

**ВІДОМОСТІ**  
про самооцінювання освітньої програми

|                     |  |
|---------------------|--|
| Заклад вищої освіти | <b>Національний університет "Запорізька політехніка"</b> |
| Освітня програма    | <b>3682 маркетинг</b>                                    |
| Рівень вищої освіти | <b>Магістр</b>   |
| Спеціальність       | <b>075 Маркетинг</b>                                     |

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

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

*Використані скорочення:*

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

## Загальні відомості

### 1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО     | <b>91</b>  |
| Повна назва ЗВО                     | <b>Національний університет "Запорізька політехніка"</b> |
| Ідентифікаційний код ЗВО            | <b>02070849</b>  |
| ПІБ керівника ЗВО                   | <b>Грешта Віктор Леонідович</b>                          |
| Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО | <b>zr.edu.ua</b>   |

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/91>

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

|   |  |
|---|--|
| ID освітньої програми в ЄДЕБО   | <b>3682</b>  |
| Назва ОП  | <b>маркетинг</b>   |
| Галузь знань  | <b>07 Управління та адміністрування</b>  |
| Спеціальність   | <b>075 Маркетинг</b>   |
| Спеціалізація (за наявності)  | <i>відсутня</i>  |
| Рівень вищої освіти   | <b>Магістр</b>   |
| Тип освітньої програми  | <b>Освітньо-професійна</b>   |
| Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)                              | <b>Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)</b>  |
| Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП          | <b>Кафедра маркетингу та логістики</b>   |
| Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП | <b>кафедра менеджменту; кафедра філософії; кафедра системного аналізу та обчислювальної математики; кафедра іноземної філології та перекладу</b> |
| Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП   | <b>вул. Жуковського, 64, Запоріжжя, Україна, 69063</b>   |
| Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації                               | <i>не передбачає</i>   |
| Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)                                | <i>відсутня</i>  |
| Мова (мови) викладання  | <b>Українська</b>  |
| ID гаранта ОП у ЄДЕБО   | <b>46269</b>   |
| ПІБ гаранта ОП  | <b>Лифар Владислава Віталіївна</b>   |
| Посада гаранта ОП   | <b>Завідувач кафедри</b>   |
| Корпоративна електронна адреса гаранта ОП   | <b>lyfarvlada@gmail.com</b>  |
| Контактний телефон гаранта ОП   | <b>+38(067)-947-07-27</b>  |
| Додатковий телефон гаранта ОП   | <i>відсутній</i>   |

| Форми здобуття освіти на ОП | Термін навчання |
|-----------------------------|-----------------|
| очна денна                  | 1 р. 5 міс.     |
| заочна                      | 1 р. 5 міс.     |

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

Розвиток ринкової економіки в Україні на початку XXI ст. сформував потребу у фахівцях-маркетологах, в тому числі на підприємствах Запорізького регіону. Тому у 2009 р. кафедра менеджменту та маркетингу факультету економіки та управління ЗНТУ була розділена на дві окремі кафедри: кафедру менеджменту та кафедру маркетингу. З 2009-2010 н.р. кафедра маркетингу почала готувати студентів за спеціальністю «Маркетинг» як окремий структурний підрозділ. Перший набір магістрів відбувся у 2013 р. у зв'язку з реформуванням системи освіти у ВНЗ відповідно до Болонського процесу, а перший випуск магістрів – у 2014 р. (на той час термін навчання в магістратурі складав 1 рік). Підготовка здійснювалася на підставі ОП підготовки магістра за спеціальностями галузі знань 0305 - Економіка та підприємництво, затвердженої у 2013 р. МОН України (наказ №895 від 04.07.2013 р.).

Після затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти (наказ МОН України №960 від 10.07.2019 р.) у 2020 р. була розроблена власна ОП «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг робочою групою кафедри маркетингу та логістики факультету економіки та управління. До розробки були залучені представники роботодавців. До переліку обов'язкових компонент було введено дисципліни: «Методологія та організація наукових досліджень», «Глобальний бізнес», «Управління проектами», які краще відповідали компетентностям та результатам навчання, запропонованим у стандарті. Крім того, було оновлено блок вибіркового компонент. Дисципліну «Цивільний захист і охорона праці в галузі» переведено в блок вибіркового компонент.

У 2021 р. ОП була оновлена з урахуванням рекомендацій стейкхолдерів (роботодавців). В ОП були запропоновані блоки вибіркового компоненту із визначенням спеціальних компетентностей за блоками навчання та відповідними ПРН. В навчальному плані в блок обов'язкових компонент введено дисципліну «Цифровий маркетинг» за пропозицією стейкхолдерів, з блоку обов'язкових компонент вилучено дисципліну «Глобальний бізнес» і переведено в перелік вибіркового компоненту циклу загальної підготовки, вилучено дисципліни «Логістичний менеджмент», «Товарна інноваційна політика» і переведено в блок вибіркового компоненту, а дисципліну «Методологія прикладних досліджень у маркетингу» навпаки переведено в обов'язковий компонент. У 2022 р. в ОП прибрано розподіл на цикли загальної та професійної підготовки, вилучено блоки вибіркового компоненту, які замінені на вибіркові компоненти даної освітньої програми та інших освітніх програм. У 2023 р. ОП за переліком обов'язкових компонент не змінювалася. За побажанням стейкхолдерів курсову роботу з дисципліни «Стратегічний маркетинг» було замінено на індивідуальне науково-дослідне завдання у межах дисципліни, доповнено каталог вибіркового компоненту кафедри. У 2024 р. в ОП за результатами обговорення внесено певні доповнення і коригування (<https://zr.edu.ua/?q=node/241>)

#### 5. Інформація про контингент здобувачів вищої освіти на ОП станом на 1 жовтня поточного навчального року у розрізі форм здобуття освіти та ліцензійний обсяг за ОП

| 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       | 2024 - 2025  | 35   | 15   | 4 | 0                      | 0 |
| 2 курс       | 2023 - 2024  | 14   | 6  | 1 | 0                      | 0 |

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

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

| Рівень вищої освіти                                | Інформація про освітні програми |
|--|---------------------------------|
| початковий рівень (короткий цикл)                  | програми відсутні               |
| перший (бакалаврський) рівень                      | 5486 маркетинг                  |
| другий (магістерський) рівень                      | 3682 маркетинг                  |
| третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень | програми відсутні               |

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

|   | Загальна площа | Навчальна площа |
|---|----------------|-----------------|
| Усі приміщення ЗВО  | 80038          | 37684           |
| Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)  | 78176          | 35822           |
| Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо) | 1862           | 1862            |
| Приміщення, здані в оренду  | 657            | 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, магістр 2024.pdf</i>                | 8uvtDxRqQZempxyPOpZ3LoXvbt33CJS/J2F1cRvKEmY=  |
| Навчальний план за ОП  | <i>Навч. план 075, магістр, ден_2024 p..pdf</i> | rC9B88HLUAOKhQQJlC489Jn2lg1wBbSS/3DGCbX/qJY = |
| Навчальний план за ОП  | <i>Навч. план 075, магістр, зао_2024 p..pdf</i> | htqDoSWRaCPKmJakiUHbQxtAtZiVqp6Bvxv/bOGdKgM = |
| Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти) | <i>Рецензія_Урожай 2024.pdf</i>                 | fo4x88m2I2aofVZWDMCpoYxjNrvJMTEQ3fQyOPZXOs 4= |
| Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти) | <i>Рецензія Терещенко 075 Магістр 2024.PDF</i>  | HiK8tSG9afMarl3x19qledrriylulnTAUcAdFRAO340=  |
| Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти) | <i>Рецензія_ Глинський 2024.pdf</i>             | 40a+INFh4cT48ArdPw+Md7myTN9Tv5/mMYSCq65Jgv 8= |
| Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти) | <i>Результати обговорення 075 маг_2024.pdf</i>  | PmD/eC8SnRS6vIM9CovQIZpXmeYBMz67dbwBHAЕНО 04= |

### 1. Проєктування освітньої програми

**Чи освітня програма дає можливість досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти? Якщо стандарт вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти відсутній, поясніть, яким чином визначені ОП програмні результати навчання відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня?**

ОП «Маркетинг» за переліком компетентностей та нормативного змісту підготовки здобувачів повною мірою відповідає Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня зі спеціальності 075 075 Маркетинг

(<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>). Послідовність вивчення навчальних дисциплін спрямована на досягнення інтегральної компетентності, яка повною мірою демонструється під час виконання і захисту кваліфікаційної магістерської роботи. Освітні компоненти об'єднані у структурно-логічну схему, яка демонструє послідовність вивчення дисциплін. Для кожного обов'язкового освітнього компонента визначено результати навчання, загальні та спеціальні компетентності, визначені Стандартом, у вигляді матриць відповідності. Наприклад, у ОК Стратегічний маркетинг результати навчання РН 4, РН11, РН12, РН14 формуються у більшості тем і дозволяють отримати ЗК1, ЗК4, ЗК5, ЗК6, ЗК8, СК5, СК6, СК7. Переддипломна практика дозволяє досягти таких РН: РН1, РН2, РН3, РН5, РН10, РН15. В цілому, усі результати навчання, зазначені в ОП, досягаються змістовним наповненням визначених освітніх компонент, добром відповідних методів навчання, формами оцінювання й контролю. Для досягнення визначених ОП цілей і РН застосовуються відповідні методи, засоби навчання та викладання; наявні необхідне кадрове, матеріально-технічне, інформаційне та навчально-методичне забезпечення

### **Чи зміст освітньої програми враховує вимоги відповідних професійних стандартів (за наявності)?**

Професійний стандарт відсутній

### **Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін (стейкхолдерів)?**

#### **- здобувачі вищої освіти та випускники програми**

Для з'ясування думки здобувачів вищої освіти стосовно ОП проводяться періодичні опитування студентів стосовно якості освітньої програми в цілому, рівня їх задоволеності наповненням навчальних планів, а також якості викладання дисциплін. Відповідні анкети для опитування та результати опитування здобувачів вищої освіти 2022-2023р.р., 2023-2024р.р. розміщено на сайті кафедри в розділі Анкетування студентів (<https://zp.edu.ua/?q=node/11156>). Потреби здобувачів та випускників програми враховуються також при обговоренні ОП через їх запрошення на засідання кафедри, що підтверджується відповідними протоколами засідань кафедри та аналітичними звітами за результатами обговорення. Зазначені документи представлені на сайті кафедри у розділі «ОПП спеціальностей кафедри»: <https://zp.edu.ua/?q=node/241>. Наприклад, у 2023р. під час такої зустрічі студентка групи ФЕУ-412м Мізін А. запропонувала додати до кафедрального каталогу вибіркового дисциплін навчальну дисципліну «Медіапланування», що було враховано. У 2024 р. студенти групи ФЕУ-413м Діденко В. і Тоцький М. запропонували додати в освітню програму дисципліни, які є актуальними на сьогоднішній день як от SMM або штучний інтелект, що враховано в якості певних тем в ОК «Цифровий маркетинг», а в каталог вибіркового компонент додана дисципліна «Маркетингові технології в мережі Інтернет». У 2024р. Мізін А. вже як випускниця ОП запропонувала додати до переліку обов'язкових дисциплін ОК «Англійська мова професійного спрямування», що було враховано

#### **- роботодавці**

Інтереси та пропозиції роботодавців враховувались за результатами зустрічей з представниками компаній Запорізького регіону (ТОВ «ЧізМілк», ТОВ «Виробниче підприємство Вільнянський молокозавод», ТОВ «КЛІОН-ГРУП», ТОВ «ЕЙЧДІ-ГРУП», ПАТ «Урожай», ювелірний завод «Золотий вік»), які запрошувалися на засідання кафедри для обговорення освітніх програм 2023 р. та 2024 р. вступу, що підтверджується відповідними протоколами засідань кафедри та аналітичними звітами за результатами обговорення. Крім того, роботодавці надавали рецензії-відгуки на запропоновану освітню програму. Зазначені документи (витяги з протоколів засідань кафедри, рецензії та аналітичні звіти) представлені на сайті кафедри у розділі «ОПП спеціальностей кафедри» (<https://zp.edu.ua/?q=node/241>).

