комплексний тренінг 90. Кредити розподілено рівномірно – по 30 в кожному семестрі. За результатами опитування 85,7% респондентів вважають навчальне навантаження за ОП є оптимальним.

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

За ОП «Маркетинг» здобувач Скворцов А.Е. першого року навчання другого (магістерського) рівня ВО здобуває освіту за дуальною формою. Здобувач вищої освіти укладає тристоронній договір із Університетом та роботодавцем ТОВ ФК «ВЕРОНА». Регулюється підготовка за дуальною формою освіти Положенням про порядок організації та

проведення підготовки фахівців за дуальною формою здобуття вищої освіти у ХНЕУ ім. Семена Кузнеця (<http://surl.li/fkduq>), Положенням про навчання здобувачів вищої освіти за індивідуальним графіком у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/10/Polozhennya-pro-individualnyj-navchalnyj-plan-zdobuvacha-vyshhoji-osvity.pdf>). Положенням визначені моделі взаємовигідних відносин Університету та роботодавців, спрямованих на забезпечення практичної підготовки здобувачів вищої освіти до самостійної професійної діяльності та їх соціальної адаптації у трудових колективах, нормативно-правове та організаційне забезпечення, проведення апробації та доопрацювання моделей. Дуальну форму здобуття освіти можуть обирати здобувачі вищої освіти, які навчаються заочною (денною) формою освіти та виявили особисте бажання, а також пройшли відбір у роботодавців.

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

<https://pk.hneu.edu.ua/normatyvni-dokumenty/>

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

Правила прийому на навчання та вимоги до вступників на ОП враховують особливості освітньої програми та її професійне спрямування, вони регламентовані Правилами прийому до ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<https://www.hneu.edu.ua/normatyvni-dokumenty/pravyly-priyomu-do-hneu-im-s-kuznetsya/>)

До участі у конкурсному відборі на здобуття ступеня магістра за ОП «Маркетинг» допускалися вступники, що мають освітній ступінь бакалавра, магістра або освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста.

Конкурсний відбір здобувачів за ОП у 2023 р. здійснювався за результатами єдиного вступного іспиту (ЄВІ ТЗНК, ЄВІ іноземна мова) та предметного тесту з управління та адміністрування (ЄВФФ).

Конкурсний відбір на навчання для здобуття ступеня магістра як другої вищої освіти на основі НРК6 та НРК7 відбувався згідно Правил прийому до ХНЕУ ім. С. Кузнеця в 2023 році за співбесідою з іноземної мови та фаховим іспитом (Програма вступного іспиту до вступу за спеціальністю 075 «Маркетинг» (<http://surl.li/levyqj>))

Зміст програми випробування, списки літератури та екзаменаційні білети оновлюються кожен рік членами предметної комісії із залученням роботодавців.

Правила прийому на ОП змінюються відповідно до діючого законодавства.

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регламентується Положенням про організацію освітнього процесу Університету (<http://surl.li/aesal>), Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу у Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця (<http://surl.li/aesav>), Положення про переведення, відрахування, поновлення та переривання у навчанні здобувачів вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/fkds>).

Визначення результатів навчання відбувається за алгоритмом: здобувач укладає з ХНЕУ ім. С. Кузнеця договір про академічну мобільність, у якому вказані РН, які він зобов'язується опанувати, а університет в особі випускової кафедри, гаранта ОПП – визнати. По завершенню мобільності студент надає академічну довідку іншого ЗВО з вказаними опанованими РН; кафедра здійснює їх експертизу та приймає рішення про визнання. Здобувачі інформуються про можливості академічної мобільності та процедуру визнання результатів навчання у інших ЗВО через відділ міжнародної зв'язків (<http://depint.hneu.edu.ua/>), деканат, повідомлення кураторів, викладачів, гаранта ОПП. Магістри регулярно знайомляться з пропозиціями обміну та академічної мобільності, мають доступ до усієї необхідної інформації, яка є доступною на сайті та сторінках у соціальних мережах Університету та Відділу міжнародних зв'язків.

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

Практики застосування вказаних правил на ОП не було

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

Зарахування результатів, отриманих у неформальній освіті, регулюється Положення про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті в Харківському національному економічному університеті ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/fsvnl>). Умови зарахування результатів, отриманих у неформальній освіті, роз'яснюються здобувачам освіти на зустрічі з деканом, завідувачем кафедри, куратором, а також можливості зарахування окремих тем в межах навчальної дисципліни пояснюється безпосередньо викладачем. На сайті кафедри представлено перелік ресурсів, де можна отримати неформальну освіту за освітніми компонентами (<https://dom.hneu.edu.ua/neformalna-osvita/>)

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

Практики застосування вказаних правил на ОП не було

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

Навчальний процес на ОП «Маркетинг» здійснюється відповідно до форм і методів навчання, що зафіксовані Положенням про організацію освітнього процесу Університету (<http://surl.li/aesal>); Положенням про внутрішнє забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в Університеті (<http://surl.li/bepsx>); Порядком оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти за накопичувальною бально-рейтинговою системою Університету (<http://surl.li/lewxe>); Положенням про робочу програму навчальної дисципліни у Університеті (<http://surl.li/lewxw>). На основі принципу автономії та академічної свободи викладач обирає найбільш ефективні форми та методи навчання, відповідно до змістового наповнення, галузевого спрямування та структури навчального матеріалу курсів, ключовим параметром для вибору форм та методів викладання на ОП є також інтереси, мета та фахове спрямування здобувачів. Широко використовуються такі методи як майстер-класи, тренінги, які також можуть ініціюватися здобувачами.

У процесі навчання застосовуються як традиційні методи, так й інноваційні. Невід'ємними елементами реалізації ОП є організація самостійної роботи здобувачів, результатом якої є підготовка презентацій з доповідями, написання есе; під час роботи над кваліфікаційною роботою відбуваються консультації з керівниками дипломних робіт через сайт персональних навчальних систем ХНЕУ, хмарні платформи для проведення онлайн відео-конференцій і відео вебінарів у форматі високої чіткості ZOOM та Google meet.

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?

В основних нормативних документах визначено вимоги, що забезпечують врахування інтересів студентів, відповідають студентоцентрованому підходу: Статут ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/brnlx>); Положення про організацію освітнього процесу із застосуванням технологій дистанційного навчання (<http://surl.li/bgprqi>). Відділ забезпечення якості освіти по завершенні кожного семестру проводять опитування щодо якості навчальних дисциплін, використання методів навчання та оцінювання через сайт ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Результати опитувань розглядаються на засіданнях кафедри, обговорюються з викладачами та вносяться відповідні зміни до освітньої програми. Здобувачі отримують зворотний зв'язок, а за необхідності поради щодо процесу навчання в ході особистих зустрічей з педагогами на консультаціях в інтерактивному режимі за допомогою інструментів сайту Персональних навчальних систем.

За результатами опитування «Задоволеність якістю ОП» 2022/23 навч. р. загалом якістю викладання задоволені 77,1 % респондентів, зокрема 77,4 % відмітили, що викладачі застосовують різноманітні форми, методи, технології навчання; 85,7 % зазначили можливість вибору тематики індивідуальних завдань, курсових, дипломних робіт тощо (<http://surl.li/leylk>). За результатами опитування «Навчальна дисципліна очима здобувачів» середня оцінка дисциплін ОП «Маркетинг» 2022/23 навч. р. складає 9,64 бала (за 10-бальною шкалою), відкриті відгуки щодо навчальних дисциплін і викладання є позитивними (<http://surl.li/leymu>).

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

Принципи академічної свободи є базовими для ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Університетська політика усіяко сприяє проявам ініціативи здобувачів, їх громадської свідомості та ініціює діяльність, спрямовану на розвиток професії маркетолога. Підтримка принципів академічної свободи представлена у Кодексі професійної етики (<https://www.hneu.edu.ua/kodeks/>), Положенні про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (<https://www.hneu.edu.ua/polozhennya-pro-konflikt-sytuatsij-u-hneu/>). Учасники навчального процесу вибирають ті форми та методи навчання, що враховують право на академічну свободу і повагу до рішень щодо тематики і методів здійснення науково-дослідної та практичної роботи, проведення маркетингових досліджень. Здобувачі обирають керівників кваліфікаційної роботи, форми роботи з керівником, здійснюють вибір змісту та сфери реалізації практичних завдань, мають право на академічну мобільність, право на вибір певних освітніх компонентів, вибору форми навчання, формуванням індивідуальних навчальних планів. Урахування принципів академічної свободи забезпечується участю в Науковому товаристві студентів, аспірантів, докторантів і молодих учених, наукових конкурсах і конференціях ім зараховують результати неформальної та інформальної освіти, що створює індивідуальну освітню траєкторію здобувача.

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 *

Учасники освітнього процесу на постійній основі мають змогу отримувати інформацію щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, особливостей ОП, вона представлена у відкритому доступі на сайті Університету

(<http://surl.li/leuqc>). Інформацію щодо змісту навчальної дисципліни та методів навчання можна знайти в інформаційних пакетах за посиланням: <http://surl.li/leuua>.

У силабусах і робочих програмах дисциплін зазначена коротка анотація, мета, обсяг курсу, очікувані результати навчання, критерії оцінювання освітньої діяльності здобувача (політика виставлення балів), звернено увагу на дотриманні академічної доброчесності в процесі виконання різних завдань самостійної роботи під час вивчення курсу.

До початку навчального процесу на сайті персональних навчальних систем (ПНС) (<https://pns.hneu.edu.ua/>) здобувачі вищої освіти можуть ознайомитися з робочим планом (технологічною картою) – РПТК кожної навчальної дисципліни, що показує принцип та порядок накопичення рейтингових балів за дисципліною із зазначенням контрольних заходів (згідно з робочою програмою). З переліком вибіркової складової освітнього процесу (<http://surl.li/fozmy>), графіком навчального процесу (<http://surl.li/leuup>), розкладом занять можна ознайомитись на сайті ПНС та сайті університету (<http://rozklad.hneu.edu.ua/schedule/selection.jsf>). Також інформацію щодо цілей, змісту, очікуваних результатів, критеріїв оцінювання контрольних завдань додатково роз'яснюють викладачі під час перших занять, індивідуальних консультацій.

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

Здобувачі другого (магістерського) рівня ВО за ОП «Маркетинг» беруть участь у науково-дослідній роботі, яка реалізується у формі наукового студентського гуртка «Маркетинг. Освіта. Лідерство» під керівництвом Лисиці Н.М. (<http://surl.li/lfhae>). У результаті роботи наукового гуртка його учасники поглиблюють теоретичні знання та отримують практичні навички здійснення наукових досліджень за чисельними напрямками в сфері маркетингу, освіти, окремих питань менеджменту та лідерства. Учасники гуртка та інші здобувачі працюють над підготовкою наукових статей до Молодіжного вісника ХНЕУ ім. С. Кузнеця, наукових робіт на всеукраїнські конкурси, приймають участь у конференціях. Крім того здобувачі ВО активно поєднують навчання і дослідження під час реалізації ОП. Результатом поєднання навчання і дослідження стали наступні наукові роботи: Гопко К.В. на тему «Удосконалення бренду підприємства в умовах діджиталізації», яка була нагороджена дипломом I ступеня у I етапі Всеукраїнського конкурсу студентських дипломних робіт другого (магістерського) рівня за спеціальністю «Маркетинг» (у 2021-2022 н.р. на базі університету); Таран К.О. на тему «Обґрунтування маркетингової стратегії підприємства», яка була нагороджена дипломом II ступеня у I етапі Всеукраїнського конкурсу студентських дипломних робіт другого (магістерського) рівня за спеціальністю «Маркетинг» (у 2021-2022 н.р. на базі університету), Попової К.С. на тему «Формування стратегії Інтернет-маркетингу підприємства», яка була нагороджена дипломом I ступеня у II етапі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за другим (магістерським) рівнем вищої освіти та інші роботи (2022-2023 н.р.).

Також поєднання навчання і дослідження під час реалізації ОП здійснюється здобувачами вищої освіти у формі підготовки наукових статей. В Університеті функціонує платформа для апробації студентських наукових статей – «Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця»). Так, наприклад: здобувачі Холодна Е.Г. «Визначення сучасних тенденцій гендерної політики та їх впливу на формування маркетингових стратегій при просуванні бренду» (керівник Гриневич Л.В.), Попова К.С. «Інструменти інтернет-маркетингу на ринку телекомунікаційних послуг» (керівник Ус М.І.); Походенко П.О. «Вплив інтернет-технологій на формування маркетингової комунікаційної політики» (керівник Ус М.І.), Калашник К.О. «Дослідження сутності маркетингової діяльності та її цифрового розвитку», Кириловський М.Ю. «Сучасні інтернет-технології у маркетингу», Нарватов С.П. «Діджиталізація маркетингу як стимул формування успішної комунікаційної політики підприємства» (керівник Лисиця Н.М.) та інші підготували наукові публікації (<http://surl.li/lfhbf>). НП підготовки здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» передбачає ОК1 «Методологія наукових досліджень», в рамках якої здобувачі проводять самостійні наукові та прикладні дослідження, що допомагає при створенні проекту наукової публікації.

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

Зміст ОП переглядається відповідно до «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти ХНЕУ ім. С. Кузнеця» п.2. Якість освітніх програм. Розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм (<https://is.gd/IqYYQL>) та Положенню про розроблення, затвердження, моніторинг, періодичний перегляд та оновлення освітніх програм у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (нова редакція) (<http://surl.li/aesek>). Викладачі, що входять до групи забезпечення ОП «Маркетинг» проводять моніторинг, який передбачає оцінювання: відповідності ОП і освітніх компонентів досягненням науки у відповідній галузі, тенденціям розвитку економіки і суспільства; врахування змін потреб здобувачів, роботодавців та інших стейкхолдерів.. Робоча група на чолі з гарантом ОП здійснює систематичний аналіз наукових публікацій, які висвітлюють напрямки розвитку маркетингової діяльності, проблеми розробки інноваційних продуктів та розробки креативних проєктів, впровадження сучасних креативних та цифрових технологій в сфері маркетингу, активно співпрацюють із закладами вищої освіти, стейкхолдерами ОП, академічною спільнотою. Процедура оновлення освітніх компонентів здійснюється з обов'язковим урахуванням наукових досягнень випускової кафедри, останніх публікацій викладачів.

Зміст навчальних дисциплін «Ведення ділових переговорів в маркетингу (англ. мова)», «Маркетингова аналітика», «Товарна інноваційна політика», оновлено завдяки публікації розділів монографії «Сучасний маркетинг у цифровому просторі» <http://surl.li/lfafy> (відповідно проф. Лисиця Н.М., доц. Ус М.І., проф. Холодний Г.О.). Оновленню освітніх компонентів ОП сприяло проходження викладачами стажування та підвищення кваліфікації, зокрема Гриневич Л.В. за програмою «Адаптивні методи навчання, світові тенденції та інноваційні практики у вищій освіті: європейський досвід» (Болгарія), Лисиця Н.М. на базі Baltic Research Institute of Transformation Economic Area Problems (Латвія) за програмою «Удосконалення викладання навчальних курсів на кафедрі маркетингу з використанням інноваційних освітніх технологій з урахуванням європейського досвіду», участь у вебінарах, науково-практичних конференціях тощо.

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

Навчання, викладання та наукові дослідження у межах ОП пов'язані із інтернаціоналізацією діяльності Університету, що регулюється Стратегією інтернаціоналізації на 2020-2027 рр. (<http://surl.li/lfboo>). Міжнародна академічна мобільність регулюється Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/aesav>). Всі учасники освітнього процесу (викладачі, здобувачі) залучаються до різноманітних форм міжнародної освітньої співпраці. Викладачі ОП публікують результати наукових досліджень у міжнародних виданнях Scopus та Web of Science; приймають участь у міжнародних стажуваннях за програмою підвищення кваліфікації: Л. Гриневич (Болгарія, Швеція), Н. Лисиця (Латвія), Котельникова Ю.М. (Польща, Німеччина), всі викладачі діляться досвідом під час методичних семінарів кафедри.

В Університеті проводиться Міжнародна наукова конференція "Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця" (<https://skced.hneu.edu.ua/>) за участі міжнародної академічної спільноти. Здобувачі активно долучаються до міжнародних заходів, лекцій іноземних викладачів, також мають змогу брати участь у програмах зовнішньої академічної мобільності.

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 навчальних дисциплін ОП визначені в Положенні «Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою». Контрольні заходи охоплюють поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських, лабораторних занять і оцінюється відповідно до критеріїв, які зазначені в робочій програмі навчальної дисципліни та технологічній карті (сайт ПНС); підсумковий контроль, що проводиться в письмовій формі семестрового екзамену відповідно до графіка навчального процесу (<http://surl.li/fqfdm>). Письмові роботи перевіряються відповідно до критеріїв оцінювання, які додаються до пакета екзаменаційних робіт та заздалегідь повідомляються здобувачам. Таким чином досягається прозорість оцінювання навчання. Об'єктом оцінювання знань здобувачів є програмний матеріал навчальної дисципліни, засвоєння якого перевіряється під час поточного контролю на практичних (семінарських), лабораторних заняттях, оцінювання самостійної роботи за складниками програми й оцінюється певною сумою набраних балів. Основним завданням поточного контролю є перевірка рівня підготовки здобувачів вищої освіти за визначеною темою, що проводиться у формах усного опитування, виступів студентів за конкретною проблематикою з творчими та аналітичними завданнями, в ході обговорення питань на семінарських заняттях, письмового експрес-контролю, проведення дискусій, розв'язання проблемних питань, проведення наукових конференцій, презентацій. Результати поточного контролю враховують активність здобувачів вищої освіти на практичних, семінарських, лабораторних заняттях, виконання здобувачами самостійної роботи, навчально-дослідних завдань, які передбачені робочою навчальною програмою дисципліни. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за системою ECTS, національною шкалою оцінювання та 100-бальною рейтинговою шкалою. Форми підсумкового (семестрового) контролю зазначено в ОП (екзамен або залік з урахуванням накопичених балів поточного контролю); форми контрольних заходів у межах навчальних дисциплін у РПНД та силабусах із зазначеними критеріями оцінювання визначають викладачі. Здобувачі, які брали участь у позанавчальній науковій діяльності (конференціях, олімпіадах), мають можливість отримати додаткові бали до поточного контролю. Крім того, існує можливість проходження курсів на платформах Coursera, Cisco та інших, успішне проходження з отриманням сертифікату, дозволяє зарахувати цей курс як визначене викладачем завдання навчальної дисципліни. Перелік курсів та відповідних освітніх компонентів зазначено на сайті кафедри (<http://surl.li/lfces>). Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання за кожною освітньою компонентою. Державна атестація здобувачів передбачена у формі публічного захисту (демонстрації) магістерської дипломної роботи в ЕК.

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

Оцінювання успішності навчання регулюється Положенням (<http://surl.li/lewxe>), включає форми поточного і семестрового контролю, згідно з РПНД, НП та ОП підготовки здобувачів. Порядок та критерії оцінювання містяться у РПНД та робочому плані. Контрольні заходи включають поточний, семестровий та підсумковий контроль знань. Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, лабораторних занять і оцінюється сумою набраних балів, має на меті перевірку знань та вмінь здобувачів. Семестровий контроль проводиться у формі іспиту чи заліку, визначених навчальним планом у терміни, передбачені графіком навчального процесу. Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання за кожною освітньою компонентою. Зарахування здобувачу освіти кредитів ЕКТС і присудження кваліфікації здійснюється за результатами захисту дипломної магістерської роботи. Прозорість та зрозумілість контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень визначаються робочою програмою за кожною дисципліною, де вказані форми та детально охарактеризовані критерії оцінювання здобувачів освіти. РП та силабуси дисциплін оприлюднені на сайті персональних навчальних систем (<https://pns.hneu.edu.ua/>), в репозитарії ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://www.repository.hneu.edu.ua/>) та сайті кафедри (<https://dom.hneu.edu.ua/osvitni-komponenty/>).

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 детально висвітлюється в силабусах, робочих програмах освітніх компонентів ОП, навчально-методичних матеріалах та рекомендаціях щодо виконання самостійної роботи та повідомляється здобувачам вищої освіти на першому занятті кожної навчальної дисципліни. Ця інформація відкрита й доступна для магістрантів упродовж семестру на сайті ПНС. Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/aesal>) та в умовах воєнного стану (<http://surl.li/gngao>) розробляються графіки проведення контролю навчальних досягнень здобувачів освіти за поданням деканатів, що затверджуються проректором з навчально-методичної роботи. Заліково-екзаменаційна сесія проводиться згідно з розкладом, який доводиться до відома викладачів і здобувачів освіти не пізніше, ніж за місяць до початку семестрового контролю та визначено Положенням про проведення письмових екзаменів (іспитів) у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/aesox>). здобувачі вищої освіти мають змогу ознайомитися з графіком екзаменаційної сесії на сайті факультету <https://dekmin.hneu.edu.ua/> Розклад занять розміщений на сайті університету (<http://surl.li/gknhc>). Підсумковому контролю передують консультації, про графік яких здобувачів інформують заздалегідь через сайт Персональних навчальних систем, месенджери, у друкованому вигляді, графіки розташовані на стендах біля кафедри.

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

Форми атестації ОП відповідають вимогам Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг. Згідно зі Стандартом в ОП визначено, що атестація здійснюється у формі публічного захисту дипломної роботи магістра. Дипломна робота передбачає самостійне розв'язання завдання у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Загальні механізми атестації здобувачів визначені положеннями «Про організацію освітнього процесу» (<http://surl.li/aesal>), «Про атестацію випускників» <http://surl.li/lfcy>, «Порядок проведення атестації здобувачів вищої освіти в Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця під час введення воєнного стану в Україні» <http://surl.li/fbара>. У положеннях деталізовано процедурний процес здійснення атестації випускників, порядок створення екзаменаційної комісії (ЕК); порядок перевірки дипломних магістерських робіт на плагіат; порядок визначення результатів та підбиття підсумків роботи екзаменаційної комісії. Вимоги до написання та процедуру оцінювання дипломної роботи описано в «Методичних рекомендаціях до написання дипломної роботи» (<http://surl.li/lfees>). Процедура захисту дипломних робіт здійснюється відкрито й публічно. Атестація осіб, які здобувають ступінь магістра, здійснюється ЕК, до складу якої входять представники академічної спільноти, роботодавців та їх об'єднань.

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

Загальна процедура проведення контрольних заходів регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/aesal>), Порядком проведення атестації здобувачів вищої освіти в умовах карантину в ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/bjyrs>), Порядком проведення екзаменаційної сесії в умовах карантину в ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/bjrzx>), Порядком проведення екзаменаційної сесії під час введення воєнного стану в Україні в ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/fbaov>), Порядком проведення атестації здобувачів вищої освіти в ХНЕУ ім. С. Кузнеця під час введення воєнного стану в Україні (<http://surl.li/fbара>). Процедура, форми і критерії оцінювання заходів поточного контролю з кожної дисципліни описані в РПНД, РПТК і силабусах. Доступність цієї інформації забезпечується завдяки сайту персональних навчальних систем (ПНС) Університету (<https://pns.hneu.edu.ua/>) та сайту кафедри (<http://surl.li/lfeho>). Контрольні заходи проводяться згідно графіку освітнього процесу (<http://surl.li/fqfdm>).

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

Згідно Порядку проведення екзаменаційної сесії під час введення воєнного стану в Україні в Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця (<http://surl.li/gngao>) викладач розміщує в системі ПНС екзаменаційні білети, що створені у відповідності до «Положення про організацію оцінювання результатів навчання та якості вищої освіти із застосуванням дистанційних технологій в Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця» та у зазначений розкладом час відкриває доступ здобувачам до екзаменаційних білетів в системі ПНС. Білет кожному здобувачеві формує система ПНС індивідуально. Здобувач вищої освіти повинен виконати екзаменаційну роботу в зазначений термін та зберегти результати екзамену (іспиту) у системі ПНС.

Запобігання та врегулювання конфлікту інтересів здійснюється згідно до Положення про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/bgmxm>). Прикладів застосування відповідних процедур на ОП не зафіксовано. Об'єктивністю оцінювання задоволені 85,7 % респондентів.

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

В університеті Порядок повторного проходження контрольних заходів регламентуються наступними документами: порядок допуску до перескладання заліку/іспиту визначено у п.3.19 Порядку оцінювання результатів навчання

здобувачів вищої освіти за накопичувальною бально-рейтинговою системою в ХНЕУ ім.С.Кузнеця» (<http://surl.li/bewqj>); ліквідація академічної заборгованості за навчальною дисципліною регламентується Порядком оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти за накопичувальною бально-рейтинговою системою в ХНЕУ ім.С.Кузнеця (<http://surl.li/lewxe>), згідно з якими: у випадку отримання менше 60 балів (під час семестрового контролю у формі диференційованого заліку) здобувач вищої освіти обов'язково добирає бали з поточної успішності після закінчення екзаменаційної сесії, у визначений деканом факультету термін. У випадку повторного накопичення менше 60 балів (2 спроба) декан факультету призначає комісію у складі 3 викладачів на чолі із завідувачем кафедри та визначає термін до накопичення балів, після чого приймається рішення відповідно до чинного законодавства; у випадку отримання менше 25 балів (під час семестрового контролю у формі екзамену (іспиту) здобувач вищої освіти має право на 2 спроби перескласти екзамен (іспит). Академічна заборгованість обов'язково ліквідується до початку навчального року.

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

Порядок оскарження контрольних заходів регулюється «Положенням про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену (іспиту)» (<http://surl.li/aesoy>). Згідно з положенням апеляція здобувача вищої освіти щодо оцінки рівня оволодіння компетентностями подається в деканат особисто в письмовій формі за зразком не пізніше наступного робочого дня після оголошення результатів екзамену (іспиту). Подана апеляція реєструється в спеціальному журналі секретарем апеляційної комісії. Апеляція має бути розглянута на засіданні апеляційної комісії впродовж двох робочих днів після її подання. За бажанням здобувача вищої освіти, що подав апеляцію, він може бути присутнім при розгляді своєї заяви. Додаткове опитування здобувача під час розгляду його роботи не допускається. Для уточнення окремих питань на засідання апеляційної комісії запрошуються завідувачі відповідних кафедр або викладачі відповідної навчальної дисципліни. За наслідками розгляду апеляції комісія приймає одне з двох рішень: «Отримана кількість балів (оцінка) з навчальної дисципліни відповідає рівню та якості виконаної роботи та не змінюється»; «Отримана кількість балів (оцінка) з навчальної дисципліни не відповідає рівню і якості виконаної роботи та збільшується на балів». Рішення апеляційної комісії є остаточними. Від започаткування ОП до сьогодні випадків застосування описаних процедур не було зафіксовано.