Проведені зустрічі показали явну зацікавленість роботодавців у майбутніх фахівців з маркетингу. Саме вони запропонували розширити перелік ПРН в освітній програмі, більш чітко визначити результати навчання, пов'язані з цифровим маркетингом, соціальною відповідальністю, рекламною діяльністю. У відповідь роботодавці провели зустрічі та презентації для студентів кафедри з метою ознайомлення їх з діяльністю своїх підприємств та майбутнього працевлаштування (<https://zp.edu.ua/?q=node/10669>).

#### **- академічна спільнота**

Інтереси академічної спільноти враховували шляхом проведення засідань кафедри «Маркетинг та логістика», проектної групи ОП, обговорення та схвалення ОП, під час засідань навчально-методичної комісії факультету економіки та управління, в процесі спілкування з представниками інших закладів вищої освіти на науково-практичних конференціях, студентських олімпіадах і конкурсах студентських робіт. Зокрема тісна співпраця з кафедрою маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка». Отримано відповідну рецензію на ОП 2024 р. вступу від в.о. завідувача кафедри Н.Ю. Глинського.

Під час проведення засідань кафедри «Маркетинг та логістика», НМК ФЕУ проектною групою обговорювались пропозиції щодо вдосконалення ОП, до яких долучались НПП інших кафедр університету.

Викладачі кафедри є членами Української асоціації маркетингу та використовують усі можливості для професійного спілкування.

В ОП також враховано думки представників структурних підрозділів університету: навчального відділу щодо структури навчального плану та технологій проведення діагностики і контролю знань здобувачів в системі Moodle; методичного відділу щодо структури силабусів ВК

#### **- інші стейкхолдери**

кафедра «Маркетинг та логістика» також враховує потреби органів державної влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій та представників професійної спільноти при їх наявності. Зокрема на зустрічі для обговорення ОП неодноразово запрошували заступника голови Ради Запорізької обласної федерації роботодавців Валерія КРАЙНЬОГО, який подав ідею щодо врахування галузевих та регіональних особливостей підприємств Запорізького регіону в процесі управління маркетинговою діяльністю. Тому було сформульовано відповідно РН 18 та СК 12. Пропозиції стейкхолдерів щодо удосконалення ОП також приймаються кафедрою в режимі online після розміщення ОП на сайті університету для публічного обговорення (<https://zp.edu.ua/fakultet-biznes-tehnologiy-ta-ekonomiki>). Аналіз та узагальнення отриманих даних відбувається на засіданнях кафедри під час переглядів ОП

### **Чи мета освітньої програми відповідає місії та стратегії закладу вищої освіти?**

Мета освітньої програми «Маркетинг» відповідає місії університету, визначеній у Стратегії розвитку НУ «Запорізька політехніка» на період 2023-2027 років ([https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz\\_N438\\_vid\\_20.12.2022.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz_N438_vid_20.12.2022.pdf)), в частині врахування тенденцій розвитку ринку праці Південно-Східного регіону України, його галузевих та регіональних особливостей, формуванні високоосвіченого і національно свідомого людського потенціалу, створення нових знань і технологій, забезпечення можливості та умови для розвитку особистості, проведення прикладних досліджень і консультацій для інтелектуальної підтримки органів влади та самоврядування, підприємств, установ, організацій. Мета ОП також корелюється зі стратегічними цілями університету, зокрема: зі СЦ 3.Забезпечення якісної освітньо-наукової діяльності і конкурентоспроможної освіти, бо досягнення мети ОП забезпечує підготовку фахівців з такими знаннями і професійними компетентностями, які роблять їх конкурентоздатними на ринку праці. Зі СЦ5. Привабливість університету для навчання в частині забезпечення можливостей та умов для розвитку особистості, створення нових знань і технологій в сфері маркетингу, здійснення інноваційної професійної діяльності. Зі СЦ 6. Цифровізація, бо випускники ОП, працюючи в іміджевому центрі університету і маючи навички роботи з цифровими технологіями, забезпечують присутність університету в інформаційному просторі

### **Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку науки і спеціальності?**

ОП підготовки магістрів маркетингу розроблена з урахуванням сучасних тенденцій розвитку науки, економіки та зовнішніх факторів, які суттєво вплинули на спеціальність. При визначенні мети ОП врахована інноваційна складова професійної діяльності, що передбачає врахування тенденцій розвитку маркетингу як науки і спеціальності. Маркетинг як наука змінюється під впливом цифровізації, відбувається трансформація методів та інструментів маркетингових досліджень, активний розвиток технологій цифрового та інтернет-маркетингу, адаптація маркетингових стратегій до вимог цифрового середовища. Розвиток цифрових технологій, інтернет-простору, пандемія КОВІД та воєнний стан в Україні також змінили вектор розвитку спеціальності «Маркетинг» в онлайн сферу. Більшість маркетологів зараз працюють саме онлайн. Тому в ОП обов'язковим є освітній компонент «Цифровий маркетинг», а серед вибіркових компонентів запропоновано «Маркетингові програми в соціальних мережах», «Маркетингові технології в мережі Інтернет», «Маркетинг інновацій та електронні комунікації в маркетингу». Також в програмні результати навчання додано РН 17 Використовувати сучасні інструменти цифрового маркетингу в контексті розвитку інтернет-технологій та приймати ефективні маркетингові рішення, який більш чітко показує отримані під час навчання здобувачами знання та компетентності у відповідній сфері

### **Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку ринку праці, галузевого та регіонального контексту?**

Тісна співпраця з роботодавцями показала, що зараз на підприємствах відчувається суттєва потреба у фахівцях з маркетингу, які мають глибокі знання традиційного маркетингу та можуть поєднувати їх з інструментами цифрового маркетингу. Тому існує чітка кореляція між запитами ринку праці і метою та результатами навчання ОП «Маркетинг». Це підтвердили й укладені договори з підприємствами Запорізького регіону на проходження практики студентами кафедр (<https://zp.edu.ua/?q=node/10669>). Крім того, здійснюється моніторинг тенденцій розвитку ринку праці Запорізького регіону на сайті <https://rabota.ua/Запорожжє>, співпраця кафедри з Центром сприяння працевлаштуванню студентів та випускників НУ «Запорізька політехніка» (<https://zp.edu.ua/centr-spriyannya-pracevlashtuvannyu-studentiv-ta-vipusknikiv-zntu-o>), з Запорізьким обласним центром зайнятості (<https://zap.dcz.gov.ua/>)

Під час формулювання мети та програмних результатів навчання галузевий та регіональний контекст враховувався через набуття знань і компетентностей управління маркетинговою та рекламною діяльністю з урахуванням галузевих та регіональних особливостей ринкового суб'єкта (РН 18). Мета та програмні результати навчання ОП також формулювалися з урахуванням Стратегії регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 р. (<https://www.zoda.gov.ua/article/2413/strategiyaregionalnogo-rozvitku-zaporizkoji-oblasti-na-period-do-2027-roku.html>)

### **Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням досвіду аналогічних вітчизняних освітніх програм?**

Під час формулювання мети та програмних результатів навчання ОП було враховано досвід аналогічних вітчизняних програм з підготовки магістра з маркетингу. Зокрема, ОПП підготовки магістра з маркетингу Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (<https://nupp.edu.ua/uploads/files/o/main/page/licenzuvannia-ta-akredetacia/nnifem/opp/2023/075-m-m.pdf>); <https://nupp.edu.ua/uploads/files/o/main/page/licenzuvannia-ta-akredetacia/nnifem/opp/2022/075-m-m.pdf>); Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (<https://www.hneu.edu.ua/wp->

content/uploads/1/opp-075-mag-Marketyng-2024-2025.pdf); Західноукраїнського національного університету ([https://www.wunu.edu.ua/opp/2023\\_OPP/075\\_Mark\\_mah\\_2023.pdf](https://www.wunu.edu.ua/opp/2023_OPP/075_Mark_mah_2023.pdf)); [https://www.wunu.edu.ua/opp/feu/marketynh/marketynh\\_mahistr/075\\_MARKETING\\_mag.pdf](https://www.wunu.edu.ua/opp/feu/marketynh/marketynh_mahistr/075_MARKETING_mag.pdf)); Національного університету «Львівська політехніка» (<https://lpnu.ua/sites/default/files/2021/program/15945/marketing-mag.PDF>); <https://lpnu.ua/sites/default/files/2021/program/15945/opp2022075.pdf>). Як показав порівняльний аналіз, мета, більшість ПРН та тематичний зміст освітніх компонент ОП Маркетинг НУ «Запорізька політехніка» корелюються з аналогічними освітніми програмами зазначених закладів вищої освіти, зокрема в частині підготовки фахівців, здатних до вирішення складних проблем, практичних задач у сфері маркетингу та здійснення інноваційної професійної діяльності.

### **Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням досвіду аналогічних іноземних освітніх програм?**

Мета ОП Маркетинг щодо підготовки фахівців у сфері маркетингу співпадає з аналогічними іноземними програмами у сфері маркетингу, що базуються на Стандартах і рекомендаціях щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). Зокрема, підготовка магістрів у Краківському економічному університеті напряму «Маркетинг і ринкова комунікація» (<https://studiuj.uek.krakow.pl/forma-studiow/marketing-i-komunikacja-gynkowa-2-stopien/>), який включає чотири спеціальності: «Ринкова аналітика», «Електронна торгівля», «Міжнародний маркетинг», «Управління продуктом». Аналіз наповнення дисциплінами кожної спеціальності підтвердив правильність вибору обов'язкових компонентів ОП Маркетинг як то «Міжнародний маркетинг», «Іноземна мова», «Маркетинговий менеджмент» (аналог «Сучасні концепції управління», «Сучасні концепції маркетингу»), «Методологія прикладних досліджень у маркетингу» (аналог «Інструменти виміру і маркетингові показники») вибіркового компонентів як то «Маркетинговий аудит», «Управління маркою» і відповідних результатів навчання, а також формулювання додаткового РН 18. Вміти забезпечувати управління маркетинговою та рекламною діяльністю з урахуванням галузевих та регіональних особливостей ринкового суб'єкта, а також його підрозділів. Підготовка магістрів ОП «Цифровий маркетинг» в Університеті інформаційних технологій та менеджменту (м. Жешув, Польща): <https://ua.uitm.edu.eu/studia-2-stopnia/digital-marketing/#specjalnosci>. При формуванні переліку обов'язкових та вибіркового компонентів, а також змісту ОК «Цифровий маркетинг» було враховано перелік дисциплін цієї програми (Основи цифрового маркетингу, Контент-маркетинг, Створення соціальних мереж) та зміст силябусу DIMAQ Basic у вигляді певних тем (SMM-просування, Web-аналітика), що дозволило, в свою чергу, сформулювати РН17. Використовувати сучасні інструменти цифрового маркетингу в контексті розвитку інтернет-технологій та приймати ефективні маркетингові рішення