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

Академічна доброчесність здобувачів освіти регулюється відповідно до статті 42 Закону України «Про освіту», Інформаційними матеріалами з дотримання норм академічної доброчесності, які розміщені на сайті Університету, є «Кодекс академічної доброчесності ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<http://surl.li/bgmxx>), Положення про комісію з питань академічної доброчесності (<http://surl.li/bgmxy>), «План заходів з розвитку академічної доброчесності у ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<http://surl.li/fbajk>), Положення про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/bgmxm>). Згідно Наказу ректора «Про введення в дію декларацій про дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу» (<http://surl.li/bjufp>), підписуються декларації про дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<http://surl.li/bjufq>) та співробітниками (<http://surl.li/bjufy>). Результати опитування «Задоволеність якістю освітньої програми», у 2022/2023 н.р. показали, що на ОП 71,4% здобувачів ознайомлені із політикою університету щодо академічної доброчесності, а 85,7% розуміють наслідки за її порушення.

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

В якості технологічних рішень протидії порушенням академічної доброчесності (АДЧ) в Університеті запроваджено перевірку на унікальність рукописів дисертацій на здобуття наукових ступенів, монографій, підручників, навчальних посібників, робіт здобувачів з використанням антиплагіатного ПЗ StrikePlagiarism.com (ліцензійні договори з ТОВ «ПЛАГІАТ» №218-52 від 22.05.2019р.; №89-59 від 11.02.2020р., №32-52 від 27.01.2021р., №51-58 від 02.02.2022р., №105-57 від 04.04.2023р.). Регламент перевірки на унікальність академічних текстів здобувачів ВО та НПП ХНЕУ ім. С. Кузнеця навчально-методичним відділом (<http://surl.li/fufnq>); Регламент перевірки на унікальність рукописів (<http://surl.li/fufnx>). У 2014 р. створено єдину електронну базу кваліфікаційних робіт здобувачів з метою забезпечення можливості перевірки на унікальність усіх робіт. Попередньо наукові статті, НДП, курсові роботи, реферати та звіти з практики проходять перевірку через он-лайн системи антиплагіату, що знаходяться у вільному доступі. У ХНЕУ ім. С. Кузнеця створено дворівневу комісію з розгляду порушень АДЧ (<http://surl.li/fqhfq>), до складу якої входять НПП, виборні представники від Конференцій здобувачів ВО усіх рівнів (<http://surl.li/fbalx>). Щорічно проводиться опитування здобувачів та викладачів щодо провадження і дотримання АДЧ. ОП на пряму пов'язана з роботою з інформації та створення контенту, тому цьому питанню приділяється значна увага, а здобувачі активно залучаються до участі у заходах щодо популяризації академічної доброчесності (<http://surl.li/gquej>).

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

Для популяризації АДЧ Університет розробляє і використовує План заходів з розвитку академічної доброчесності у ХНЕУ ім. С. Кузнеця на 2022-2023 н.р. (<http://surl.li/fbajk>). Так, у 2022-2023 рр. відбулися наступні заходи: лютий 2022р. – онлайн-курси з підвищення кваліфікації для викладачів та працівників ХНЕУ ім. С. Кузнеця за темою «Академічна доброчесність: практика застосування» «Сутність і фундаментальні цінності академічної доброчесності»; 0 «Використання інтернет-ресурсів в академічному письмі»; «Технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності»; 16.04.2023 - вебінар для здобувачів вищої освіти «Дотримання принципів академічної доброчесності в освітньому процесі» (<http://surl.li/gakcq>), 26.04.2023 - вебінар «Дотримання

принципів академічної доброчесності в дипломних та курсових роботах студентів: практичні поради»; 20.06.2023 - вебінар для освітян «Штучний інтелект: заборонити не можна використовувати. Де поставити кому?».

Підтримується сторінка з академічної доброчесності на сайті ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<https://www.hneu.edu.ua/akademichnadobrochesnist/>), сторінка на Facebook «Академічна доброчесність ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<http://surl.li/fuftpw>). Керівники практик, кваліфікаційних дипломних робіт ознайомлюють здобувачів з принципами дотримання академічної доброчесності, положеннями та процедурами. Викладачами на початку навчання здобувачів магістерського рівня ВО прийнято проводити міні-лекції, бесіди з дотримання принципів АД.

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

У Кодексі академічної доброчесності (<http://surl.li/aesaw>) описано процедуру розгляду питання щодо порушення академічної доброчесності, яка містить декілька етапів: подання скарги здобувачем вищої освіти, розгляд скарги у відповідному до Положення порядку, підготовка звіту щодо поданої скарги. За порушення норм і правил академічної доброчесності в університеті передбачені такі засоби реагування для здобувачів: повторне проходження оцінювання; повторне проходження відповідного освітнього компонента ОП; відрахування із закладу освіти; позбавлення академічної стипендії; призначення додаткових контрольних заходів; усне чи письмове повідомлення юридичної або фізичної особи, яка здійснює оплату за навчання, про факт порушення. Додатково університет може застосовувати усне зауваження/попередження від науково-педагогічного працівника або уповноваженого представника адміністрації; зниження оцінки за виконання завдання; виключення з рейтингу претендентів на отримання академічної стипендії; позбавлення почесних звань, нагород, стипендій університету; позбавлення права голосу в колегіальних органах або обмеження права на участь у їх роботі на певний термін; позбавлення права брати участь у конкурсах на отримання фінансування наукових досліджень, стипендій, грантів тощо; відрахування чи звільнення. На ОП не були зареєстровані випадки академічної недоброчесності, які були б винесені на розгляд Комісії з питань академічної доброчесності.

6. Людські ресурси

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

Для викладання дисциплін на ОП залучено досвідчених фахівців, які мають науково-педагогічний й практичний досвід у галузі маркетингу. Конкурсний відбір викладачів є відкритим та прозорим та регламентується Положенням про порядок конкурсного відбору науково-педагогічних працівників ХНЕУ ім. С. Кузнеця та укладання з ними трудових договорів (контрактів) (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/09/Polozhennya-pro-poryadok-konkursnoho-vidboru-naukovo-pedahohichnykh-pratsivnykiv.pdf>) – базовим документом, у якому визначені вимоги до претендентів та порядок відбору на посади науково-педагогічних працівників в рамках ОП. Конкурсний відбір на посади передбачає перевірку відповідності викладачів пунктам 37 та 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності; ознайомлення з резюме щодо досвіду роботи, опублікованими науковими працями, даними про підвищення кваліфікації тощо. Перевагами у конкурсному відборі є поєднання науково-педагогічної та професійної діяльності, підвищення кваліфікації за спеціальністю «Маркетинг», професійний досвід у сфері маркетингу та маркетингових досліджень, наявність наукових та науково-популярних публікацій з проблематики маркетингу, участь у громадських обговореннях. Усі викладачі ОП працюють над постійним підвищенням свого професійного рівня, беруть участь у науково-практичних проєктах, є фахівцями у галузі маркетингу, мають кваліфікацію для викладання на цьому рівні освіти, наукові ступені та вчені звання.

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

Роботодавці залучені до організації та реалізації освітнього процесу через: проведення лекційних та практичних занять (к.е.н. Родіонов С.О., директор ДУ «ХАРКІВ-АРЕНА», на засадах сумісництва); залучення роботодавців для проведення 1-2 занять в межах окремих дисциплін протягом семестру; участь у Днях кар'єри; виступи на круглих столах, науково-практичних конференціях; рецензування ОП: на ОП «Маркетинг» надана рецензія роботодавця (Селезньова К.В. директор з маркетингу компанії MWDN Ltd); керування дипломними роботами (к.е.н., Родіонов С.О., директор ДУ «ХАРКІВ-АРЕНА»); керування практикою та стажуванням здобувачів вищої освіти.

Активність роботодавців в освітньому процесі зумовлюється: можливостями популяризації своїх компаній, установ, організацій серед здобувачів вищої освіти; зацікавленістю у залученні здобувачів вищої освіти та/або випускників до роботи за фахом у компаніях, установах, організаціях роботодавців. Інертність роботодавців іноді зумовлена напруженістю їхньої роботи і браком часу, волонтерським характером участі.

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

Професіонали-практики, експерти галузі, представники роботодавців активно залучаються до аудиторних занять на ОП:

за сумісництвом - Родіонов С.О. – Директор державної установ «ХАРКІВ-АРЕНА» викладає за сумісництвом здобувачам 1 року навчання другого (магістерського) рівня - ВК «Пошукова оптимізація»;

на тимчасовій основі - для проведення окремих занять протягом семестру:

відкрита лекція «Як помирити маркетолога та креативника» (лектор креативний директором КА Artiba Максом Бурцевим);

відкрита лекція «Про що варто поговорити під час війни?» (Михайло Крикунов, декан Київської Бізнес Школи)

відкрита лекція «Партнерство без меж (Nataliya Berbyuk Lindström. Associate professor (docent), University of Gothenburg, Sweden) відкрита лекція «Що за тигр цей маркетинг?» (Дмитро Гончаров, директор з маркетингу БГ «КРОН»);

онлайн тренінгу на тему: «Google Ads на практичних кейсах» (Івцький Ігор – PhD, Офіційний Google Partner, власник онлайн-школи Google Ads)

відкрита лекція «Бренд говорить» (yfxfkmybg департаменту маркетингових та цифрових комунікацій Еві Шупак); відкрита лекція «Маркетинг під час війни. Від власника до власного бренду» (засновник ТОВ «АМК «БУМЕРАНГ», ментор бізнес спільноти Board Дмитро Грицький) тренінг на тему: «Стойкість українського технологічного сектору під час війни: дослідження і реальність» (спікер Сергій Прокопенко, засновник медіаплатформи ТОВ «Гвара Медіа» (Gwara Media), дослідник Copenhagen Business School.

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

В університеті діє відділ післядипломної освіти (<https://www.hneu.edu.ua/pislyadyplomna-osvita/>), метою якого є збільшення та розширення можливостей для вдосконалення педагогічної майстерності та професійного зростання НПП. Основним напрямом роботи відділу є підвищення кваліфікації, проведення тренінгів, курсів, семінарів, майстер-класів та участь у проведенні незалежного міжнародного тестування щодо оцінювання рівня володіння діловою англійською мовою за системою ВЕС (<https://www.hneu.edu.ua/ves/>). Тематика Програм підвищення кваліфікації працівників університету є актуальною щодо вирішення стратегічних та поточних завдань ВО та розвитку університету (<https://www.hneu.edu.ua/pislyadyplomna-osvita/>). З метою безперервного професійного розвитку викладачі беруть участь у науково-дослідних роботах; Міжнародних, Всеукраїнських конференціях, публікують наукові статті у фахових виданнях, що входять до Scopus, Web of Science, інших наукометричних баз. Викладачі ОП залучені до міжнародних проектів, програм мобільності викладачів та студентів та проходили міжнародні стажування в країнах ЄС та в Україні: проф. Гриневич Л.В., проф. Лисиця Н.М., доц. Ус М.І., доц. Панчук А.С., доц. Котельникова Ю.М., доц. Родіонов С.О.

Задоволеність викладачів внутрішнім забезпеченням якості в університеті знаходиться на високому рівні - 95,2 % (середніми оцінками за питаннями анкети), зокрема умовами для професійного та педагогічного розвитку викладачів задоволені 89,0 %. (<https://www.hneu.edu.ua/opytuvannya-naukovo-pedagogichnyh-pratsivnykiv/>)

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Стимулювання викладацької майстерності здійснюється згідно з Положенням «Про преміювання науково-педагогічного, наукового, адміністративно-управлінського, навчально-допоміжного та обслуговуючого персоналу ХНЕУ ім. С. Кузнеця», що є додатком до Колективного договору ХНЕУ ім. С. Кузнеця (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/KOLEKTYVNYJ-DOGOVIR.pdf>). Преміювання здійснюється за рахунок економії фонду заробітної плати та відбувається у вигляді премій, встановлення надбавок або представлення до відзнак. За суттєві професійні здобутки викладачів нагороджують грамотами, подяками та Золотим знаком. Відзнаками та заохоченнями в університеті є також почесний знак «40 років в ХНЕУ ім. С. Кузнеця», преміювання перед відпусткою за рахунок фонду економії заробітної плати, надання права безкоштовного друкування та випуску статей у фахових збірниках ХНЕУ ім. С. Кузнеця, надання права на отримання пільгової щорічної путівки до санаторіїв та інших лікувальних й оздоровчих закладів України. В рамках стимулювання майстерності викладачів в університеті запроваджено рейтингове оцінювання науково-педагогічних працівників, кафедр, факультетів відповідно до Положення «Про рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників, кафедр і факультетів Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця» (<http://surl.li/eqdxe>). Викладач ОП к.е.н., доц. Ус М.І. в 2020-2022 р. зайняла високі місця в рейтингу за номінацією «Кандидат наук, доктор філософії, доцент» (<http://surl.li/bjvry>).

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

Продемонструйте, яким чином фінансові та матеріально-технічні ресурси (бібліотека, інша інфраструктура, обладнання тощо), а також навчально-методичне забезпечення ОП забезпечують досягнення визначених ОП цілей та програмних результатів навчання?

Фінансові, навчально-методичні та матеріально-технічні ресурси <http://surl.li/fkgug> забезпечення ХНЕУ ім. С. Кузнеця сприяють досягненню цілей та результатів навчання за освітньою програмою «Маркетинг».

Надання освітніх послуг здійснюється в обладнаних аудиторіях університету та які обладнані: проекторами, телевізорами, мультимедійними дошками. Весь університет обладнано бездротовим, вільним підключенням до мережі Інтернет. Здобувачі мають доступ до читальних залів бібліотеки університету, а також її онлайн-версії - цифрового репозитарію <http://surl.li/aeulo>

У зв'язку з введенням карантинних обмежень <http://surl.li/bjyrs>, воєнного стану в Україні <http://surl.li/fbapa>, освітній процес здійснюється в змішаному форматі з використанням технологій дистанційного навчання. Викладачі проводять заняття у синхронному та асинхронному режимах <http://surl.li/bgrqi>, з використанням засобів відеозв'язку ZOOM, а також Персонально навчальної системи Moodle <https://pns.hneu.edu.ua/> месенджерів, відеохостингу Youtube

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 креативних потреб молоді на базі ХНЕУ ім. С. Кузнеця функціонує ФабЛаб (фабрика-лабораторія) <http://surl.li/fkhmr>, на базі кафедри "Маркетингу" створена лабораторія маркетингу <http://surl.li/fkhoj>, формуванню лідерських якостей та організаторських здібностей сприяє діяльність Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених <http://surl.li/aesdz>, Первинної профспілкової організації студентів, аспірантів, докторантів <http://surl.li/fkhub>, та молодіжної організації <http://surl.li/fkhvk>. За розвиток творчих здібностей у студентської молоді, організації культурного дозвілля відповідальний молодіжний центр <http://surl.li/fkhwi>. Адміністрація університету, факультету та кафедри, а також проектні групи постійно проводять зустрічі (офлайн та онлайн) зі здобувачами для виявлення їхніх потреб та інтересів. Регулярні опитування, що здійснюються в університеті, вміщують запитання щодо освітнього середовища та підтримки здобувачів (<https://www.hneu.edu.ua/opytuvannya-studentiv/>). Функціонують телефон гарячої лінії університету, електронні поштові скриньки, телеграм канал університету, форми зворотного зв'язку <http://surl.li/fkics>, <https://www.hneu.edu.ua/vidkryta-liniya-zrobymo-osvitu-krashhe-razom/>

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

Усі навчальні приміщення університету відповідають будівельним та санітарним нормам, нормам з охорони праці та правилам пожежної безпеки. У всіх корпусах встановлені електронні турнікети, працює бюро перепусток. Всі здобувачі та викладачі мають картку-доступ за допомогою якої здійснюється вхід до ЗВО, а інформація про візит зберігається в базі даних. У загальних місцях та деяких лекційних приміщеннях встановлені відео-камери, які виведені на пульт охорони. Безпечність освітнього середовища забезпечується відділом охорони праці <http://surl.li/fkwxt> та експлуатаційно-технічним відділом <http://surl.li/fkwxt>.

Діє пункт охорони здоров'я <http://surl.li/aesy0>, який надає першу медичну допомогу, забезпечує щорічний медичний огляд, проводить профілактичні щеплення, а також здійснює безпечне проведення спортивних заходів, що проводяться у ФОК та інших спортивних залах університету. Функціонує соціально-психологічна служба університету <http://surl.li/aesyq>.

У період воєнного стану працює телефон довіри університетського психолога <https://www.hneu.edu.ua/sotsialno-psyhologichna-sluzhba-hneu-im-s-kuznetsya-2/> та сторінка у мережі Інстаграм <http://surl.li/fkxgt>.

Розроблені положення запобігання та протидії булінгу (цькування) <http://surl.li/bgsdb>, про політику запобігання, попередження та боротьбу з сексуальними домаганнями та дискримінацією <http://surl.li/aeszk>, про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій <http://surl.li/bgmtm>, положення про організацію інклюзивного навчання <http://surl.li/bgrzi>

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?

Стратегія розвитку ХНЕУ ім. С. Кузнеця на 2020-2027 н.р. <http://surl.li/ffqtd> забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку через реалізацію науково-технічних здобутків, упровадження педагогічних інновацій та індивідуально-орієнтованого підходу. Усі структурні підрозділи ЗВО підтримують здобувачів у процесі навчання: навчально-методичний відділ (розклад, графік освітнього процесу); кафедра (організація конференцій, семінарів); НДС (реалізація проектів наукового спрямування); відділ маркетингу та корпоративних комунікацій (сайт, соціальні мережі), сайт ПНС підтримує організацію освітнього процесу в умовах дистанційного навчання. Якість інформаційної підтримки досягається відкритим доступом до інформаційних ресурсів на сайті Університету <http://surl.li/gpsz0>. Персональна навчальна система (ПНС) <http://surl.li/bhdzd> є складовою частиною навчального процесу, має навчально методичне призначення, використовується для забезпечення навчальної діяльності студентів під час аудиторної та позааудиторної самостійної роботи та вважається одним із головних елементів інформаційно-освітнього середовища ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Під час воєнного стану ПНС стала основною платформою для навчання. Кожен студент, як денної, так і заочної форми навчання, повинен зареєструватися в системі, виконувати домашні та контрольні завдання, отримувати консультацію викладача. Консультативна підтримка досягається завдяки академічним консультаціям, кураторству, консультаціям психолога. В умовах дистанційної роботи активізовано канали у соціальних месенджерах (Viber, Telegram). Соціальна підтримка здобувачів освітнього процесу надається у формі стипендій, підтримки пільгового контингенту студентів. Первинна профспілкова організація Університету <http://surl.li/gptae> організовує подарунки для дітей здобувачів, матеріальну допомогу. За результатами опитування задоволеність здобувачів організацією освітнього процесу після початку війни становить 80,0 %, зокрема відмітили, що університет має потужні можливості для онлайн навчання і навчальні заняття в були проведені з використанням Zoom, ПНС 85,7 % респондентів; підтримку викладачів, деканатів, кафедр, відділів університету відмітили 71,4 %. Також університетом проводиться робота з реалізації політики гендерної рівності та недопущення дискримінації. Університетом розроблений та впроваджується План гендерної рівності (<https://bit.ly/3odZuEw>).

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)

Реалізація права на освіту особами з особливими освітніми потребами відображено у положенні про організацію

інклюзивного навчання <http://surl.li/bgrzi>, в університеті створені можливості для безперешкодного доступу в усі навчальні корпуси за допомогою пандусів, ліфтів. Розроблений гід з фото та відео <http://surl.li/aeszc>, а також проведено аналіз та розроблено технічний звіт щодо доступності та безперешкодності доступу для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення <http://surl.li/aeszd>. У кожному корпусі ХНЕУ ім. С. Кузнеця на вахті можна дізнатися контактний телефон чергової особи для супроводу осіб з інвалідністю та маломобільних груп населення; чергова особа допомагає вирішити проблеми, з якими особа з обмеженими фізичними можливостями звернулася до університету; після завершення відвідування чергова особа допомагає дістатися виходу з навчальних корпусів та впевнитися, що відвідувачам надано транспортні засоби. За ОП «Маркетинг» здобувачі з особливими потребами відсутні.

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?

Положення про запобігання та протидію булінгу (цькуванню) що регламентує запобігання насильства у навчальному процесі університету <http://surl.li/bgsdb>, та здійснюється шляхом реалізації наступних стратегій:

- інформування (план заходів, спрямованих на запобігання та протидію булінгу (цькуванню) в Університеті; порядок подання та розгляду заяв про випадки булінгу (цькування) в Університеті; порядок реагування на доведені випадки та відповідальність осіб, причетних до булінгу).
- діагностика (проводиться періодично в процесі моніторингу, зміст і засоби якого кожен структурний підрозділ Університету визначає самостійно відповідно до ситуації. Опитування учасників освітнього процесу проводяться анонімно.
- виховання (просвітницька робота, яку на факультетах здійснюють заступники деканів з виховної роботи та куратори академічних груп у процесі проведення виховних заходів)
- формування інтолерантності до насильства в навчальному процесі (університет навчає персонал навичкам ненасильницького спілкування у вигляді лекцій, тренінгів, практичних занять. В освітню програму включено профілактичні тренінги, психологічно-рольові ігри за темами протидії насильству у всіх його формах, толерантності, профілактики конфліктів та булінгу).

Запобігання, попередження та боротьбу з сексуальними домаганнями та дискримінацією <http://surl.li/aeszk>. Для реалізації Положення в Університеті діє постійно діюча Комісія з запобігання, попередження та боротьби із сексуальними домаганнями та дискримінацією. Конкретні дії Комісії залежать від характеру та тяжкості повідомлених дій та включають: втручання; медіацію; внутрішнє розслідування; ініціювання скарг та дисциплінарних процесів. При проведенні розслідування, кожна сторона має однакові можливості в рамках процесу, включаючи: можливість відповісти на звинувачення та назвати можливих свідків та надати докази. Університет розробив та регламентує наступні положення пов'язані з боротьбою з корупцією: Положення про Комісію з питань запобігання і виявлення корупції серед працівників <http://surl.li/bgsdx>, основними завданнями. Положення про Уповноваженого з питань запобігання корупції, затверджена Антикорупційна програма Університету на 2021-2023 роки <http://surl.li/aeszh>, згідно з якою працівники Університету у своїй роботі керуються принципом "нульової толерантності" до будь-яких проявів корупції. Оцінка корупційних ризиків проводиться систематично і у разі встановлення факту порушення положень Антикорупційної програми, проводиться внутрішнє розслідування.

Окрім цього, учасники освітнього процесу через телефон довіри та за допомогою електронної пошти можуть надіслати звернення з питань запобігання та виявлення корупції, дискримінації та/або булінгу, або сексуальних домагань, або порушень академічної доброчесності <http://surl.li/bgseb> та <http://surl.li/flden>

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

В Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП в університеті регулюються такими положеннями: «Про організацію освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/12/Polozhennya-pro-organizatsiyu-osvitnogo-protsesu-u-HNEU.pdf>); «Про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-pro-VZYaO-2018.pdf>); «Про розроблення, затвердження, моніторинг, періодичний перегляд та оновлення освітніх програм у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (нова редакція)» (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/Polozhennya-pro-OP.pdf>).

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

Перегляд ОП відбувається як реагування на результати періодичного моніторингу їх реалізації для удосконалення як всієї програми, так і її окремих компонент. Критерії, за якими відбувається перегляд ОП, формуються у результаті зворотного зв'язку із НПП, здобувачами вищої освіти і роботодавцями, і внаслідок прогнозування розвитку галузі та потреб суспільства. Процедура моніторингу ОП проводиться відповідно до Положення Про розроблення, затвердження, моніторинг, періодичний перегляд та оновлення освітніх програм у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (нова

редакція) (<http://surl.li/aesek>). Проект ОП розробляє робоча група, враховуючи аналіз рецензій, результатів анкетувань, пропозицій різних груп стейкхолдерів.

Проект оприлюднюється для публічного обговорення на сайті <https://www.hneu.edu.ua/gromadske-obgovorennya-osvitnih-program/>. До обговорення залучаються зовнішні та внутрішні стейкхолдери. Висловлені у рецензіях, під час опитувань та усних співбесід зауваження, побажання, пропозиції виносяться на розгляд робочої групи, обговорюються на засіданні кафедри і є підставою для оновлення ОП.

Робоча група брала до уваги: приписи Стандарту вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг; наказ Міністерства економіки України від 25.10.2021 р. №810-21 «Про затвердження Змін № 810-21 до національного класифікатора ДК 003:2010»; зміни у нормативній базі Університету; вимоги забезпечення конкурентоспроможності здобувачів на ринку освітніх послуг. Регулярність перегляду та оновлення ОП «Маркетинг» фіксується у протоколах засідань кафедри маркетингу. Так, під час перегляду освітньої програми були враховані пропозиції стейкхолдерів за результатами громадського обговорення: щодо зміни на англійській мові викладання обов'язкової освітньої компоненти ОК7 «Ведення ділових переговорів в маркетингу» в циклі професійної підготовки та актуалізації частини тем та питань за ОК1-ОК7. Так, у новій редакції ОП було: приведено ОП у повну відповідність до затвердженого СВО; оновлено контент та тематику ОК; актуалізовано структурно-логічну схему, тощо. Зазначені зміни обговорювалися на розширених засіданнях кафедри за участі здобувачів, роботодавців і випускників та ухвалювалися шляхом голосування (протокол №8 від 9.02.2023р.)

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

В Університеті створено та реалізують систему опитувань щодо забезпечення якості освіти. На сайті ПНС у межах кожного електронного курсу НД щосеместрово проводять опитування з якості навчальних дисциплін; для проведення інших опитувань використовують Google Forms. Опитування здійснюють з дотриманням вимог вибіркової сукупності, анонімно. Процедурі опитувань організовано таким чином: на початку навчального року відділ забезпечення якості освіти готує план проведення опитувань, який затверджують на засіданні Вченої ради (<http://surl.li/lgccz>). Відповідно плану, інформацію про терміни, тематику та строки опитувань доводять до здобувачів за підтримкою деканатів та кафедр, засобами прийнятих в університеті каналів зв'язку. Відділ обробляє результати опитувань, готує аналітичні звіти, інформаційні довідки, рекомендації до аналізу результатів, які надає гарантам ОП, завідувачам кафедр, деканам факультетів, керівництву університету; загальні результати опитувань оприлюднює на сайті університету (<http://surl.li/aesax>). Результати опитувань розглядають на засіданнях робочих груп та кафедри з прийняттям рішень щодо заходів покращення якості освіти за ОП, врахування зауважень та пропозицій здобувачів. Здобувачі залучені до процесу періодичного перегляду ОП у складі робочої групи. Також здобувачі можуть надати пропозиції щодо оновлення ОП під час громадського обговорення ОП. Так здобувачка Лобас А.Д. запропонували переглянути тематику ОК3 «Менеджмент якості». Пропозицію було враховано.