## **2. Структура та зміст освітньої програми**

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

90

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

66

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

24

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

Зміст ОП відповідає предметній області, яка заявлена для спеціальності «Маркетинг», структуровано за семестрами, роками навчання. ОК підпорядковані певній логіці навчання і викладання (структурно-логічна схема). Обов'язкові освітні компоненти (01-12) призводять до досягнення програмних результатів навчання (РН 1-18). Зокрема, теоретичний зміст предметної області забезпечується такими обов'язковими компонентами як ОК01 Соціальна відповідальність та сталий розвиток, ОК05 Стратегічний маркетинг, ОК06 Рекламний менеджмент, ОК08 Маркетинговий менеджмент, ОК10 Міжнародний маркетинг. Загальнонаукові і спеціальні методи, методика, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності – ОК 02 Методологія та організація наукових досліджень, ОК 04 Іноземна мова професійного спрямування, ОК 09 Методологія прикладних досліджень у маркетингу. Сучасні універсальні, спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти використовуються у межах ОК07 Цифровий маркетинг, ОК 03 Управління проектами, ОК 08 Маркетинговий менеджмент. Зокрема, це відкриті інформаційно-аналітичні програми і відкриті ресурси як MS Project (MS Planner), Similarweb, Serpstat, Social Blade, Smartsender, Google Ads Editor, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень. Додатки ChatGPT, Skype, Copilot для використання технологій штучного інтелекту. Додатково використовуються безкоштовні розширення для браузерів (Redirect Path, SEO META тощо)

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

Здобувачі вищої освіти ОП мають можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію у відповідності до вимог Закону України «Про вищу освіту», згідно Положення про організацію освітнього процесу НУ «Запорізька політехніка» ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia\\_pro\\_orhanizatsiyu\\_osvitnoho\\_protseesu.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia_pro_orhanizatsiyu_osvitnoho_protseesu.pdf)) (п. 2.7); Положення про порядок вибору навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти НУ «Запорізька політехніка» ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Nakaz\\_N252\\_vid\\_29.06.21.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Nakaz_N252_vid_29.06.21.pdf)). Зокрема, індивідуальна освітня траєкторія формується через визнання результатів попереднього навчання у межах, визначених ОП, визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та інформальної освіти, в межах певних ОК, забезпечення права здобувачів на вибір освітніх компонентів в обсязі не менше 24 кредитів ЄКТС. Здобувачі також мають право обирати базу переддипломної практики, тему кваліфікаційної роботи, визначати її зміст та траєкторію виконання при методичній підтримці і контролі наукового керівника. Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії також забезпечується академічною мобільністю відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу НУ «Запорізька політехніка» (<https://is.gd/aknB6J>).

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

Порядок вибору здобувачами освіти ВК індивідуального навчального плану регламентується Положенням про порядок вибору навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти НУ «Запорізька політехніка» ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Nakaz\\_N252\\_vid\\_29.06.21.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Nakaz_N252_vid_29.06.21.pdf)), завдяки якому була доопрацьована та унормована технологія взаємодії структурних підрозділів університету між собою та студентством. Перелік навчальних дисциплін вільного вибору здобувачів освіти формується за трьома групами: перелік навчальних дисциплін університетського вибору; факультетського (галузевого) вибору; кафедрального вибору (в межах освітньої програми). Відповідні переліки навчальних дисциплін із зазначенням семестру викладання, кількості кредитів ЄКТС, форм контролю, розподілу навчальних годин за видами занять та посиланнями на силабуси для ознайомлення здобувачів освіти з їх змістом доступні на офіційному веб-сайті НУ «Запорізька політехніка».

Вибіркові дисципліни індивідуального навчального плану обираються здобувачем шляхом ознайомлення з переліком вибіркових дисциплін на освітньому порталі університету за принципом пріоритетності у період з 1 по 10 жовтня року вступу, або протягом одного тижня після зарахування, якщо воно відбулося пізніше зазначених термінів. За наявності об'єктивних причин, студент може здійснити свій вибір поза межами визначених термінів за особистою заявою в деканаті (п. 3.1 Положення про порядок вибору навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти Національного університету «Запорізька політехніка»).

Кількість навчальних дисциплін вільного вибору здобувачів освіти та їх загальний обсяг у кредитах ЄКТС визначається навчальним планом освітньої програми «Маркетинг» в обсязі не менше 24 кредитів ЄКТС. На підставі опрацювання інформації щодо вибору дисциплін АСУ формує навчальні групи для вивчення кожної з вибіркових дисциплін, а деканат вносить обрані вибіркові дисципліни до індивідуальних навчальних планів здобувачів освіти. Зміст індивідуального навчального плану доводиться до кожного здобувача освіти. Результати навчання за обраними здобувачами освіти навчальними дисциплінами вносяться до додатку документа про вищу освіту

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

Практична підготовка здобувачів вищої освіти забезпечується наявністю в освітніх компонентах практичних занять (запрошення для проведення занять фахівців-практиків), лабораторних занять (ОК07 Цифровий маркетинг). Навчальним планом ОП Маркетинг також передбачена практична підготовка здобувачів у вигляді проходження переддипломної практики обсягом 9 кредитів ЄКТС, яка здійснюється відповідно до Положення про проведення практики студентів Національного університету «Запорізька політехніка» (<https://is.gd/JbvFRv>). Співпраця з роботодавцями відіграє важливу роль у формуванні змісту практики. Виходячи з їх потреб формуються цілі і завдання практичної підготовки, визначається її зміст. Згідно з укладеними кафедрою договорами, ЗВО мають можливість проходити практику на виробничих і торговельних підприємствах малого та середнього бізнесу, на промислових підприємствах Запорізького регіону, навіть з подальшим працевлаштуванням. Врахування останніх тенденцій розвитку в сфері маркетингу в практичній підготовці здобувачів відбувається через аналіз зворотного зв'язку з керівниками практики від підприємств. Задоволеність здобувачів компетентностями, здобутими під час практики, має позитивну тенденцію, оскільки вони сприймають їх як можливість отримати досвід майбутньої професійної діяльності.

## **Продемонструйте, що ОП дозволяє забезпечити набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills) упродовж періоду навчання**

ОП «Маркетинг» дозволяє забезпечити набуття здобувачами вищої освіти таких соціальних навичок як міжособистісна взаємодія, лідерські навички, вміння працювати самостійно і в команді в межах ОК 02 Методологія та організація наукових досліджень, ОК 03 Управління проектами, ОК 06 Рекламний менеджмент, ОК 08 Маркетинговий менеджмент через підготовку доповідей, виступів, презентацій, роботу в малих групах для обговорення кейсів і вирішення практичних завдань. У здобувачів формуються навички презентувати та обговорювати результати проведених досліджень, маркетингових проектів, доводити їх дієвість та актуальність, відстоювати свою точку зору, вести переговори, наукові дискусії маркетингової спрямованості. Слід зазначити також можливість отримати здобувачами навички волонтерської діяльності у межах роботи студентського самоврядування



**Продемонструйте, що зміст освітньої програми має чітку структуру; освітні компоненти, включені до освітньої програми, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявленої мети та програмних результатів навчання. Продемонструйте, що зміст освітньої програми забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, досягнення програмних результатів навчання, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів**

Зміст ОП має чітку структуру і представлений у вигляді структурно-логічної схеми, яка показує послідовність вивчення ОК по семестрах із зазначенням кредитів та форми контролю. Пререквізитами для вступу в магістратуру є знання теоретичних основ маркетингу, необхідних також для здачі ЄФВВ. В 1-му семестрі здобувачі вивчають базові дисципліни, які є підставою для вивчення дисциплін 2-го семестру. Так, ОК 01 Соціальна відповідальність та сталий розвиток необхідна для вивчення ОК06 Рекламний менеджмент, ОК08 Маркетинговий менеджмент та ОК 10 Міжнародний маркетинг. ОК 02 Методологія та організація наукових досліджень необхідна для ОК 07 Цифровий маркетинг та ОК 09 Методологія прикладних досліджень у маркетингу. Знання з ОК 03 Управління проектами необхідні для ОК 08 Маркетинговий менеджмент. ОК 04 Іноземна мова професійного спрямування необхідна для ОК 07 Цифровий маркетинг, оскільки більша частина термінів та інформації представлені на англійській мові, а також взагалі для ознайомлення з літературними джерелами в оригіналі по всіх інших ОК. ОК 05 Стратегічний маркетинг є підставою для кращого розуміння ОК 10 Міжнародний маркетинг. В сукупності ОК 1-го та 2-го семестрів дають можливість досягти заявленої мети та РН, підготуватися до проходження переддипломної практики задля отримання практичних навичок і підготовки до захисту кваліфікаційної роботи. Мета ОП передбачає формування високоосвіченого та національно свідомого людського потенціалу, досягнення її ПРН, забезпечує готовність здобувачів самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів (ОК 01, 08, 10)

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

Навчальне навантаження здобувачів складається з аудиторних занять, самостійної роботи та консультацій. Загальні вимоги до навчального навантаження здобувачів регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia\\_pro\\_orhanizatsiyu\\_osvitnoho\\_protseesu.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia_pro_orhanizatsiyu_osvitnoho_protseesu.pdf)) у п.4.1 «Форми організації освітнього процесу». Обсяги годин, що відводяться на самостійну роботу студента, розраховуються відповідно до форми здобуття освіти: навчальний час, що відводиться на самостійну роботу осіб, що здобувають освіту за денною формою, як правило, становить від 1/3 до 2/3 загального часу, відведеного на вивчення конкретної навчальної дисципліни. Таким чином, можна стверджувати про оптимальність співвідношення аудиторного обсягу навантаження студентів на ОП та часу, виділеного їм на самостійну роботу. Крім того, в межах періодичного опитування здобувачів задається питання: «Чи достатньо вам кількості аудиторних годин, виділених на вивчення дисциплін? Якщо ні, то вкажіть за якими саме дисциплінами» (<https://zp.edu.ua/?q=node/11156>)

**Яким чином структура освітньої програми, освітні компоненти забезпечують практикоорієнтованість освітньої програми? Якщо за ОП здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти, опишіть модель та форми її реалізації**

У межах освітніх компонентів ОП викладачі розглядають практичні ситуації, кейси, запрошують для зустрічі зі студентами представників роботодавців. Для проведення практичних занять з дисципліни Цифровий маркетинг було запрошено фахівця-практика Черету Є., який вже багато років працює в компанії «Ноосфера» на посаді керівника відділу закупівлі реклами.

Підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти упроваджується згідно «Положення про дуальну форму здобуття вищої освіти» (<https://is.gd/QhAXzT>). Наказом МОНУ від 15.09.2021 НУ «Запорізька політехніка» включено до переліку закладів фахової передвищої та вищої освіти для впровадження пілотного проекту з підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти. За ОП Маркетинг поки що не здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти.

**Яким чином ОП забезпечує набуття здобувачами навичок і компетентностей направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року № 70/1, визначених Указом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722**

ОП забезпечує набуття здобувачами навичок і компетентностей, направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку ООН, зокрема, з позиції отримання здобувачами якісної освіти на високому професійному рівні з дотриманням вимог чинного законодавства (Ціль 4. Якісна освіта). У межах ОК 10 Міжнародний маркетинг розглядаються можливості міжнародної інтеграції та партнерства ринкових суб'єктів заради сталого розвитку (Ціль 17. Партнерство заради сталого розвитку), що забезпечує набуття СК6 Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.. У межах ОК 01 Соціальна відповідальність та сталий розвиток розглядається значна частина глобальних цілей в контексті прийняття соціально відповідальних маркетингових рішень, пов'язаних зі збереженням ресурсів, дотриманням екологічних умов, економічним зростанням, відповідальним споживанням та виробництвом. Це забезпечує набуття СК10 Здатність приймати соціально відповідальні маркетингові рішення та оцінювати їх

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

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

Сайт Приймальної комісії Національного університету «Запорізька політехніка» <https://pk.zp.edu.ua/>

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

Для організації вступної кампанії до НУ «Запорізька політехніка» за спеціальністю 075 «Маркетинг» за ОП «Маркетинг» основним документом є Правила прийому на навчання для здобуття вищої освіти в НУ «Запорізька політехніка», розроблені відповідно до Умов прийому МОН України та затверджені в установленому порядку на кожний поточний рік (<https://pk.zp.edu.ua/pravyula-pryjomu>).