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

Відповідно до п. 2.3 «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця» розроблення ОП для кожного освітнього ступеня та спеціальності здійснюється робочими групами, до складу яких входять провідні НПП із залученням представників ринку праці, студентського самоврядування. Свою діяльність Самоврядування в ХНЕУ ім. С. Кузнеця здійснює відповідно до «Положення про студентське самоврядування ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<https://bit.ly/3tQUS4h>). Це положення забезпечує захист прав та інтересів здобувачів щодо задоволення їхніх потреб у сфері навчання; спрямований на поліпшення умов та якості навчання; здобувачі вносять пропозиції щодо контролю за якістю освітнього процесу, беруть участь у вирішенні конфліктних ситуацій, що виникають між здобувачами та представниками ЗВО (<http://bit.ly/2V8lxLj>). Представники студентського самоврядування активно беруть участь у перегляді освітніх програм, оскільки входять до складу робочих груп освітніх програм, вченої ради факультету, долучаються до громадських обговорень освітніх програм (<http://surl.li/aetab>). На сайті університету в розділі «Якість освіти» є вкладка для зворотного зв'язку «Відкрита лінія «Зробимо освіту краще разом»» (<http://surl.li/aeuui>). На цій сторінці здобувачі можуть анонімно залишити свої повідомлення щодо питань забезпечення якості освіти. Також здобувачі приймають активну участь в обговоренні ОП. Свої пропозиції вони надають під час проходження громадського обговорення.

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

Кафедра маркетингу активно співпрацює з роботодавцями, зокрема БГ КРОН, ПрАТ «Новий стиль», ТОВ «Г'вара Медіа», ДУ «ХАРКІВ-АРЕНА», компанії MWDN Ltd, компанія DataArt, компанія Chameleon Soft (CHM software), креативне агентство ТОВ «АМК «БУМЕРАНГ», ГО «Український фешен кластер» (Ukrainian Fashion Cluster), «Promodo». Протягом усього навчання здобувачі та викладачі кафедри регулярно спілкуються з роботодавцями на зустрічах та загальноуніверситетських заходах: Digital Vesna, Дні кар'єри тощо.

Так, в 2022-2023 навчальному році до рецензування ОП було залучено представників компанії: MWDN Ltd, ТОВ «Г'вара Медіа». До рецензування програми відкритих засідань робочих груп, до складу робочих груп залучено представників ТОВ «ВФ «ПОЛІМЕР».

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

працевлаштування випусників ОП

Загалом збирання та узагальнення інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випусників ОП здійснюється відділом «Лабораторія кар'єри ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<http://job.hneu.edu.ua/>). «Лабораторією кар'єри» також здійснює моніторингові дослідження щодо працевлаштування випусників. Випусники залучаються до участі в наукових заходах, тренінгах, практичних заняттях. На випусковій кафедрі ведеться планомірна постійна робота з питань працевлаштування випусників та створення умов для вступу випусників в магістратуру, а згодом магістрів й до аспірантури.

За ініціативою здобувачів вищої освіти з метою допомоги при працевлаштуванні та професійної орієнтації кафедра проводить зустрічі з випусниками на яких відбувається спілкування зі здобувачам молодших курсів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. На кафедрі проводяться зустрічі з випусниками, де збирається інформація щодо кар'єрного зростання, особливостей реалізації в професії, останніх тенденцій на ринку праці (<https://dom.hneu.edu.ua/vypusknyku/>). Випусники ОП Маркетинг залучені до роботи за фахом у таких компаніях як: ПП «СПС», ТОВ «ВЕБПРОМО», ПП «Автовін», Компанія «Promodo», Компанія MWDN Ltd та інші.

Які недоліки в ОП та/або освітній діяльності з реалізації ОП були виявлені у ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості за час її реалізації? Яким чином система забезпечення якості ЗВО відреагувала на ці недоліки?

Відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця, результати моніторингу якості освітньої діяльності суб'єктів освітнього процесу на різних рівнях управління (університету, факультетів, кафедр, викладача) визначають відхилення фактичних значень від планових, що є підставою для здійснення самооцінки та прийняття відповідних управлінських рішень щодо забезпечення якості освітньої діяльності.

Аналіз результатів освітньої діяльності ХНЕУ ім. С. Кузнеця, перелік та характеристика вжитих заходів щодо удосконалення системи забезпечення якості висвітлюється у звітах ректора та оприлюднюється на сайті університету (<https://www.hneu.edu.ua/zvity-rektora/>). Щорічно проводиться опитування здобувачів щодо задоволеності якістю освітньої програми. За результатами опитування рівень задоволеності якістю ОП «Маркетинг» складає 74,4%. Під час здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості було виявлено недостатню задоволеність здобувачів вищої освіти щодо суперечливої ситуації щодо оцінювання завдань протягом семестру, задоволеність складала 57,1%. У зв'язку з цим зі здобувачами були проведені зустрічі та роз'яснювальна робота робочої групи ОП «Маркетинг» та викладачами кафедри щодо ознайомлення з Положеннями університету та існуючими правами здобувачі, організації оцінювання. Здобувачі були запрошені на засідання робочої групи ОП, де висловили свої пропозиції щодо перегляду деяких методів оцінювання та викладання обов'язкових компонент ОП. За пропозиціями здобувачів прийнято рішення переглянути методи оцінювання і викладання і внести відповідні зміни до РПНД та робочих планів за ОК 2023-2024 н.р.

Крім того, в процесі опитування було виявлено низький відсоток доступу серед здобувачів до інформації та можливість взяти участь у вивченні навчальних дисциплін на платформах Coursera, Cisco тощо. Викладачами кафедри було ознайомлено здобувачів щодо можливостей неформальної освіти в межах їх дисциплін. Перелік курсів з подальшим визнанням результатів навчання, отриманих у неформальній освіті оприлюднено на сайті кафедри <https://dom.hneu.edu.ua/neformalna-osvita/> Також за результатами опитування було виявлено, що значна кількість здобувачів не знає, що в університеті є можливість дістати консультацію практичного психолога (57,1 % респондентів). Виходячи з цього, було проведено зустріч представника соціально-психологічної служби ХНЕУ ім. С. Кузнеця зі здобувачами щодо надання інформації про існуючі можливості соціально-психологічного забезпечення освітнього процесу та отримання психологічної консультації.

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

ОП Маркетинг акредитується вперше

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

Учасники академічної спільноти університету залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості через участь у розробленні, реалізації ОП, участь у процедурах моніторингу та самооцінки результатів навчання здобувачів та проведення заходів щодо їх покращення. Розгляд та прийняття пропозицій/рішень/заходів з питань щодо забезпечення якості ОП регулярно здійснюється на засіданнях кафедри, вчених радах факультетів, вченій раді університету. Залученість академічної спільноти до процедур забезпечення якості освіти здійснюється шляхом проведення опитувань за допомогою Google анкет, Громадського обговорення освітніх програм (<http://surl.li/aetab>), а також на сайті кафедри інформатики та комп'ютерної техніки.

Учась НПП в опитуванні щодо задоволеності забезпечення якості освіти надає можливість надати зворотний зв'язок та пропозиції щодо покращення системи внутрішнього забезпечення якості на інституційному рівні. Опитування викладачів 2022-2023 н.р (<http://surl.li/jzjfs>) показало, що середня задоволеність складає 88,9%. Високими показниками є: «інформаційно-технічне забезпечення (89,9%), академічна доброчесність в університеті (96,3); найменшими - умови для професійного і педагогічного розвитку викладачів (89%). Найбільша кількість відгуків стосувалось питань технічного вдосконалення роботи сайту персональних навчальних систем, покращення системи документообігу в університеті, розширення можливостей академічної мобільності, що стало предметом подальшої роботи.

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

Здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця знаходиться в зоні відповідальності таких керівників та підрозділів Університету: ректор, проректор з навчально-методичної роботи, гарант ОП, випускова кафедра, навчально-методичний відділ, НДС, відділ міжнародних зв'язків, відділ електронних засобів навчання, відділ працевлаштування здобувачів та взаємодії з бізнес-структурами, бібліотека, вчені ради факультету та Університету. Розподіл функціональних обов'язків, повноважень та прав цих підрозділів викладений у відповідних Положеннях, які розміщені на сайті ЗВО (<https://www.hneu.edu.ua/dokumenty-universytetu/>).

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?

В Харківському національному економічному університеті імені Семена Кузнеця процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП в університеті регулюються такими положеннями: «Про організацію освітнього процесу у ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<https://www.hneu.edu.ua/wpcontent/uploads/2020/12/Polozhennya-pro-organizatsiyu-osvitnogo-protsesu-u-HNEU.pdf>); «Про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ХНЕУ ім. С. Кузнеця» (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-pro-VZYaO-2018.pdf>); «Про розроблення, затвердження, моніторинг, періодичний перегляд та оновлення освітніх програм у ХНЕУ ім. С. Кузнеця (нова редакція)» (<https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/Polozhennya-pro-OP.pdf>).

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

З метою отримання зауважень та пропозицій від зацікавлених сторін (стейкхолдерів) на сайті університету в розділі «Якість освіти» є вкладка «Громадське обговорення освітніх програм» (<https://www.hneu.edu.ua/gromadskeobgovorennya-osvitnih-program/>), у якій усі бажаючі мають можливість залишити свої зауваження та побажання. Тут же відображені результати цих обговорень. Також через сайт університету, соціальні мережі (Фейсбук, Інстаграм) відбувається інформування академічної спільноти про таку можливість (<http://surl.li/aetab>).

Для оперативного реагування на діяльність системи забезпечення якості освіти в університеті, створена Відкрита лінія “Зробимо освіту краще разом!”. Свої питання, зауваження, пропозиції або побажання всі бажаючі можуть залишити за посиланням <https://forms.gle/cFTdWsgjReaEo7dY9> або надіслати їх на поштову скриньку qa@hneu.net.

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

Усі редакції ОП для другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю розміщені на офіційному сайті університета за посиланням: <https://www.hneu.edu.ua/osvitni-programy-hneu-im-s-kuznetsya/>.

ОП «Маркетинг» редакції 2023 року оприлюднено за посиланням <http://surl.li/ercap>, а також на сайті кафедри <http://surl.li/lfhnf>.

На сторінці «Інформаційний пакет» університету <https://www.hneu.edu.ua/informatsijnyj-paket/> міститься вкладка «Структура освітньої програми в кредитах ЄКТС та силабуси освітніх компонент», у якій розміщений «Інформаційний пакет освітньої програми» <http://surl.li/leyua>. На сайті кафедри представлений інформаційний пакет за посиланням <http://surl.li/lfeho>

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильними сторонами освітньої програми є такі:

розроблена ОП має чітко сформульовану мету, яка відповідає місії та стратегії ЗВО та запитам регіонального ринку праці;

навчання за ОП передбачає практичну підготовку магістрів, що дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності; зміст ОП має чітку структуру; врахування тенденцій розвитку спеціальності та аналізу ринку праці; існування та дієвість процедури вибору навчальних дисциплін; форми та методи навчання і викладання за розробленою ОП дають можливість досягти заявлених в освітній програмі цілей і програмних результатів навчання.

Колектив кафедри маркетингу наполегливо працює над розширенням видів і результатів професійної діяльності

відповідно до ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Викладачі планово проходять підвищення кваліфікації, публікують монографії у вітчизняних і закордонних виданнях, наукові праці, зокрема індексовані у НМБД Scopus, Web of sciences.

П'ять викладачів кафедри маркетингу – члени Української Асоціації Маркетингу. НПП готують до друку праці у фахових виданнях, опублікували роботи за профілем дисциплін, які вони викладають. Викладачі кафедри маркетингу успішно проходять закордонні стажування. Також важливим є наявність у викладачів практичного досвіду в маркетингу. Слабкими сторонами ОП є: потребують посилення заходи з інтернаціоналізації освітнього процесу, організації зовнішньої мобільності студентів, стажування викладачів в провідних іноземних університетах.

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

До перспектив розвитку ОП відноситься наступне:

- Збільшити коло професіоналів-іноземців, що працюють на ОП в рамках неформальної освіти, а також на практичних заняттях, на проведення майстер-класів та тренінгів.
- Сприяти розповсюдженню розуміння та дотримання основ академічної доброчесності.
- Розвивати та поглиблювати програми мобільності для викладачів і співробітників ЗВО з метою стажування та викладання в Університетах-партнерах.
- Посилити залучення здобувачів вищої освіти до програм академічної мобільності.
- Введення програми подвійних дипломів.
- Залучити представників зарубіжних Університетів-партнерів до рецензування і вдосконалення ОП.