Умови вступу в магістратуру на ОП «Маркетинг» та перелік документів, необхідних вступнику, розміщені на офіційному сайті Університету: <https://pk.zp.edu.ua/pravyula-pryjomu/>. Правила прийому на навчання за ОП передбачають можливість вступу абітурієнтів на основі ОС «бакалавр» (НРК 6) та на основі ОКР «спеціаліст» і ОС «магістр» (НРК 7) з метою отримання другої вищої освіти. При вступі на перший курс магістратури враховуються результати єдиного вступного іспиту (ЄВІ 2023, 2024; ТЗНК – 0,2; ІМ – 0,2), а також результати єдиного фахового вступного випробування, питання якого враховують особливості спеціальності 075 Маркетинг (ЄФВВ 2024; коефіцієнт – 0,6).

На сайті університету представлені каталоги освітніх програм та онлайн-консультанти з вказаним номером телефону для зв'язку і отримання додаткової інформації щодо освітньої програми (<https://pk.zp.edu.ua/fakultety-ta-parjamy-pidhotovky>)

**Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах? Яким чином забезпечується доступність цієї процедури для учасників освітнього процесу?**

Питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка» ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia\\_pro\\_orhanizatsiyu\\_osvitnoho\\_protseesu.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia_pro_orhanizatsiyu_osvitnoho_protseesu.pdf)) та Порядком реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Poriadok\\_realizatsiyi\\_prava\\_na\\_akademichnu\\_mobilnist.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Poriadok_realizatsiyi_prava_na_akademichnu_mobilnist.pdf)). Визнання результатів навчання в межах програми академічної мобільності здійснюється на основі ЄКТС. Порівняння обсягу навчального навантаження під час здобуття вищої освіти в межах програми академічної мобільності ґрунтується на зіставленні результатів навчання, яких було досягнуто здобувачем в іншому ЗВО, та результатів навчання, запланованих освітньою програмою ЗВО, в якому здобувач навчається на постійній основі.

Зарахування кредитів, які були встановлені під час навчання на інших освітніх програмах, здійснюється за рішенням деканату на підставі документів про раніше здобуту освіту (додаток до диплому, академічна довідка). В університеті унормовано правила визнання результатів навчання та іноземних дипломів. Всю інформацію викладено на сайті університету в розділі Сфери діяльності / Освітня діяльність / Нормативна база освітнього процесу (<https://zp.edu.ua/normativna-baza-navchalnogo-procesu>).

**Наведіть конкретні приклади та прийняті рішення щодо визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах (зокрема під час академічної мобільності)**

Студентка групи ФЕУ-412м Доценко А.О. реалізувала своє право на академічну мобільність, навчаючись паралельно в НУ «Запорізька політехніка» та в Цюрихському університеті на факультеті Економіки та менеджменту в межах програми Global Student Experience, Erasmus+. Вона представила відповідні документи, зокрема Confirmation of Acceptance; Learning Agreement. Student Mobility for Studies. International Mobility, в яких було визначено дисципліни, які вона вивчає в зарубіжному ЗВО. Після цього було складено індивідуальний навчальний план для цієї студентки з урахуванням переліку освітніх компонентів ОП Маркетинг в Національному університеті «Запорізька політехніка» та освітніх компонентів, зазначених у Learning Agreement, які співпадають з обов'язковими з метою перезарахування, а також тих, які можна перезарахувати у якості вибірових (<https://zp.edu.ua/?q=node/10668>)

**Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання, отриманих в неформальній та/або інформальній освіті? Яким чином забезпечується доступність цієї процедури для учасників освітнього процесу?**

Визнання результатів навчання, отриманих здобувачами освіти у неформальній та інформальній освіті, регулюється Положенням про порядок визнання НУ «Запорізька політехніка» результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти ([https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2023/Pol\\_pro\\_por\\_vuzn\\_rezultativ\\_navch\\_zdob\\_neform\\_inform\\_osvity.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2023/Pol_pro_por_vuzn_rezultativ_navch_zdob_neform_inform_osvity.pdf)), п. 2.6 Положення про порядок вибору навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти (<https://is.gd/9QFbzS>). Відповідні положення доступні для усіх учасників освітнього процесу на офіційному веб-сайті університету у розділі Сфери діяльності / Освітня діяльність / Нормативна база освітнього процесу (<https://zp.edu.ua/normativna-baza-navchalnogo-procesu>). Визнання та зарахування результатів навчання, отриманих здобувачами освіти у неформальній освіті, здійснюється на підставі документів про раніше здобуту освіту (додаток до диплома, академічна довідка, свідоцтво про підвищення

кваліфікації), витягу з навчальної картки, в разі одночасного навчання за декількома програмами або академічної довідки ЄКТС. За зверненням здобувачів освіти, як виконання вибіркової складової освітньої програми, їм можуть бути також зараховані результати навчання, отримані у неформальній та інформальній освіті. Здобувачі поінформовані про процедури, критерії визнання результатів навчання за неформальною освітою, одним із яких є наявність підтверджувальних документів про рівнозначний до відповідної ОК обсяг кредитів ЄКТС.

#### **Наведіть конкретні приклади та прийняті рішення щодо визнання результатів навчання отриманих у неформальній та/або інформальній освіті**

Визнання результатів навчання, отриманих на безоплатних курсах компанії Coursera, академії WebPromoExperts. Зокрема, у межах ОК 07 Цифровий маркетинг визнання результатів онлайн курсу академії WebPromoExperts «SMM з AI» в якості самостійної роботи за темами «SMM-просування», «Технології штучного інтелекту в маркетингу»; онлайн курсу компанії Coursera «Пошукова оптимізація (SEO)» в якості самостійної роботи за темою «SEO-просування сайту»; онлайн курсу «Маркетинг у цифровому світі» за темою «Вступ до цифрового маркетингу». У межах ОК 10 Міжнародний маркетинг визнання результатів навчання онлайн курсу «Міжнародний маркетинг та міжгалузеве зростання» в якості самостійної роботи за темою «Маркетинг в діяльності міжнародних компаній». У межах ОК09 Методологія прикладних досліджень у маркетингу визнання результатів навчання онлайн курсу «Маркетингова аналітика» в якості самостійної роботи за темою «Дослідження споживачів». У межах ОК05 Стратегічний маркетинг визнання результатів навчання онлайн курсу «Маркетингова стратегія» в якості самостійної роботи за темами «Сутність, сфера і процес стратегічного маркетингу», «Маркетингова стратегічна сегментація».

Результати навчання у вигляді підготовки доповіді, презентації, виступу студентки групи ФЕУ-413м Діденко В. на щорічній Міжнародній науково-практичній конференції молоді, організованої ПАТ «Запоріжсталь», було зараховано як частина самостійної роботи ОК 02 Методологія та організація наукових досліджень

#### **4. Навчання і викладання за освітньою програмою**

##### **Продемонструйте, що освітній процес на освітній програмі відповідає вимогам законодавства (наведіть посилання на відповідні документи). Яким чином методи, засоби та технології навчання і викладання на ОП сприяють досягненню мети та програмних результатів навчання?**

Освітній процес на ОП Маркетинг відповідає вимогам законодавства, оскільки здійснюється на основі Положення про організацію освітнього процесу НУ «Запорізька політехніка» ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia\\_pro\\_orhanizatsiyu\\_osvithnoho\\_protseesu.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia_pro_orhanizatsiyu_osvithnoho_protseesu.pdf)), яке регламентує організацію та здійснення освітнього процесу за освітніми програмами вищої освіти в Університеті відповідно до законодавства України (Конституція України, закони України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про мову», «Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку індивідуальних освітніх траєкторій та вдосконалення освітнього процесу», Національна рамка кваліфікацій, Статут Університету, Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності, стандарти вищої освіти).

Методи, засоби та технології навчання і викладання обираються відповідно до програмних результатів навчання. Методами навчання, які використовують викладачі в освітньому процесі є: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, лекція, ілюстрація, практична робота, лабораторний метод, вправа, аналітичний, індуктивний та дедуктивний методи. Засобами навчання є літературні та інтернет-джерела, технічні засоби (ноутбуки, планшети, комп'ютери, мобільні телефони), інформаційно-аналітичні програми і програмні продукти. Технології навчання: структурно-логічні, інформаційно-комп'ютерні, діалогово-комунікаційні, модульно-рейтингові. Навчальні заняття проводяться на платформах дистанційного навчання Google Meet та Zoom

##### **Продемонструйте, яким чином методи, засоби та технології навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу. Яким є рівень задоволеності здобувачів вищої освіти методами навчання і викладання відповідно до результатів опитувань?**

Студентоцентрований підхід передбачає створення умов здобувачам для успішного опанування ОП, зокрема шляхом вибору методів та засобів навчання при організації самостійної роботи; формування індивідуальної освітньої траєкторії через використання права вибору ВК не менше 25%, узгодження індивідуальних завдань та дослідницьких проєктів за окремими ОК. Інформація щодо методів та засобів навчання у межах окремих освітніх компонентів подана у програмах навчальних дисциплін. Думка здобувачів враховується через долучення студентів до участі у засіданнях кафедри, Вченої ради факультету, університету. Ступінь задоволеності здобувачів навчанням та викладанням визначається при аналізі результатів опитування за анкетами «Якість освітньої програми» та «Якість викладання дисциплін», які представлені на Гугл диску (посилання у розділі «Анкетування студентів» (<https://zp.edu.ua/?q=node/11156>) на сайті кафедри). Одне з питань анкети щодо якості освітньої програми: «Чи задоволені ви методами навчання і викладання?» Опитування щодо якості викладання дисциплін проводилося стосовно восьми обов'язкових ОК. Серед питань було наступне: «Чи задоволені ви методами навчання і викладання з даної дисципліни?». Анкетування має анонімний характер опитування. Вивчення рівня задоволеності здобувачів методами навчання і викладання відбувається також під час бесід з куратором, завідувачем кафедрою, доводиться через студентське самоврядування

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

Викладачі ОП мають можливість вільно обирати зміст, форми, методи, засоби і технології навчання, враховуючи думку та інтереси здобувачів. Вони мають право на творчу ініціативу, розробку і застосування авторських програм і методик навчання в межах ОП, окремого навчального курсу, модуля; мають право на вибір підручників, навчальних посібників та інших засобів навчання відповідно до ОП та ОК; незалежно формують критерії оцінювання за кожний вид роботи по своїй дисципліні. Якщо проаналізувати ОК в контексті вибору методів, засобів і технологій навчання, то принципи академічної свободи присутні в кожному. Наприклад, в дисципліні «Цифровий маркетинг» викладач використовує інформаційно-комп'ютерні технології навчання, методи викладання включають не тільки лекції, але й практичну роботу, лабораторний метод; засоби навчання сконцентровані, в першу чергу, на інтернет-джерелах, певних інформаційних продуктах та програмах, які дозволяють краще досягти ПРН. Розроблено авторську програму дисципліни «Управління маркою». Основу взаємодії із здобувачами вищої освіти у процесі навчання склала діалогово-комунікаційна технологія викладання, впроваджена шляхом використання кейс-методики, методики «розподілу ролей у команді». У підсумку це було спрямовано на розвиток як професійних навиків здобувачів, так і Soft skills (вміння працювати у команді, комунікабельність, навички аргументації, переконання та сприйняття точки зору іншого учасника взаємодії, здатність до медіації)

### **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**

Перед початком навчання, на організаційних зборах, здобувачам 1 курсу надається інформація про ОП, зокрема куратор групи розповідає щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання. Здобувачі також можуть самостійно ознайомитися з ОП, яку розміщено на сторінках факультету (<https://pk.zp.edu.ua/fakultety-ta-napryamy-pidhotovky>) та кафедри (<https://zp.edu.ua/?q=node/241>). У силабусах та програмах навчальних дисциплін кожного ОК представлено інформацію про мету, зміст та очікувані результати навчання, про порядок та критерії оцінювання. Силабуси та програми розміщені на сторінці кафедри, в системі Moodle та в репозитарії університету. Все це у вільному доступі для кожного здобувача. На початку викладання дисципліни викладач ознайомлює здобувачів із цілями, змістом та очікуваними результатами навчання, порядком і критеріями оцінювання знань. Інформацію про цілі, зміст, результати навчання, критерії оцінювання з переддипломної практики надає керівник практики від кафедри. Ця інформація також міститься у Методичних вказівках. Інформування здобувачів в умовах дистанційного навчання здійснюється й через соціальні мережі та засоби зв'язку.

В анкеті «Якість викладання дисциплін» були питання: «Викладач ознайомив Вас із критеріями оцінювання, чітко їх дотримувався, об'єктивно, чесно і прозоро оцінював Ваші знання?», «Викладач пояснював важливість вивчення даної дисципліни для майбутньої професії, надавав інформацію щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання?»

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

Поєднання навчання з дослідженнями є одним з принципів організації освітнього процесу в університеті. На сайті кафедри в розділі «Наукове життя студентів» представлена участь студентів в конкурсах, конференціях та олімпіадах (<https://zp.edu.ua/?q=node/2612>). Формами поєднання навчання і досліджень є: виконання дослідницьких завдань в межах практичних, лабораторних і самостійних робіт, під час написання кваліфікаційної роботи; участь у роботі наукового гуртка «Я - маркетолог, я – логіст», конкурсах студентських наукових робіт; презентація результатів власних досліджень, проведених у межах практичних завдань з дисциплін. Самостійна та практична робота здобувачів передбачає формування дослідницьких та аналітичних навичок (проведення маркетингових досліджень, розроблення маркетингової стратегії, підготовка аналітичних документів). Виконання кваліфікаційної магістерської роботи включає дослідження і/або створення власного проекту в сфері маркетингової діяльності. Здобувачі також були залучені до реалізації наукової теми кафедри 05511 «Маркетингове та логістичне забезпечення діяльності підприємств в умовах екологізації та цифровізації економіки», результатом чого є публікація статей та тез доповідей разом з викладачами кафедри у фахових виданнях України та зарубіжних виданнях (<https://zp.edu.ua/?q=node/2614>), підготовка кваліфікаційних робіт у межах НДР, участь у конкурсах. Зокрема, участь у Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістр) ОКР вищої освіти на базі Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту. На конкурс у 2023р. було надіслано 3 дипломні роботи. За результатами конкурсу дипломна робота В. ГОЛУБ, керівник проф. Лифар В.В. зайняла 2 місце. На конкурс у 2024 р. було надіслано 3 дипломні роботи. За результатами конкурсу дипломна робота А. МІЗІН, керівник проф. Лифар В.В. зайняла 3 місце. Представляючи результати своїх досліджень у вигляді тез та доповідей на щорічний науково-практичний конференції університету «Тиждень науки», на секційних засіданнях кафедри Міжнародної конференції «Відновлення України та її регіонів в контексті глобальних трендів: управління, адміністрування та забезпечення» у 2023 р. (<https://zp.edu.ua/conference-2023-1-1>) та у 2024р. (<https://zp.edu.ua/conference-2024-1-3>), студенти демонструють свої навички щодо міжособистісної взаємодії, вміння презентувати та обговорювати результати проведених досліджень.

При проходженні переддипломної практики здобувачі поєднують отримані під час навчання знання з можливістю застосувати їх на практиці, отримати певний професійний досвід, провести відповідні маркетингові дослідження. Керівники практики від підприємств надають студентам індивідуальні завдання, результати виконання яких є корисними для підприємств-баз практики. За результатами проведених досліджень та отриманого досвіду студенти готують звіти з переддипломної практики та використовують отримані дані для підготовки кваліфікаційної роботи

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

Оновлення змісту навчальних дисциплін відбувається згідно Положення про організацію освітнього процесу

([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia\\_pro\\_orhanizatsiyu\\_osvitnoho\\_protseesu.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia_pro_orhanizatsiyu_osvitnoho_protseesu.pdf)) на основі наукових досягнень і сучасних практик, пропозицій стейкхолдерів та тенденцій ринку праці. Зокрема, відбувається:

- щорічне оновлення програм навчальних дисциплін з їх обговоренням на засіданнях кафедри (протокол №1 кожного поточного навчального року);
- проведення науково-методичних семінарів кафедри;
- адаптація до умов дистанційного та змішаного навчання через забезпечення навчальних дисциплін електронними навчальними курсами (<https://moodle.zp.edu.ua>).

Викладачі кафедри регулярно проходять підвищення кваліфікації (стажування) (<https://zp.edu.ua/?q=node/2606>), беруть активну участь у самовдосконаленні шляхом участі у численних заходах наукового спрямування – міжнародні та всеукраїнські науково-практичні конференції, онлайн-конференції; освітнього – освітні вебіари, тренінги, майстер-класи, освітні курси в Scientific Publications, Prometheus, Genesis, UGEN, USAID, UDEMY; просвітницького характеру – членство в Українській асоціації маркетингу, що підтверджено відповідними сертифікатами, дипломами (<https://zp.edu.ua/?q=node/2606>). Це надає можливість оновлювати зміст теоретичної та практичної частини занять. Зокрема, в ОК «Методологія прикладних досліджень у маркетингу» - використання методу аналізу ієрархії задля ієрархічної композиції пріоритетів та вибору найбільш вигідного маркетингового рішення, методологію маркетингових досліджень брендів, методика AdEval для дослідження і тестування ефективності реклами, методичні аспекти розрахунку показників ринкової влади.

В ОК Стратегічний маркетинг – кількісна методика проведення SWOT-аналізу, методика вибору маркетингової стратегії підприємства на основі поєднання класичних варіантів ситуації в галузі та ринкового становища підприємства; система стратегічного маркетингового управління торговельною маркою. В ОК Маркетинговий менеджмент – алгоритм побудови інтернет-маркетингової стратегії; методика удосконалення маркетингової діяльності підприємства на основі інструментів стратегічного аналізу. В дисципліні «Маркетинг інновацій та електронні комунікації в маркетингу» – методика дослідження показників діяльності підприємств в мережі Інтернет та соціальних мережах на основі використання технології Google Ads, Meta Business Suite, а також різних аналітичних сервісів SocialBlade, Similarweb, Google trends та інших. В ОК «Рекламний менеджмент» – розроблена авторська система показників для аналізу соціальних мереж, алгоритм впровадження воронки продажів в Інстаграм з урахуванням особливостей різних ніш та бізнесів.

Списки рекомендованої літератури в РП, силабусах, методичних вказівках ОК регулярно оновлюються новими підручниками та навчальними посібниками, зокрема, науковими публікаціями викладачів кафедри. Так само переглядаються рекомендовані до ознайомлення здобувачів інтернет-джерела

### **Опишіть, яким чином навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності за освітньою програмою та закладу вищої освіти**

Стратегією розвитку Національного університету «Запорізька політехніка» передбачено інтеграцію в міжнародний освітній і науковий простір (<https://goo.su/RDkzb17>). Університет має 46 чинних угод з університетами, освітянськими організаціями та підприємствами (Звіт ректора, п. 4.3 [https://zp.edu.ua/uploads/rector/zvit\\_rekora\\_2023.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/rector/zvit_rekora_2023.pdf)). Інформація, пов'язана з інтернаціоналізацією діяльності, наведена у Порядку реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Poriadok\\_realizatsiyi\\_prava\\_na\\_akademichnu\\_mobilnist.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Poriadok_realizatsiyi_prava_na_akademichnu_mobilnist.pdf)). Перелік міжнародних проєктів, у реалізації яких брав/бере участь університет, наведений на сайті за посиланням: <https://zp.edu.ua/mizhnarodni-proyekty-nu-zaporizka-politehnika>. Інтернаціоналізація діяльності координується відділом міжнародної діяльності та роботи з іноземними студентами (<http://surl.li/eylbg>). Викладачі ОП беруть участь у міжнародних конференціях, результати досліджень публікують у виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних Scopus, Web of Science (<https://zp.edu.ua/?q=node/2614>). Викладачі кафедри проходять закордонні стажування, приймають участь у міжнародних освітніх тренінгах та програмах, що підтверджено відповідними сертифікатами, дипломами (<https://zp.edu.ua/?q=node/2606>).

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

### **Яким чином форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти дають можливість встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремого освітнього компонента та/або освітньої програми в цілому?**

Порядок, форми проведення контрольних заходів регламентовано п.4.4 Положення про організацію освітнього процесу, Положенням про організацію ректорського контролю якості навчання студентів (<https://is.gd/j2NGoX>), Положенням про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії з атестації здобувачів вищої освіти (<https://is.gd/TrpEwF>), Кодексом академічної доброчесності (<http://surl.li/aknjo>), що дозволяє чітко та прозоро перевіряти досягнення ПРН здобувачами. Всі форми контролю направлені на перевірку досягнення ПРН. Об'єктивне оцінювання результатів навчання забезпечується раціональним поєднанням видів, форм і методів контролю. Зміст, форми проведення контролю, засоби та критерії оцінювання подані у програмах навчальних дисциплін і знаходяться у вільному доступі.

Підчас навчання використовуються наступні види контролю: вхідний, поточний, підсумковий. Вхідний контроль проводиться для визначення рівня підготовки здобувачів на першому занятті та полягає у з'ясуванні рівня готовності здобувача до вивчення дисципліни. Поточний контроль, мета якого полягає у забезпеченні зворотного зв'язку зі здобувачами, управління мотивацією навчання, спрямований на оцінку аудиторної та самостійної роботи. Він проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на семінарських/практичних

заняттях та лекціях, у формі виступів студентів при обговоренні питань на семінарських заняттях, у формі тестування (переважно в умовах онлайн-освіти). Об'єктами поточного контролю виступають виконання обов'язкових завдань самостійної роботи, виконання індивідуальних дослідницьких завдань (за вибором здобувача вищої освіти або викладача). Викладач у межах ОК може враховувати також участь в конференціях, конкурсах, олімпіадах, проходження онлайн курсів в якості неформальної освіти. Нарахування балів здійснюється за 100-бальною шкалою за нормами п.10 Критерії оцінювання результатів навчання, визначеними викладачем в програмі навчальної дисципліни. Рубіжний контроль проводиться після вивчення логічно завершеної частини програми навчальної дисципліни і проводиться у вигляді модульної контрольної роботи або за результатами поточного контролю.

Підсумковий контроль представлений семестровим контролем та атестацією. Підсумкове оцінювання засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу з кожної дисципліни здійснюється за результатами поточного контролю (залік) або виконання екзаменаційного завдання (екзамен). Екзамен складається онлайн через систему Moodle. Зміст і структура екзаменаційних білетів та критерії оцінювання затверджуються рішенням випускової кафедри. В цілому, застосовується усний, письмовий (комп'ютерний) та комбінований контроль (письмовий та усний разом). Підсумковий контроль проводиться для оцінювання досягнення здобувачем результатів навчання, визначених програмою ОК та рівня сформованості цих результатів.