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: Пономаренко Володимир Степанович

Дата: 18.09.2023 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	
ОК 1. Методологія наукових досліджень	навчальна дисципліна	<i>OK1_Методологія наукових досліджень.pdf</i>	d17eNIGnTsEi9opVF G8Su2o4pt3APzZM UoFFsoKsJbQ=	Засоби дистанційного навчання: Сайт персональних навчальних систем: https://pns.hneu.edu.ua Бібліотека: http://library.hneu.edu.ua Репозитарій: http://www.repository.hneu.edu.ua Хмарна платформа для проведення онлайн відео-конференцій і відео вебінарів у форматі високої чіткості ZOOM: https://zoom.us/
ОК 2. Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>OK2_Стратегічний маркетинг.pdf</i>	R8p7Qg/ML7sG+rY BQQ12t7I/JOiDl24of sqKStvRIEo=	Засоби дистанційного навчання: Сайт персональних навчальних систем: https://pns.hneu.edu.ua Бібліотека: http://library.hneu.edu.ua Репозитарій: http://www.repository.hneu.edu.ua Хмарна платформа для проведення онлайн відео-конференцій і відео вебінарів у форматі високої чіткості ZOOM: https://zoom.us/
ОК 3. Менеджмент якості	навчальна дисципліна	<i>OK3_Менеджмент якості.pdf</i>	OsxbAtFj/wSuqzqiTS QgG7i6ZLCMRq4TX eovOVafjuc=	Засоби дистанційного навчання: Сайт персональних навчальних систем: https://pns.hneu.edu.ua Бібліотека: http://library.hneu.edu.ua Репозитарій: http://www.repository.hneu.edu.ua Хмарна платформа для проведення онлайн відео-конференцій і відео вебінарів у форматі високої чіткості ZOOM: https://zoom.us/
ОК 4. Маркетингова аналітика	навчальна дисципліна	<i>OK4_Маркетингова аналітика.pdf</i>	WWEtdyL/x3Ntx9f6 +IffwdcoHUAcNGdo zDEHlJ/LEoE=	Засоби дистанційного навчання: Сайт персональних навчальних систем: https://pns.hneu.edu.ua Бібліотека: http://library.hneu.edu.ua Репозитарій: http://www.repository.hneu.edu.ua Хмарна платформа для проведення онлайн відео-конференцій і відео вебінарів у форматі високої чіткості ZOOM: https://zoom.us/
ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	навчальна дисципліна	<i>OK5_Бізнес-планування в маркетинговій діяльності.pdf</i>	fYg//zvukZjSzIk/vW FEA4rZNgZDisKZk7I ZZimVIIIE=	Засоби дистанційного навчання: Сайт персональних навчальних систем: https://pns.hneu.edu.ua Бібліотека: http://library.hneu.edu.ua Репозитарій: http://www.repository.hneu.edu.ua Хмарна платформа для проведення онлайн відео-конференцій і відео вебінарів у форматі високої чіткості ZOOM: https://zoom.us/

ОК 6. Товарна інноваційна політика	навчальна дисципліна	<i>ОК6_Товарна інноваційна політика.pdf</i>	FJcMUdxI6YlShMzjjTU/46ciwTSX6luB2o+z2hOiNo=	Засоби дистанційного навчання: Сайт персональних навчальних систем: https://pns.hneu.edu.ua Бібліотека: http://library.hneu.edu.ua Репозитарій: http://www.repository.hneu.edu.ua Хмарна платформа для проведення онлайн відео-конференцій і відео вебінарів у форматі високої чіткості ZOOM: https://zoom.us/
ОК 7. Ведення ділових переговорів в маркетингу (англійською мовою)	навчальна дисципліна	<i>ОК7_Ведення ділових переговорів в маркетингу (англійською мовою).pdf</i>	JveSmOe4XvINGDECczjRSaVRWQwxT/7ElC1uvowAzE=	Засоби дистанційного навчання: Сайт персональних навчальних систем: https://pns.hneu.edu.ua Бібліотека: http://library.hneu.edu.ua Репозитарій: http://www.repository.hneu.edu.ua Хмарна платформа для проведення онлайн відео-конференцій і відео вебінарів у форматі високої чіткості ZOOM: https://zoom.us/
ОК 8. Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)	навчальна дисципліна	<i>ОК8_Комплексний тренінг_Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою).pdf</i>	eohHGLxwGV+ugro54Y8Np4XXtCf9mB9YqaH3mnp7eTM=	Засоби дистанційного навчання: Сайт персональних навчальних систем: https://pns.hneu.edu.ua Бібліотека: http://library.hneu.edu.ua Репозитарій: http://www.repository.hneu.edu.ua Хмарна платформа для проведення онлайн відео-конференцій і відео вебінарів у форматі високої чіткості ZOOM: https://zoom.us/
ОК 9. Переддипломна практика	практика	<i>ОК9_Переддипломна практика.pdf</i>	u5kMrikPeGnioouR318pLeLpjzmGDO/3ZdlDqKG2Og=	Засоби дистанційного навчання: Сайт персональних навчальних систем: https://pns.hneu.edu.ua Бібліотека: http://library.hneu.edu.ua Репозитарій: http://www.repository.hneu.edu.ua Хмарна платформа для проведення онлайн відео-конференцій і відео вебінарів у форматі високої чіткості ZOOM: https://zoom.us/
ОК 10. Дипломна робота	підсумкова атестація	<i>ОК10_Дипломна робота.pdf</i>	jCCX0oOUIcwh61hSmF5vpz3pV/v6/imWiN/f77EWKsc=	Засоби дистанційного навчання: Сайт персональних навчальних систем: https://pns.hneu.edu.ua Бібліотека: http://library.hneu.edu.ua Репозитарій: http://www.repository.hneu.edu.ua Хмарна платформа для проведення онлайн відео-конференцій і відео вебінарів у форматі високої чіткості ZOOM: https://zoom.us/

* 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
135787	Красноносова Олена Миколаївна	Доцент 0,25 ст., Сумісництво	Факультет менеджменту і маркетингу	Диплом спеціаліста, Харківський інженерно-економічний інститут, рік закінчення: 1986, спеціальність: Організація та нормування праці, Диплом кандидата наук ДК 007817, виданий 20.09.2000, Атестат доцента ДЦ 007596, виданий 17.04.2003	25	ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	<p>Відповідає пп 1,6,7,8,14,20 пЗР Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>Основні публікації за освітнім компонентом:</p> <p>1. Nadiia Antypenko, Wang Dongcheng, Zhanna Lysenko, Olena Krasnonosova, Liudmyla Grynevych. Directions of the Activation of the Development of a Small Innovative Enterprise. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, VOL.21 No.12, December 2021. https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.12.69</p> <p>2. Кондратенко Н.О., Оболенцева Л.В., Чечетова Н.Ф., Красноносова О.М. Теоретико-методичні основи стратегічного планування розвитку регіонів України. 2022. Проблеми економіки. № 2. С. 93-99. URL: https://www.problecon.com/search/?qu=%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0&x=4&y=11 DOI: https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-2-93-99</p> <p>3. Borovyk M., Novikova M., Kozyrieva O., Krasnonosova O., Volkova M. INFORMATION AND COMMUNICATION SUPPORT OF QUALITY MANAGEMENT DECISIONS // FINANCIAL AND CREDIT ACTIVITIES: PROBLEMS OF THEORY AND PRACTICE. – 2021. – 5(40). – P. 127–134. – Режим доступу: https://doi.org/10.18371/fcaptr.v5i40.244913 (Web of Science) (1,5 ум.др.арк./0,3 ум.др.арк. власного внеску).</p> <p>4. Іванов Ю. Б., Красноносова О. М.,</p>

						<p>Полякова О. Ю., Тур О. В. Формування інструментарію стимулювання розвитку малого бізнесу в Україні 2021. Проблеми Економіки. №4. С. 21 – 28 DOI: https://doi.org/10.32983/2222-0712-2021-4-21-28</p> <p>5. Красносова О.М., Пономаренко Є.В., Харченко Р.В. Теорія та практика вибору перспективних напрямів розвитку малого бізнесу в Україні та світі. 2021. Бізнес Інформ. № 11. С. 281-286. URL: https://www.business-inform.net/search/?qu=%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0&x=6&y=6 https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-11-281-286</p> <p>6. Красносова О.М., Харченко Р.В. Визначення сутності та змісту поняття малого бізнесу. Defining the essence and content of the concept of small business. 2020. Бізнес Інформ. № 12. (фахове, категорія Б) Режим доступу: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-12-293-301 (0,48 ум. др. арк./0,24 ум. др. арк. власного внеску)</p>	
59362	Котельников а Юлія Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки і права	<p>Диплом бакалавра, Харківський державний економічний університет, рік закінчення: 2002, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництва, Диплом магістра, Харківський державний економічний університет, рік закінчення: 2003, спеціальність: 050101 Економічна теорія, Диплом кандидата наук ДК 060761, виданий 29.06.2021</p>	19	<p>ОК 8. Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)</p>	<p>Відповідає пп 1,3,4,5,8,13,14 п38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>Основні публікації за освітнім компонентом: 1. Котельникова Ю. М. Міжкультурні особливості в процесі управлінських комунікацій / К. В. Кривобок, Ю. М. Котельникова, І. О. Кінас. 2023. № 1-2. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. С. 18 - 24. URL: http://apie.org.ua/uk (0,57 ум. друк. арк. / 0,19 друк. арк. власного внеску) 2. Котельникова Ю.М. Можливості проєктного фінансування у відбудові економіки України: аналіз світового досвіду</p>

						<p>/ Ю. І. Головня, О. В. Писарчук, Ю.М. Котельникова. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2023. №37. 482 – 489. URL: https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/874</p> <p>3. Котельникова Ю. М. Проблеми розвитку крос-культурного менеджменту в міжнародному бізнесі / К. В. Кривобок, О. А. Канова, Ю. М. Котельникова // Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Том 8. № 1. С. 202 – 207. DOI: https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-1-29 (0,49 ум. друк. арк. / 0,16 друк. арк. власного внеску)</p> <p>4. Котельникова Ю. М. Цифровий маркетинг: регіональні та глобальні виміри у повоєнному періоді / Ю. М. Котельникова, Д. О. Дідик, В. В. Хороших, Н. А. Дубовик // Академічні візії. 2023. № 23. URL: https://academy-vision.org/index.php/article/view/548/504 (0,92 ум. друк. арк. / 0,23 ум. друк. арк. власного внеску)</p> <p>5. Kotelnikova Yu. Organizational measures for the development of the digital economy and digitalization of enterprises. Perfect Publishing, Toronto, Canada. 2023. Pp. 501-504. URL: https://sci-conf.com.ua/viii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-scientific-research-in-the-modern-world-1-3-06-2023-toronto-kanada-arhiv/ (0,15 ум. друк. арк.)</p> <p>6. Котельникова Ю. М. Підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах цифровізації. Innovation and Sustainability. 2022. № 4. С.101-108. URL: https://doi.org/10.31649/ins.2022.4.101.108 (0,5 ум. друк. арк.)</p>	
26867	Лисиця Надія Михайлівна	Професор, Основне місце	Факультет менеджменту і маркетингу	Диплом спеціаліста, Харківський	45	ОК 7. Ведення ділових переговорів в	Відповідає пп 1,3,4,7,8,12,13,14,19 пЗ8 Ліцензійних умов

		роботи		<p>державний університет ім. О.М. Горького, рік закінчення: 1975, спеціальність: Англійська мова та література, Диплом доктора наук ДД 000960, виданий 08.12.1999, Диплом кандидата наук ФЛ 006112, виданий 25.05.1983, Атестація доцента ДЦ 095302, виданий 26.11.1986, Атестація професора ПР 012814, виданий 29.01.1992</p>	маркетингу (англійською мовою)	<p>провадження освітньої діяльності</p> <p>Основні публікації за освітнім компонентом:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nadiia Lysytsia. Prospects for Innovations in Marketing of Economic Educational Services in Ukraine // Nadiia Lysytsia, Maryna Martynenko, Tamara Prytychenko, Oleksandra Gron, Maryna Us. // ENTREPRENEURSHIP AND SUSTAINABILITY ISSUES. – 2019. – Volume 6. – Number 4 (June). – P. 1771 – 1783. (1 ум. др. арк. / 0,2 ум. др. арк. власного внеску) (Scopus, Web of Science) http://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.1(25) 2. Nadiia Lysytsia. Differentiation of employers as potential partners of higher educational institutions / Nadiia Lysytsia, Maryna Martynenko, Tamara Prytychenko, Oleksandra Gron, Inna Liakh // Economics of Development. – 2019. – Volume 18. – Issue 2. – P. 29-40. (1 ум. друк. арк. / 0/2 ум. друк. арк. власного внеску) (Copernicus) https://businessperspectives.org/author/nadiia-lysytsia (фахове, категорія Б) 3. Nadiia Lysytsia. Directions of social partnership of employers and universities in the sphere of economic education in Ukraine // Nadiia Lysytsia, Maryna Martynenko, Nadiia Bielikova, Oleksandra Gron, Maryna Us. // ENTREPRENEURSHIP AND SUSTAINABILITY ISSUES. – 2019. – Volume 7. – Number 1 (September). – P. 336 – 352. (1,25 ум. др. арк. / 0,25 ум. др. арк. власного внеску) (Scopus, Web of Science) http://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.1(25) 4. Lysytsia N. Marketing and education: directions of distance learning development / Lysytsia N., Byelikova Y., Martynenko M.,
--	--	--------	--	--	--------------------------------	---