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

Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів і критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів забезпечуються Положенням про організацію освітнього процесу, визначенням форм проведення поточного і підсумкового контролю та критеріями оцінювання, які описані в силабусах, програмах навчальних дисциплін та розміщені у вільному доступі в репозитарії, на сайті кафедри (<https://zp.edu.ua/kafedra-marketingu-ta-logistiki>) та в системі Moodle. В програмах навчальних дисциплін наведений розподіл балів за змістовними модулями, вказані можливі бали з кожного контрольного заходу. Передбачені кількісні і якісні критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти. Оцінювання за кількісними критеріями здійснюється за 100-бальною шкалою. Оцінювання проводиться з використанням методів поточного, рубіжного та підсумкового семестрового оцінювання. Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який передбачає здачу екзаменів та заліків. Оцінка проходження переддипломної практики відбувається шляхом захисту звітів з переддипломної практики. Атестація проходить в формі публічного захисту кваліфікаційних магістерських робіт, які обов'язково перевіряються на плагіат в Бібліотеці Університету (<http://library.zp.edu.ua/>) системою Strike Plagiarism. В анкеті «Якість викладання дисциплін» є питання: «Викладач ознайомив Вас із критеріями оцінювання, чітко їх дотримувався, об'єктивно, чесно і прозора оцінював Ваші знання?»

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

Механізм проведення контрольних заходів, забезпечується Положенням про організацію освітнього процесу; графіком освітнього процесу на поточний навчальний рік (<https://zp.edu.ua/potochni-rozporjadchi-dokumenty-navchalno-metodichnogo-viddilil>), розкладом екзаменаційних сесій, які оприлюднюються на Освітньому порталі університету (<https://portal.zp.edu.ua/>), в Telegram-каналі Факультету бізнес-технологій та економіки ([https://t.me/fbte\\_nuzp](https://t.me/fbte_nuzp)), на сторінці кафедри у розділі Розклад консультацій та атестацій (<https://zp.edu.ua/?q=node/2602>), в системі Moodle по кожній дисципліні, а також на інформаційних стендах.

Особисте інформування здобувачів освіти про форми контрольних заходів та критерії оцінювання у межах окремої дисципліни здійснюється викладачами на першому занятті. Форми контролю та критерії оцінювання визначаються в силабусі та програмі навчальної дисципліни, які розміщено в Moodle. Розклад екзаменаційної сесії оприлюднюється не пізніше двох тижнів до її початку; перелік залікових та екзаменаційних питань обов'язково є в Методичних вказівках з кожної дисципліни. В системі Moodle в розділі «Дипломування» розміщено вимоги до виконання та захисту звітів з переддипломної практики та кваліфікаційних магістерських робіт (<https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=3539>). Вся інформація про форми контрольних заходів знаходиться у вільному доступі.

В анкеті «Якість освітньої програми» є питання: «Як ви оцінюєте рівень інформаційного забезпечення різних аспектів навчання?»

### **Яким чином форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти (за наявності)? Продемонструйте, що результати навчання підтверджуються результатами єдиного державного кваліфікаційного іспиту за спеціальностями, за якими він запроваджений**

Згідно Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг

«Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи». За ОП передбачено таку форми атестації як ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи (21 кредит ЄКТС). Кваліфікаційна магістерська робота являє собою самостійну роботу і обов'язково проходить перевірку програмою StrikePlagiarism на відсутність академічного плагіату відповідно до наказу №42 від 03.02.2022 р. (<http://surl.li/eylgv>) та Положення про перевірку в НУ «Запорізька політехніка» кваліфікаційних робіт (дипломних робіт/проектів) здобувачів вищої освіти на наявність ознак академічного плагіату ([https://zp.edu.ua/uploads/academic\\_council/drafts/20220131/1.2\\_Pol\\_pro\\_per\\_na\\_nay\\_ozn\\_plag\\_2022.docx](https://zp.edu.ua/uploads/academic_council/drafts/20220131/1.2_Pol_pro_per_na_nay_ozn_plag_2022.docx)). Оригінальність засвідчується Довідкою про відсоток оригінальності. Роботи, що не пройшли перевірку, до захисту не допускаються. Передбачена також зовнішня рецензія. Проводиться публічний захист кваліфікаційних робіт перед екзаменаційною комісією. Склад комісії визначається згідно Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії з атестації здобувачів та затверджується наказом ректора.

Публічний захист кваліфікаційних робіт також регламентується Наказом № 253 від 29.06.21 «Про введення в дію Кодексу академічної доброчесності у Національному університеті «Запорізька політехніка» (<https://is.gd/45NQW3>).  
Захищені кваліфікаційні роботи оприлюднюються в Репозитарії університету (<https://eir.zp.edu.ua/home>)

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

Процедура проведення контрольних заходів регулюється згідно п.4.4 Контрольні заходи Положення про організацію освітнього процесу ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia\\_pro\\_orhanizatsiyu\\_osvitnoho\\_protseesu.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia_pro_orhanizatsiyu_osvitnoho_protseesu.pdf)), яке розміщено у вільному доступі на сайті університету. Контрольні заходи відбуваються згідно з графіком освітнього процесу на поточний рік наприкінці кожного семестру (<https://zp.edu.ua/potochni-rozporuyadchi-dokumenty-navchalno-metodichnogo-viddil>). Силабуси та програми навчальних дисциплін містять розділи, що регламентують проведення поточного та підсумкового контролю, а також критерії їх оцінювання. Силабуси розміщені в Moodle, в репозитарії і на сайті кафедри у розділі «Обов'язкові дисципліни кафедри». На освітньому порталі університету, інформаційних стендах деканату, веб-сторінці кафедри «Маркетинг та логістика» в розділі «Розклад консультацій та атестацій», в системі Moodle оприлюднені: розклад занять, графік атестації, перелік семестрових заліків та екзаменів, що є доступними як в умовах дистанційного, так і змішаного навчання.

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

Об'єктивність викладачів при проведенні контрольних заходів забезпечується проведенням тестів та письмових екзаменів. З метою упередження конфліктів та їх врегулювання практикується завчасне інформування здобувачів щодо змісту, кількості та якості виконання завдань, тривалості контрольного заходу, прозорого механізму оцінювання, вільного доступу до інформації про критерії оцінювання, терміни проведення контрольних заходів. Екзамени проводяться лекторами, які викладали дисципліну. Екзаменаційні білети та критерії оцінювання затверджуються на засіданні кафедри. Якщо підсумковий контроль здійснюється у формі комп'ютерного тестування, то це відбувається автоматично, без участі викладача у системі Moodle, що також забезпечує об'єктивність оцінювання знань. Всім здобувачам вищої освіти забезпечуються рівні умови. У випадках конфліктної ситуації за мотивованою заявою здобувача чи викладача, деканом створюється комісія для приймання/перескладання екзамену (заліку), до якої входять завідувач кафедри і викладачі кафедри, представники деканату. Всі процедури виконуються згідно Положення про врегулювання конфліктних ситуацій ([https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2020/pol\\_pro\\_vreg\\_konfliktnykh\\_sytuatsiy.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2020/pol_pro_vreg_konfliktnykh_sytuatsiy.pdf)). Випадків оскарження результатів контрольних заходів на ОП «Маркетинг», а також конфлікту інтересів не відбувалося

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів регламентується п.4.4 Контрольні заходи Положення про організацію освітнього процесу ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia\\_pro\\_orhanizatsiyu\\_osvitnoho\\_protseesu.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia_pro_orhanizatsiyu_osvitnoho_protseesu.pdf)). У разі отримання незадовільної оцінки під час екзамену здобувач має право скласти екзамен до початку наступного семестру повторно не більше двох разів з кожної навчальної дисципліни: один раз - викладачеві, другий - комісії, яка створюється деканом факультету. Здобувач має право на повторне складання екзамену для підвищення позитивної оцінки, у тому числі після початку наступного семестру на умовах отримання додаткової освітньої послуги. Результати повторного складання екзамену у такому випадку не враховуються при формуванні рейтингів успішності здобувачів для призначення академічної стипендії.

За період реалізації ОП випадків повторного проходження контрольних заходів не було

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

Порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів регулюється п.4.4 Контрольні заходи Положення про організацію освітнього процесу ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia\\_pro\\_orhanizatsiyu\\_osvitnoho\\_protseesu.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/08/Polozhennia_pro_orhanizatsiyu_osvitnoho_protseesu.pdf)). У разі незгоди з оцінкою поточного або підсумкового контролю здобувач має право на подання протягом одного дня після оголошення оцінки апеляції на результати екзамену декану факультету. У цьому випадку декан призначає комісію з числа осіб, які є компетентними у предметі оцінювання і не брали участі у попередньому оцінюванні результатів навчання здобувача, яка має здійснити повторне оцінювання до початку нового семестру. У роботі комісії може брати участь представник студентів, якщо він буде делегований органом студентського самоврядування відповідного факультету. Якщо здобувач під час складання екзамену комісії отримав незадовільну оцінку, то він має пройти повторне вивчення відповідного освітнього компонента або (для вибіркового освітніх компонентів) може обрати для вивчення інший вибіркового освітній компонент.

За час реалізації ОП випадків оскарження результатів підсумкового контролю не було.

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

Політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, яка є невід'ємною складовою освітнього процесу, містяться та закріплені у таких основних нормативних документах, які представлені на сайті в Реєстрі основної нормативної бази університету в розділі 4.3 Академічна доброчесність (<https://docs.zp.edu.ua/>):

1. Декларація про принципи використання генеративного штучного інтелекту при провадженні освітнього процесу та здійсненні наукової діяльності в НУ «Запорізька політехніка»
  2. Положення Національного університету «Запорізька політехніка» про види академічної відповідальності (у тому числі додаткові та/або деталізовані) учасників освітнього процесу за конкретні порушення академічної доброчесності
  3. Порядок виявлення та встановлення фактів порушення академічної доброчесності у Національному університеті «Запорізька політехніка»
  4. Кодекс академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» (<http://surl.li/aknjo>)
  5. Положення про перевірку в НУ «Запорізька політехніка» кваліфікаційних робіт (дипломних робіт/проектів) здобувачів вищої освіти на наявність ознак академічного плагіату (<http://surl.li/eylgv>).
  6. Положення про перевірку в Національному університеті «Запорізька політехніка» звітів за результатами наукової і науково-технічної діяльності на наявність ознак академічного плагіату
- Ці документи спрямовані на створення і підтримку ефективної системи дотримання академічної доброчесності в університеті

### **Які технологічні рішення використовуються на ОП як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності? Вкажіть посилання на репозиторій ЗВО, що містить кваліфікаційні роботи здобувачів вищої освіти ОП**

Протидію порушенню академічної доброчесності регламентує Кодекс академічної доброчесності ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Nakaz\\_N253\\_vid\\_29.06.21.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf)), який визначає принципи, фундаментальні цінності, норми академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин, основні види порушень академічної доброчесності, заходи із недопущення та академічну відповідальність усіх учасників освітнього процесу.