							Prytychenko T. // Economics of Development. . - 2021.- v. 20, issue 1, p. 1 – 10. 5. Nadiia Lysytsia , Yuliya Byelikova Development of Marketing of Educational Services Based on Application of Netiquette Principles in Distance Learning // Development Management, Vol. 20, No. 1. 2022, pp.25-34.
171971	Гриневич Людмила Володимирівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Факультет менеджменту і маркетингу	Диплом спеціаліста, Харківський державний економічний університет, рік закінчення: 1998, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом доктора наук ДД 008170, виданий 05.03.2019, Диплом кандидата наук ДК 018093, виданий 09.04.2003, Атестат доцента 12/ДЦ 018922, виданий 18.04.2008, Атестат професора АП 004084, виданий 06.06.2022	24	ОК 1. Методологія наукових досліджень	Відповідає пп 1,5,8,10,12,19 пЗ8 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності Основні публікації за освітнім компонентом: 1. Grynevych L. The Role of Higher Education in the Digital Economy Development / Kholiavko, N., Popelo, O., Melnychenko, A., Derhaliuk, M. / Revista Tempos E Espaços Em Educação, 2022, 15(34), e16773. https://doi.org/10.20952/revtee.v15i34.16773 2. Гриневич Л. В. Наукові аспекти цілепокладання регіонального розвитку як складової територіального брендингу / Н. В. Белікова, Л. В. Гриневич, М. Л. Беккер // Бізнес Інформ, 2021, №1, С. 327 – 333. Режим доступу: file:///C:/Users/Do%94Do%BE%Do%BC/Ddownloads/business-inform-2021-1_0-pages-327_333.pdf DOI: 2222-4459-2021-1-327-333 3. Гриневич Л. В. Економічні детермінанти структурних змін світового ринку інноваційних технологій / Т. В. Уманець, А. І. Бутенко, Л. В. Гриневич / Науковий журнал Бізнес Інформ, 2020, №1, С. 51 – 62 - Режим доступу: file:///D:/Do%97Do%Bo%Do%B3%D1%80%D1%83Do%B7Do%BA%Do%B8/business-inform-2020-1_0-pages-51_62.pdf 4. Гриневич Л. В. Система прийняття рішень щодо подолання дисбалансу

						<p>професійного розподілу людського капіталу продуктивних сил регіону / Л. В. Гриневиц // Науковий журнал «Вісник Хмельницького національного університету». Серія Економічні науки, Хмельницький, 2019, № 3 (270) С.63-67 (0,8)– Режим доступу: https://cutt.ly/TE4VBr</p> <p>x</p> <p>5. Grynevych L. Economical Self-Sufficiency of a Territorial Community as a System Characteristic of its Self-Development / Umanets, Tatiana, Topalova, Iryna, Darienko, Olga, Shatalova / Academy of Strategic Management Journal, Vol: 17 Issue: 5 2018 Режим доступу: https://www.abacademies.org/articles/economical-selfsufficiency-of-a-territorial-community-as-a-system-characteristic-of-its-selfdevelopment-7515.html</p>	
81871	Ус Марина Ігорівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту і маркетингу	<p>Диплом бакалавра, Харківський національний економічний університет, рік закінчення: 2008, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом бакалавра, Харківський національний економічний університет, рік закінчення: 2009, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом спеціаліста, Харківський національний економічний університет, рік закінчення: 2010, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом магістра, Харківський національний економічний університет,</p>	13	ОК 4. Маркетингова аналітика	<p>Відповідає пп 1,3,4,8,12,14,19 п38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>Основні публікації за освітнім компонентом:</p> <p>1. Ус М.І. Дослідження впливу тайм-маркетингу на інструментарій маркетингових комунікацій на міжнародному ринку [Електронний ресурс] / М. І. Ус // Економіка та суспільство. – 2021. – № 26. – Режим доступу: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-46 (фахове видання)</p> <p>2. Дзеніс В.О. Маркетинговий інструментарій в управлінні взаємовідносинами підприємства / В.О. Дзеніс, М.І. Ус // Інфраструктура ринку. 2020. № 42. URL: http://market-infr.od.ua/uk/42-2020 (фахове видання) (1,0 ум. др. арк. / 0,5 ум. др. арк. власного внеску)</p> <p>3. Ус М.І. Сегментування та</p>

				<p>рік закінчення: 2009, спеціальність: 050103 Міжнародна економіка, Диплом кандидата наук ДК 032484, виданий 15.12.2015, Атестат доцента АД 010707, виданий 06.06.2022</p>			<p>вибір партнерів підприємства в процесі здійснення маркетингової діяльності / М.І. Ус // Бізнес Інформ. – 2019. – №5. – С. 239–245. Режим доступу:https://www.business-inform.net/article/?year=2019&abstract=2019_5_0_239_245 (фахове видання, категорія Б) 4. Lysytsia, N.; Martynenko, M.; Prytychenko, T.; Gron O.; Us M. 2019. Prospects for innovations in marketing of economic educational services in Ukraine, Entrepreneurship and Sustainability Issues 6(4): 1771- 1783. https://jssidoi.org/jesi/uploads/issues/Entrepreneurship_and_Sustainability_Issues_Vol6_No4_print.pdf (Scopus, Web of Science Core Collection) (1,0 ум. др. арк. / 0,2 ум. др. арк. власного внеску) 5. Ус М. І. Оцінювання професійної відповідності суб'єктів партнерської взаємодії підприємств / М.І. Ус // Інфраструктура ринку. – 2018. – № 17. – Режим доступу: http://market-infr.od.ua/journals/2018/17_2018_ukr/40.pdf</p>
66451	Панчук Анастасія Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту і маркетингу	<p>Диплом бакалавра, Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, рік закінчення: 2005, спеціальність: 0502 Менеджмент, Диплом магістра, Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, рік закінчення: 2006, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 057177, виданий</p>	16	ОК 2. Стратегічний маркетинг	<p>Відповідає пп 1,3,4,8,10,13,14,19 п38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>Основні публікації за освітнім компонентом: 1. Kalashnikova T., Panchuk A., Bezuhla L., Vladyka Y., Kalaschnikov A. Global trends in the behavior of consumers of retail enterprises in the digital economy. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 1150(1), 012023 DOI:10.1088/1755-1315/1150/1/012023 2. Panchuk A., Lialina N., Matvienko-Bilyaeva G., Chumak G. Comprehensive Approach to Customer Loyalty Management International Journal of Information Technology Project Management (IJITPM)</p>

				10.03.2010, Атестат доцента АД 003301, виданий 15.10.2019		13(2) DOI:10.4018/IJITPM.3 11842 (SCOPUS, Web of Science) 3. Панчук А.С., Малькова К.О. Теоретичні основи формування цифрової стратегії підприємств. Економіка та суспільство. 2021. № 34. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1036 DOI: 10.32782/2524- 0072/2021-34-76 4. Панчук А.С. Аналіз розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю підприємств // Наукове видання «Східна Європа: економіка, бізнес та управління». Електронний науково- практичний журнал. Вип. 1 (18). – Дніпро, 2019. – С.167-171 URL: <a href="http://www.easterneur-
ebm.in.ua/journal/18_2019/29.pdf">http://www.easterneur- ebm.in.ua/journal/18_2019/29.pdf (0,8 др.арк) 5. Panchuk A. The conceptual bases of introduction of foresight marketing into business management. / O. Verdenhofa, M. V. Afanas'jev, A. Panchuk, I. Kotelnikova, G. Chumak // Problems and Perspectives in Management. – 2018. – №16(3). – P. 163-173. (0,8 ум. др. арк. / 0,15 ум. др.арк. власного внеску) URL: https://pdfs.semanticscholar.org/19d5/0356c8ada13685298a112e7ad8e735aa4163.pdf	
69723	Холодний Геннадій Олександров ич	Професор, Основне місце роботи	Факультет менеджменту і маркетингу	Диплом спеціаліста, Харківський інженерно- економічний інститут, рік закінчення: 1989, спеціальність: Економіка та організація машинобудівн ої промисловості, Диплом кандидата наук КН 014595, виданий 29.05.1997, Атестат	31	ОК 6. Товарна інноваційна політика	Відповідає пп 1,3,4,6,12,19 пЗ8 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності Основні публікації за освітнім компонентом: 1. Холодний Г. О. Сучасні особливості та протиріччя інноваційного маркетингу / Г.О. Холодний // Проблеми економіки. – 2023. № 2 (56). – С. 190-197 (0,8 ум. др. арк.). – Режим доступу:

доцента ДД
003713,
виданий
21.12.2001

https://www.problecon.com/annotated-catalogue/?year=2023&abstract=2023_02_0

2. Холодний Г.О. Інтегровані дизайн рішення в сучасному механізмі товарної інноваційної політики / Г.О. Холодний // Бізнес Інформ. – 2023. – №7 (0,8 ум. др. арк.). – Режим доступу: <http://www.business-inform.net/for-authors/?p=6>.

3. Інновації в товарній політиці: вплив на маркетингові стратегії та конкурентоспроможність / Г.О. Холодний, Ю.Є. Холодна // Економіка та суспільство. Електронний журнал. – 2023. – № 53. (0,68 ум. др. арк., 0,34 ум. др. арк. власного внеску). – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2623>

DOI: 10.32782/2524-0072/2023-53-12

4. Холодний Г.О. Використання цифрового маркетингу для розвитку туристичної сфери в умовах сучасних викликів / Юлія Куруджи, Геннадій Холодний, Юлія Холодна // Економіка та суспільство. Електронний журнал: Випуск № 48 / 2023 – С. 1-6. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-8>

5. Холодний Г.О. Безпекове стратегування управління інноваційними бізнес-процесами та капіталізацією в агропродовольчій сфері в умовах глобалізації фінансових ринків / Т.П. Завгородня, В.А. Костюк, Г.О. Холодний, В.В. Скрипник // Формування ринкових відносин в Україні : Збірник наукових праць. Вип. 3 (250). – К., 2022. – С. 117-124. (0,34 ум. др. арк., 0,17 ум. др. арк. власного внеску). – Режим доступу:

						https://doi.org/10.5281/zenodo.6678274	
200127	Небилиця Олена Анатоліївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту і маркетингу	Диплом бакалавра, Харківський національний економічний університет, рік закінчення: 2005, спеціальність: 0502 Менеджмент, Диплом бакалавра, Товариство з обмеженою відповідальніст ю "Харківський інститут бізнесу і менеджменту", рік закінчення: 2005, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництв о, Диплом спеціаліста, Товариство з обмеженою відповідальніст ю "Харківський інститут бізнесу і менеджменту", рік закінчення: 2006, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом магістра, Харківський національний економічний університет, рік закінчення: 2006, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 001873, виданий 19.01.2012, Атестат доцента 12ДЦ 041758, виданий 26.02.2015	16	ОК 3. Менеджмент якості	Відповідає пп 1,3,4,8,12,19,20 п38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності Основні публікації за освітнім компонентом: 1. Iastremska O. Social networks as a tool for entrepreneurship in the conditions of the economy of impressions // O. Iastremska, H. Nebilitsya // Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries,- 2023.- No. 1 (23), P. 155–164. – Режим доступу: http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/29312 2. Новікова М.М. Сучасні ефективні маркетингові інструменти розвитку бізнесу / М.М. Новікова, О.А. Небилиця // НТЗ "Комунальне господарство міст", Сер.: Економічні науки. - 2021. - Вип. 7(167). – Режим доступу: http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27193 3. Новікова М. М. Теоретичні основи забезпечення якості прийняття управлінських рішень в умовах європейської інтеграції / М.М. Новікова, Н. О. Кондратенко, М. В. Боровик та ін.: – монографія (335 с). – Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : «Друкарня Мадрид», 2020. – Режим доступу: http://econ.kdu.edu.ua/sites/default/files/files/2020_monogr_teortetichni_osnovy_zabezpechennya_yakosti_pryunyattya_upravlin_skyh_rishen_v_umovah_yevropeyskoyi_integraciyi.pdf - ISBN 978-617-7988-00-6 4. Зима О. Г. Екологічний менеджмент як фактор еколого- економічної стійкості та розвитку промислового підприємства в системі охорони праці

						<p>/ О. Г. Зима, О.А. Небилиця, Д.Є. Архипова, Д. Е. Брусніцина // Вісник КНУТД Сучасні тенденції та проблеми управління. Серія: економічні науки – № 4 (125) – 2018 р. – 69-75с. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutden_2018_4_9</p> <p>5. Небилиця О. А. Обґрунтування соціально-економічної ефективності управління персоналом сучасного підприємства / О. А. Небилиця // Бізнес-інформ. – Харків, 2014. – С. 159 – 164 Режим доступу: http://www.business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2014&abstract=2014_10_0&stqa=24&lang=ua (фахове видання)</p>
--	--	--	--	--	--	---

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

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначеному стандартом вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
<i>ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку</i>	☒	ОК 7. Ведення ділових переговорів в маркетингу (англійською мовою)	Проектний. Створення проблемних ситуацій.	Активна робота на занятті. Перевірка ситуаційних завдань
		ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)
		ОК 3. Менеджмент якості	Проблемні лекції, міні лекції	Активна робота на занятті. Перевірка ситуаційних завдань
		ОК 9. Переддипломна практика	Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод. Методи проектування: метод контрольних запитань, метод мозкового штурму	Написання та захист наукових робіт (звіту)
<i>ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю</i>	☒	ОК 4. Маркетингова аналітика	Словесні (проблемні лекції, лекція-діалог), наочні демонстрації, практичні	Виконання та захист індивідуального навчально-дослідного завдання,

<i>ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання</i>			(кейс-стаді)	виконання завдань за темами
		ОК 3. Менеджмент якості	Кейс-стаді, проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист творчого завдання (презентацій)
		ОК 9. Переддипломна практика	Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод. Методи проектування: метод контрольних запитань, метод мозкового штурму	Написання та захист наукових робіт (звіту)
		ОК 8. Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)	Міні лекція, мозковий штурм, робота в міні групах, дебати, презентація	Презентація результатів виконаного завдання, написання звіту
		ОК 7. Ведення ділових переговорів в маркетингу (англійською мовою)	Словесні методи: бесіда Моделювання ситуацій	Публічний захист презентації. Компетентісно-орієнтоване завдання
		ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)
<i>РН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	ОК 6. Товарна інноваційна політика	Проблемні лекції, лекції-візуалізації, лекції із застосуванням ігрових методів	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань; кейс-метод
		ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)
		ОК 4. Маркетингова аналітика	Словесні (проблемні лекції, лекція-діалог), наочні демонстрації, практичні (кейс-стаді, дискусія)	Виконання та захист індивідуального навчально-дослідного завдання, презентація, виконання завдань за темами
		ОК 2. Стратегічний маркетинг	Проблемні лекції, наочні демонстрації	Презентація результатів виконаного завдання, виконання практичних завдань, кейс-метод
		ОК 7. Ведення ділових переговорів в маркетингу (англійською мовою)	Дослідницький(практичні вправи). Проблемно-пошуковий.	Контрольна робота
		ОК 9. Переддипломна практика	Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод. Методи проектування: метод контрольних запитань, метод мозкового штурму	Написання та захист наукових робіт (звіту)
		ОК 10. Дипломна робота	Частково-пошуковий метод, репродуктивний метод, дослідницький метод, методи проектування: евристичні методи, метод мозкового штурму, метод морфологічного аналізу..	Написання наукових робіт, публічний захист дипломної роботи
<i>ПРН 11. Використовувати методи маркетингового</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	ОК 10. Дипломна робота	Частково-пошуковий метод, репродуктивний метод, дослідницький метод. Методи проектування:	Написання наукових робіт, публічний захист дипломної роботи

<i>стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою</i>			евристичні методи, метод контрольних запитань, метод мозкового штурму, метод морфологічного аналізу	
		ОК 9. Переддипломна практика	Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод. Методи проектування: метод контрольних запитань, метод мозкового штурму	Написання та захист наукових робіт (звіту)
		ОК 4. Маркетингова аналітика	Словесні, наочні демонстрації, практичні	Виконання та захист індивідуального навчально-дослідного завдання, презентація, виконання завдань за темами
		ОК 2. Стратегічний маркетинг	Проблемні лекції, наочні демонстрації	Презентація результатів виконаного завдання, виконання практичних завдань, кейс-метод
<i>ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	ОК 4. Маркетингова аналітика	Словесні (проблемні лекції, лекція-діалог), наочні демонстрації, практичні (кейс-стаді, дискусія)	Виконання та захист індивідуального навчально-дослідного завдання, презентацій, виконання завдань за темами
		ОК 8. Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)	Міні лекція, мозковий штурм, робота в міні групах, дебати, презентація	Презентація результатів виконаного завдання, написання звіту
		ОК 2. Стратегічний маркетинг	Проблемні лекції, наочні демонстрації	Презентація результатів виконаного завдання, виконання практичних завдань, кейс-метод
		ОК 10. Дипломна робота	Частково-пошуковий метод, репродуктивний метод, дослідницький метод. Методи проектування: евристичні методи, метод контрольних запитань, метод мозкового штурму, метод морфологічного аналізу	Написання наукових робіт, публічний захист дипломної роботи
<i>ПРН 16. Вміти застосовувати сучасні маркетингові технології та інструменти для ухвалення маркетингових рішень і набуті креативні навички для розробки інноваційних продуктів</i>	<input type="checkbox"/>	ОК 8. Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)	Міні лекція, мозковий штурм, робота в міні групах, дебати, презентація	Презентація результатів виконаного завдання, написання звіту
		ОК 7. Ведення ділових переговорів в маркетингу (англійською мовою)	Евристичний. Проблемно-пошуковий. Навчальна дискусія	Розв'язування ситуаційних завдань. Презентація індивідуальної творчої роботи
		ОК 6. Товарна інноваційна політика	Проблемні лекції, лекції-візуалізації, лекції із застосуванням ігрових методів	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань; кейс-метод
		ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)
		ОК 9. Переддипломна практика	Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод. Методи проектування:	Написання та захист наукових робіт (звіту)

			метод контрольних запитань, метод мозкового штурму	
		ОК 10. Дипломна робота	Частково-пошуковий метод, репродуктивний метод, дослідницький метод. Методи проектування: евристичні методи, метод контрольних запитань, метод мозкового штурму, метод морфологічного аналізу	Написання наукових робіт, публічний захист дипломної роботи
<i>ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення</i>	☒	ОК 10. Дипломна робота	Частково-пошуковий метод, репродуктивний метод, дослідницький метод. Методи проектування: евристичні методи, метод контрольних запитань, метод мозкового штурму, метод морфологічного аналізу	Написання наукових робіт, публічний захист дипломної роботи
		ОК 9. Переддипломна практика	Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод. Методи проектування: метод контрольних запитань, метод мозкового штурму	Написання та захист наукових робіт (звіту)
		ОК 4. Маркетингова аналітика	словесні (проблемні лекції), наочні демонстрації, практичні (кейс-стаді, дискусія)	виконання та захист індивідуального навчально-дослідного завдання, презентація, виконання завдань за темами
		ОК 2. Стратегічний маркетинг	проблемні лекції, наочні демонстрації	презентація результатів виконаного завдання, виконання практичних завдань, кейс-метод
		ОК 1. Методологія наукових досліджень	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)
<i>ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу</i>	☒	ОК 8. Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)	Міні лекція, мозковий штурм, робота в міні групах, дебати, презентація	Презентація результатів виконаного завдання, написання звіту
		ОК 7. Ведення ділових переговорів в маркетингу (англійською мовою)	Проблемно-пошуковий, метод пізнавальних ігор	Активна робота на занятті. Перевірка ситуаційних завдань
		ОК 1. Методологія наукових досліджень	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)
<i>РН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових</i>	☒	ОК 9. Переддипломна практика	Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод, методи проектування: метод контрольних запитань, метод мозкового штурму	Написання та захист наукових робіт (звіту)
		ОК 8. Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)	Міні лекція, мозковий штурм, робота в міні групах, дебати, презентація	Презентація результатів виконаного завдання, написання звіту

		ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)
		ОК 2. Стратегічний маркетинг	Проблемні лекції, наочні демонстрації	Презентація результатів виконаного завдання, виконання практичних завдань, кейс-метод
<i>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами</i>	☒	ОК 10. Дипломна робота	Частково-пошуковий метод, репродуктивний метод, дослідницький метод. Методи проєктування: евристичні методи, метод контрольних запитань, метод мозкового штурму, метод морфологічного аналізу	Написання наукових робіт, публічний захист дипломної роботи
		ОК 9. Переддипломна практика	Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод. Методи проєктування: метод контрольних запитань, метод мозкового штурму	Написання та захист наукових робіт (звіту)
		ОК 8. Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)	Міні лекція, мозковий штурм, робота в міні групах, дебати, презентація	Презентація результатів виконаного завдання, написання звіту
		ОК 7. Ведення ділових переговорів в маркетингу (англійською мовою)	Моделювання професійних ситуацій, евристичний	Презентація індивідуальної творчої роботи. Активна робота на занятті.
		ОК 1. Методологія наукових досліджень	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе).
<i>РН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта</i>	☒	ОК 4. Маркетингова аналітика	Словесні (проблемні лекції, лекція-діалог), наочні демонстрації, практичні (кейс-стаді)	Виконання та захист індивідуального навчально-дослідного завдання, презентацій, виконання завдань за темами. Колоквіум.
		ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)
		ОК 6. Товарна інноваційна політика	Проблемні лекції, лекції-візуалізації	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань
		ОК 3. Менеджмент якості	Мозковий штурм, проблемні лекції, міні лекції	Активна робота на занятті, Презентація індивідуальної творчої роботи
		ОК 2. Стратегічний маркетинг	Проблемні лекції, наочні демонстрації	Презентація результатів виконаного завдання, виконання практичних завдань, кейс-метод
<i>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми</i>	☒	ОК 10. Дипломна робота	Частково-пошуковий метод, репродуктивний метод, дослідницький метод. Методи проєктування: евристичні методи, метод контрольних запитань, метод мозкового штурму, метод морфологічного	Написання наукових робіт, публічний захист дипломної роботи

маркетингу		ОК 9. Переддипломна практика	аналізу. Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод. Методи проектування: метод контрольних запитань, метод мозкового штурму	Написання та захист наукових робіт (звіту)
		ОК 3. Менеджмент якості	Проблемні лекції, міні лекції, робота в малих групах.	Виконання та захист творчого завдання (презентацій).
		ОК 2. Стратегічний маркетинг	Проблемні лекції, наочні демонстрації.	Презентація результатів виконаного завдання, виконання практичних завдань, кейс-метод.
		ОК 1. Методологія наукових досліджень	Проблемні лекції, міні лекції.	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе).
РН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними	☒	ОК 10. Дипломна робота	Написання наукових робіт, публічний захист дипломної роботи	Частково-пошуковий метод, репродуктивний метод, дослідницький метод, методи проектування: евристичні методи, метод мозкового штурму, метод морфологічного аналізу
		ОК 9. Переддипломна практика	Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод. Методи проектування: метод контрольних запитань, метод мозкового штурму	Написання та захист наукових робіт (звіту)
		ОК 8. Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)	Міні лекція, мозковий штурм, робота в міні групах, дебати, презентація	Презентація результатів виконаного завдання, написання звіту
		ОК 6. Товарна інноваційна політика	Проблемні лекції, лекції-візуалізації	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань; кейс-метод, презентація результатів виконаного завдання
		ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)
		ОК 4. Маркетингова аналітика	Словесні (проблемні лекції, лекція-діалог), наочні демонстрації, практичні (кейс-стаді)	Виконання та захист індивідуального навчально-дослідного завдання, презентацій, виконання завдань за темами
		ОК 2. Стратегічний маркетинг	Проблемні лекції, наочні демонстрації	Презентація результатів виконаного завдання, виконання практичних завдань, кейс-метод
		ОК 3. Менеджмент якості	Кейс-стаді, проблемні лекції, міні лекції	Виконання та перевірка ситуаційних завдань
ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати	☒	ОК 9. Переддипломна практика	Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод. Методи проектування: метод контрольних запитань, метод мозкового	Написання та захист наукових робіт (звіту)

<i>ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності</i>			штурму	
		ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)
		ОК 4. Маркетингова аналітика	Проблемні лекції, групові та ігрові дискусії, наочні демонстрації, дослідницькі	Виконання та захист індивідуального навчально-дослідного завдання (звіт та презентація), дискусія, кейс-метод
		ОК 3. Менеджмент якості	Групові та ігрові дискусії, проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист індивідуального навчально-дослідного завдання (звіт та презентація), дискусія, кейс-метод
		ОК 2. Стратегічний маркетинг	Проблемні лекції, наочні демонстрації	Презентація результатів виконаного завдання, виконання практичних завдань, кейс-метод
		ОК 1. Методологія наукових досліджень	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе).
		ОК 10. Дипломна робота	Частково-пошуковий метод, репродуктивний метод, дослідницький метод, методи проектування: евристичні методи, метод мозкового штурму, метод морфологічного аналізу.	Написання наукових робіт, публічний захист дипломної роботи.
<i>РН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	ОК 2. Стратегічний маркетинг	Проблемні лекції, наочні демонстрації	Презентація результатів виконаного завдання, виконання практичних завдань, кейс-метод
		ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)
		ОК 3. Менеджмент якості	Групові та ігрові дискусії, проблемні лекції, міні лекції	Навчальна дискусія, активна робота на занятті
		ОК 8. Комплексний тренінг: Розробка креативних проєктів та розвиток soft skills в маркетингу (англійською мовою)	Міні лекція, мозковий штурм, робота в міні групах, дебати, презентація	Презентація результатів виконаного завдання, написання звіту
		ОК 6. Товарна інноваційна політика	проблемні лекції, лекції із застосуванням ігрових методів	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань
<i>РН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	ОК 10. Дипломна робота	Частково-пошуковий метод, репродуктивний метод, дослідницький метод, методи проектування: евристичні методи, метод мозкового штурму, метод морфологічного аналізу.	Написання наукових робіт, публічний захист дипломної роботи
		ОК 9. Переддипломна практика	Консультації, самостійна робота. Частково-пошуковий метод, дослідницький метод. Методи проектування: метод контрольних запитань, метод мозкового штурму	Написання та захист наукових робіт (звіту)
		ОК 7. Ведення ділових	Евристична бесіда, словесні	Навчальна дискусія, активна

	переговорів в маркетингу (англійською мовою)	методи: розповідь, бесіда.	робота на занятті
	ОК 4. Маркетингова аналітика	Словесні (проблемні лекції), наочні демонстрації, кейс-стаді	Виконання та захист індивідуального навчально-дослідного завдання (презентацій), виконання завдань за темами. Письмова контрольна робота
	ОК 3. Менеджмент якості	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист творчого завдання (презентацій). Активна робота на занятті
	ОК 1. Методологія наукових досліджень	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе).
	ОК 5. Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Проблемні лекції, міні лекції	Виконання та захист презентацій (доповідей), виконання та захист творчого завдання (есе)