Інструментами протидії порушенням академічної доброчесності є:

- використання спеціалізованого програмного забезпечення для виявлення плагіату – програми Strike Plagiarism, використання якої відбувається на основі Договору №468-юр з ТОВ «ПЛАГІАТ»;
  - розроблення та впровадження комп'ютерного тестування здобувачів вищої освіти з автоматичним оцінюванням роботи;
  - проходження сертифікованих тренінгів і семінарів з академічної доброчесності учасниками освітнього процесу.
- Положення про перевірку кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти на наявність ознак академічного плагіату встановлює вимоги до академічної доброчесності в процесі написання, допуску до захисту та оприлюднення кваліфікаційних робіт ([https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Nakaz\\_N42\\_vid\\_03.02.22.pdf](https://docs.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Nakaz_N42_vid_03.02.22.pdf)). Захищені кваліфікаційні роботи оприлюднюються в Репозитарії університету (<https://eir.zp.edu.ua/home>)

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

Для популяризації академічної доброчесності серед здобувачів ОП Маркетинг проводяться заходи:

- введено в дію Кодекс академічної доброчесності для формування інституційного середовища академічної доброчесності та етики взаємовідносин;
- інформування учасників освітнього процесу про академічну доброчесність шляхом проведення щорічних заходів (лекції, вебінари, круглі столи). Зокрема, щорічна лекція проф. В.Бахрушина на тему «Основні засади академічної доброчесності» (<https://zp.edu.ua/shchorichna-lekciya-na-temu-osnovni-zasady-akademichnoyi-dobrochesnosti>); вебінар «Академічна доброчесність: виклики, проблеми та перспективи» (<https://zp.edu.ua/vebinar-akademichna-dobrochesnist-vyklyku-problemy-ta-perspektivy-1>);
- щорічне опитування серед здобувачів вищої освіти НУ «Запорізька політехніка» щодо дотримання принципів академічної доброчесності (<https://zp.edu.ua/monitoring-opytuvannya-sered-zdobuvachiv-vyshchoyi-osvity-nu-zaporizka-politehnika-shchodo>), щодо оцінки якості освітнього процесу та дотримання принципів академічної доброчесності (<https://zp.edu.ua/monitoring-opytuvannya-sered-zdobuvachiv-vyshchoyi-osvity-nu-zaporizka-politehnika-shchodo-ocinky>);
- консультування здобувачів 1 курсу щодо вимог з написання кваліфікаційних робіт із наголошенням на принципах самостійності, коректного використання інформації з інших джерел, уникання плагіату, а також правил опису джерел та оформлення цитувань в межах ОК «Методологія та організація наукових досліджень».

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

Основні документи, які регулюють ситуації, пов'язані з порушенням академічної доброчесності є: Положення Національного університету «Запорізька політехніка» про види академічної відповідальності (у тому числі додаткові та/або деталізовані) учасників освітнього процесу за конкретні порушення академічної доброчесності; Порядок виявлення та встановлення фактів порушення академічної доброчесності у Національному університеті «Запорізька політехніка»; Кодекс академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» (<https://docs.zp.edu.ua/>).

Питання порушення академічної доброчесності в Національному університеті «Запорізька політехніка» розглядає Комісія з питань академічної доброчесності Вченої ради університету або передає їх факультетським комісіям. До складу комісії входить здобувач вищої освіти, делегований виконавчим органом студентського самоврядування університету згідно п.6 Кодексу про академічну доброчесність. Відповідно до Кодексу передбачено такі види відповідальності за порушення академічної доброчесності здобувачем вищої освіти:



зауваження, попередження, повторне проходження оцінювання, повторне проходження вивчення освітнього компоненту ОП; позбавлення академічної стипендії; відрахування з університету. Випадків порушення академічної доброчесності здобувачами на ОП Маркетинг не було

## 6. Людські ресурси

**Продемонструйте, що викладачі, залучені до реалізації освітньої програми, з огляду на їх кваліфікацію та/або професійний досвід спроможні забезпечити освітні компоненти, які вони реалізують у межах освітньої програми, з урахуванням вимог щодо викладачів, визначених законодавством**

Усі викладачі, залучені до реалізації ОП Маркетинг, відповідають вимогам п.37. Проф. Лифар В. (ОК Стратегічний маркетинг, Міжнародний маркетинг, Методологія прикладних досліджень у маркетингу, Методологія та організація наукових досліджень) має вищу освіту за спец. «Менеджмент організацій», спеціалізація «Маркетинг у виробничій сфері»; науковий ступінь д.е.н. за спец. 08.00.05 Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, науковий ступінь к.е.н. за спец. 08.06.01 Економіка, організація і управління підприємствами; досвід професійної діяльності на посаді маркетолога більше 9 років; за останні 5 років має 9 статей у фахових виданнях України та наукометричної бази Web of Science; є співавтором 3 колективних монографій, 1 навчального посібника

Доц. Соколова Ю. (ОК Маркетинговий менеджмент) має вищу освіту за спец. «Менеджмент організацій»; науковий ступінь к.е.н. за спец. 08.06.03 Економіка та управління національним господарством; досвід професійної діяльності на посаді маркетолога протягом 3 років та на посаді менеджера з продажів більше 9 років; за останні 5 років має 10 статей у фахових виданнях України та наукометричних баз Web of Science, Scopus

Проф. Зеркаль А. (ОК Рекламний менеджмент) має вищу освіту за спец. «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», за спец. «Маркетинг» (магістр з маркетингу); науковий ступінь д.е.н. за спеціальністю 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»; є Академіком Академії економічних наук України (секція Маркетинг); за останні 5 років має 10 статей у фахових виданнях України та наукометричних баз Web of Science, Scopus; автором 2-х одноосібних монографій, співавтором 2-х колективних монографій

Доц. Жукова Н. (ОК Іноземна мова професійного спрямування) має вищу освіту за спец. «Мова та література (англійська)»; науковий ступінь канд. філологічних наук за спец. 10.02.04 «Германські мови»; 4 статті у виданнях наукометричних баз Web of Science, Scopus; має досвід професійної діяльності більше 7 років в якості тренера викладачів (Британська Рада в Україні)

Доц. Ємельяненко Є. (ОК Соціальна відповідальність та сталий розвиток) має вищу освіту за спец. «Філологія»; науковий ступінь канд. філософських наук за спец. 08.09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії»; за останні 5 років має 6 статей у фахових виданнях України та наукометричних баз Web of Science, Scopus

Доц. Широкопад Д. (ОК Цифровий маркетинг) має вищу освіту за спец. «Системний аналіз та управління», за спец. «Прикладна математика»; науковий ступінь кандидата фізико-математичних наук за спец. 01.04.07 «Фізика твердого тіла»; за останні 5 років має 14 статей у фахових виданнях України та наукометричних баз Web of Science, Scopus

Доц. Соріна О. (ОК Управління проектами) має вищу освіту за спец. «Менеджмент організацій»; науковий ступінь к.е.н. за спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»; за останні 5 років має 6 статей у фахових виданнях України

**Продемонструйте, що процедури конкурсного відбору викладачів є прозорими, недискримінаційними, дають можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми та послідовно застосовуються**

Рівень професіоналізму викладачів є головним критерієм проходження конкурсного добору, вимоги якого регламентуються наказом №349 від 28.10.2022 Про запровадження системи цільових показників діяльності (<http://surl.li/eylko>), Наказом №364 від 07.11.22 Про затвердження форм документів для проведення конкурсного відбору (<http://surl.li/eylku>) та Порядком проведення конкурсного відбору (<http://surl.li/eylkw>).

Після подачі документів кандидатури претендентів на заміщення вакантних посад запрошуються на засідання кафедри, заслуховують їх звіти за видами робіт або резюме. Для оцінки рівня професійної кваліфікації претендента кафедра може запропонувати йому прочитати пробні лекції, провести практичні заняття у присутності НПП, за результатами яких складається відгук про відкрите заняття. Згідно п.38 чинних Ліцензійних умов, враховується наявність профільної освіти, наукового ступеня та вченого звання, список наукових праць за останні 5 років і т.д. За результатами розгляду заяв і документів проводиться таємне (відкрите) голосування. Після засідання кафедри подається витяг з протоколу кафедри про рекомендації щодо обрання кандидатів, з результатами голосування і направляє його на розгляд Вченої ради університету (факультету). Претендент має ознайомитися з рішенням кафедри. Усі НПП, які забезпечують освітній процес за ОП, повинні мати не менше чотирьох досягнень у професійній діяльності за останні п'ять років. Для продовження контракту важливими є результати рейтингового оцінювання НПП

**Опишіть, із посиланням на конкретні приклади, яким чином заклад вищої освіти залучає роботодавців, їх організацій, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу**

Кафедра залучає роботодавців та професіоналів-практиків до реалізації ОП у такий спосіб:

1) підписання договорів про проходження практики студентами (<https://zr.edu.ua/?q=node/10669>). У 2023, 2024 рр. укладено договори на проходження практики студентами ОП, в тому числі переддипломної, з такими підприємства

як ТОВ «Урожай», ТОВ «Альбакор», ТОВ «Виробниче підприємство Вільнянський молокозавод», ТОВ «ЧізМілк», ТОВ Торговельний дім «Золотий вік», ТОВ «Майстербуд-Д». У 2021 р. договори з ТОВ «ЕЙЧДІ-ГРУП», ТОВ ТК «Економ плюс»;

- 2) керівництво переддипломною практикою професіоналами-практиками на підприємствах-базах практики;
  - 3) організація зустрічей здобувачів з роботодавцями (<https://zr.edu.ua/?q=node/10669>);
  - 4) участь роботодавців в обговоренні ОП на засіданнях кафедри, її рецензуванні, врахування їх пропозицій та рекомендацій. Відповідні витяги з протоколів засідань кафедри та аналітичні звіти за результатами обговорення розміщені на сайті кафедри: <https://zr.edu.ua/?q=node/241>;
  - 5) узгодження з роботодавцями-керівниками тематики кваліфікаційних магістерських робіт, які також залучаються до рецензування дипломних робіт і запрошуються на захист;
  - 6) залучення до проведення практичних занять, зокрема для проведення практичних занять з ОК «Цифровий маркетинг» запрошено фахівця з компанії «Ноосфера» Є.Черету.
- Всі заходи висвітлюються на сайті кафедри у розділі «Співпраця зі стейкхолдерами» (<https://zr.edu.ua/?q=node/10669>), в соціальних мережах

### **Яким чином ЗВО сприяє професійному розвитку викладачів ОП? Наведіть конкретні приклади такого сприяння**

Питаннями підвищення кваліфікації НПП в НУ «Запорізька політехніка» опікується Навчально-науково-виробничий центр «Запорізький регіональний центр політехнічної освіти» (<https://cutt.ly/m3N1jId>). Підвищення кваліфікації відбувається згідно Положення про підвищення кваліфікації педагогічних та НПП (<http://surl.li/aiwdh>). НПП проходять фахове стажування у вітчизняних та/або зарубіжних закладах вищої освіти не рідше, ніж один раз на 5 років. НПП також підвищують кваліфікацію, приймаючи участь у міжнародних та всеукраїнських конференціях, майстер-класах, професійних тренінгах, вебінарах. Перелік дипломів та сертифікатів, отриманих викладачами ОП за останні роки, представлено на сайті кафедри у розділі «Стажування (підвищення) кваліфікації викладачів». Професійному розвитку викладачів на ОП сприяють відповідні заходи НУ «Запорізька політехніка» (<https://zr.edu.ua/zakhody>), зокрема щорічний форум «Дні освітнього лідерства», програми академічної мобільності та курси, запропоновані завдяки зв'язкам із зарубіжними закладами вищої освіти. Наприклад, в рамках розвитку зв'язків з Університетом Кардіфа (Cardiff University) проф. Зеркаль А.В. пройшла курс English Medium Instruction for Academics, що дозволяє ефективніше взаємодіяти в академічній та науковій сферах англomовного середовища. Проф. Зеркаль А.В. також взяла участь у програмі академічної мобільності «Marketing and Logistics in Digital Economy» (University of Rijeka PAR University, Croatia)

### **Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності**

Сукупність заходів стимулювання розвитку викладацької майстерності НПП охоплює матеріальні та моральні заохочення і регламентується нормативно-правовою базою: Статутом НУ «Запорізька політехніка» (<https://is.gd/GTnnia>), Положенням про підвищення кваліфікації педагогічних і НПП (<https://is.gd/HcVN7N>), Положенням про відзнаки та нагороди ([https://docs.zr.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Nakaz\\_N228\\_vid\\_13.07.22.pdf](https://docs.zr.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/Nakaz_N228_vid_13.07.22.pdf)). Положення про рейтингову систему оцінки діяльності НПП, кафедр і факультетів (<https://is.gd/9K72PX>) містить норму преміювання викладачів за результатами рейтингу по університету, факультету, кафедрах. Критерії є чіткими, вимірними, доступними для ознайомлення на сайті університету. Публікації в наукометричних базах стимулюються премією. Зокрема, проф. Лифар В.В., проф. Зеркаль А.В., доц. Соколова отримували премії за публікації статей в журналах Web of Science, Scopus. Викладачі-керівники наукових робіт здобувачів, які стали переможцями конкурсів, а також за захист дисертації тощо можуть бути представлені для преміювання за відповідним поданням.

Нематеріальне стимулювання відбувається шляхом нагородження нагрудним знаком «За бездоганну працю», грамотами, державними і відомчими нагородами. Проф. Лифар В.В. була нагороджена нагрудним знаком III ступеня «За бездоганну працю»; проф. Зеркаль А.В. - Подякою Міністерства освіти і науки України; доц. Соколова Ю.О. - Грамотою Департаменту освіти і науки Запорізької облдержадміністрації. Для викладачів діють безкоштовні курси англійської мови та ділової української мови.

## **7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси**

### **Продемонструйте, яким чином навчально-методичне забезпечення, фінансові та матеріально-технічні ресурси (програмне забезпечення, обладнання, бібліотека, інша інфраструктура тощо) ОП забезпечують досягнення визначених ОП мети та програмних результатів навчання**

По всіх дисциплінах ОП Маркетинг є навчально-методичне забезпечення. Всі матеріали викладені в системі Moodle, в репозитарії університету і повністю доступні для здобувачів. Університет має достатні фінансові та матеріально-технічні ресурси для забезпечення визначених ОП мети та програмних результатів навчання. Підготовка здобувачів ОП здійснюється в предметній аудиторії кафедри з відповідним інтерактивним обладнанням, комп'ютерних класів факультету, які забезпечені сучасними комп'ютерами, мультимедійними екранами, робочі місця з доступом до мережі Інтернет та до необхідної інформаційної інфраструктури, зокрема до загальноуніверситетської платформи moodle.zr.edu.ua, на якій розміщено НМК освітніх компонентів. В університеті функціонує локальна комп'ютерна мережа, бездротова мережа Wi-Fi. Наукова бібліотека має 6 читальних залів, розрахованих на 317 місць (<https://is.gd/21UVrC>), поєднує традиційний бібліотечний фонд (809068 прим.), фонд електронних документів (75030 назв.), технологічні комплекси з доступом до Elsevier (SCOPUS). Наявний Електронний інституційний репозитарій (<https://eir.zr.edu.ua/>), доступ до сервісу StrikePlagiarism. Наявна необхідна соціально-побутова

інфраструктура: гуртожитки; спортивні споруди; пункти харчування; спортивно-оздоровчий табір (<https://is.gd/RgEAE0>)

**Продемонструйте, яким чином заклад вищої освіти забезпечує доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах освітньої програми, відповідно до законодавства**

НУ «Запорізька політехніка» забезпечує вільний доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до інфраструктури та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання та викладання за даною ОП. Використовуються: освітній портал, корпоративна електронна пошта, персоналізований доступ до платформи Moodle, до Електронного інституційного репозитарію (<https://is.gd/SdLwOW>).

Читальні зали бібліотеки забезпечені бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі інформаційні електронні ресурси наукової бібліотеки доступні через сайт університету: <http://library.zp.edu.ua/>. Вільний доступ через сайт НУ «Запорізька політехніка» до баз даних періодичних фахових наукових видань (в тому числі, англійською мовою), який забезпечується участю бібліотеки університету у консорціумі ElibUkr. В університеті також є безоплатний доступ до видань, що включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus та Web of Science

**Опишіть, яким чином освітнє середовище надає можливість задовольнити потреби та інтереси здобувачів вищої освіти, які навчаються за освітньою програмою, та є безпечним для їх життя, фізичного та ментального здоров'я**

Згідно Статуту НУ «Запорізька політехніка» (<https://is.gd/B5atC7>) забезпечує здобувачам безпечні й нешкідливі умови навчання, праці та побуту; дотримується вимог чинного законодавства України про працю та охорону довкілля; створює необхідні умови для здобуття вищої освіти особами з особливими освітніми потребами (<https://is.gd/W2rZiN>).

Безпечність освітнього середовища для життя та здоров'я здобувачів забезпечується відділом охорони праці (<https://is.gd/M7ajry>) із залученням відповідних підрозділів університету (деканатів, кафедр, відділу матеріально-технічного забезпечення та ін.). Здійснюється адміністративно-громадський контроль за станом охорони праці та безпеки життєдіяльності на факультетах, кафедрах та у структурних підрозділах університету.

Серед здобувачів регулярно проводяться інструктажі з ОП, БЖД та протипожежної безпеки.

В університеті створено всі умови медичної, соціальної та психологічної підтримки студентів. Зокрема, у межах студентського самоврядування діє підрозділ соціального захисту студентів, комісія оздоровлення (<https://zp.edu.ua/?q=node/9297>), служба психологічної підтримки (<https://zp.edu.ua/psycholog>). Здобувачі ОП за потреби забезпечені житлом в гуртожитках (№2, 4, 5). В умовах військового стану передбачено Алгоритм дій (<https://is.gd/zOkFq9>) та є облаштоване укриття

**Опишіть, яким чином заклад вищої освіти забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку, підтримку фізичного та ментального здоров'я здобувачів вищої освіти, які навчаються за освітньою програмою.**

Механізми освітньої та організаційної підтримки здобувачів вищої освіти визначено Положенням про організацію освітнього процесу ([https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Polozhennia\\_pro\\_orhanizatsiyu\\_osvitnoho\\_protseesu.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_orhanizatsiyu_osvitnoho_protseesu.pdf)).

Освітня та організаційна підтримка ґрунтується на впровадженні студентоцентрированої моделі навчання, забезпечується структурними підрозділами, що дає можливість здобувачам інтегруватись до академічної спільноти університету. Освітню підтримку забезпечують: випускова кафедра, гарант ОП, члени групи забезпечення спеціальності 075, стейкхолдери, які вирішують питання щодо освітнього процесу. Організаційна підтримка здійснюється деканом факультету, співробітниками деканату, представниками студентського самоврядування (<https://is.gd/mrGDjG>), профкомом студентів (<https://zp.edu.ua/profkom-studentiv>), працівниками структурних підрозділів університету. Інформаційна підтримка забезпечується через сайт університету (<https://zp.edu.ua/>), сторінку деканату

(<https://zp.edu.ua/fakultet-biznes-tehnologiy-ta-ekonomiki>), сторінку кафедри на сайті (<https://zp.edu.ua/kafedra-marketingu-ta-logistiki>), в соціальних мережах (Telegram, Instagram), систему дистанційного навчання, яку впроваджено на платформі Moodle (<https://moodle.zp.edu.ua/>), через інформаційні стенди, куратора групи. Система дистанційного навчання містить навчально-методичні матеріали з усіх дисциплін ОП, посилання на заняття онлайн. Інформаційно-освітню підтримку здійснює бібліотека з електронним каталогом видань (<http://library.zp.edu.ua/>), репозитарієм (<https://eir.zp.edu.ua/>).

Консультативну роботу проводять куратор групи, завідувач кафедри, співробітники кафедри. Соціальна підтримка здобувачів забезпечується розвиненою соціальною інфраструктурою. В університеті є три гуртожитки для студентів, наявна достатня кількість спортивних споруд, працюють пункти громадського харчування, є служба психологічної підтримки (<https://zp.edu.ua/psycholog>). Соціальною підтримкою студентів опікується студентська профспілка університету. Здобувачі можуть отримувати академічну або соціальну стипендію (<https://zp.edu.ua/stypendiyi>).

В університеті працює Центр сприяння працевлаштуванню студентів та випускників (<https://zp.edu.ua/?q=node/919>). Проводиться «Ярмарок вакансій».

Зворотній зв'язок забезпечує особиста взаємодія, студентське самоврядування, регулярне опитування і анкетування. За результатами анкетування здобувачів групи ФЕУ-413м щодо рівня задоволеності: освітньою підтримкою - 100% респондентів відповіли «так»; організаційною підтримкою – 87,5% відповіли «так», 12,5% - «частково»; консультативною підтримкою - 100% респондентів відповіли «так»; соціальною підтримкою – 87,5% відповіли «так», 12,5% - «частково»; інформаційне забезпечення різних аспектів навчання - 100% респондентів відповіли «так»

**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)**

В Правилах прийому на навчання до університету передбачені умови для осіб з особливими освітніми потребами ([https://pk.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2022/07/pp\\_nu\\_zaporizka\\_politehnika\\_12-07-2022.pdf](https://pk.zp.edu.ua/wp-content/uploads/2022/07/pp_nu_zaporizka_politehnika_12-07-2022.pdf)). Інфраструктура навчальних корпусів пристосована для здобувачів з особливими освітніми потребами (<https://zp.edu.ua/umovu-dlya-osib-z-osoblyvymy-potrebamy>). Таким особам надається постійна підтримка з метою забезпечення права на освіту, сприяння розвитку особистості, поліпшення стану здоров'я та якості життя. Університет активно співпрацює з державними та приватними організаціями, які забезпечують підтримку осіб з особливими потребами і інформує щодо можливості надання освітніх послуг. В університеті створено достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами: обладнана стоянка для транспортних засобів та окремих безсходинковий вхід до університету, прибрано порогів в аудиторіях, доступ до аудиторій забезпечується також шляхом планування занять в групах, де є студенти з особливими потребами на I поверсі, має місце застосування індивідуальної освітньої траєкторії тощо. В університеті діє Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з обмеженими фізичними можливостями, громадян похилого віку, інших маломобільних груп населення під час перебування на території ЗНТУ ([https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2018/Poriadok\\_suprovodu\\_nadannia\\_dopomogy.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2018/Poriadok_suprovodu_nadannia_dopomogy.pdf)).

За роки існування ОП Маркетинг конкретних прикладів навчання здобувачів з особливими освітніми потребами не було

**Продемонструйте наявність унормованих антикорупційних політик, процедур реагування на випадки цькування, дискримінації, сексуального домагання, інших конфліктних ситуацій, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми**

У питанні протидії корупції НУ «Запорізька політехніка» керується Законом України «Про запобігання корупції». На офіційному сайті розміщений та регулярно оновлюється розділ «Запобігання та протидія корупції» (<https://zp.edu.ua/zapobigannya-ta-protydiya-korupciyi>). До відома співробітників та здобувачів освіти доведена інформація щодо способу повідомлення про прояви корупції в НУ «Запорізька політехніка». Розміщена контактна інформація для повідомлень про прояви корупції з боку посадових осіб та співробітників університету. В університеті розроблено Антикорупційну програму, що є комплексом правил, стандартів і процедур щодо виявлення, протидії та запобігання корупції у діяльності університету ([https://zp.edu.ua/uploads/rector/zpk/Nakaz\\_N79\\_vid\\_30.03.23.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/rector/zpk/Nakaz_N79_vid_30.03.23.pdf)). Постійно здійснюється моніторинг стану дотримання в структурних підрозділах норм антикорупційного законодавства. В університеті призначено уповноважену особу з питань запобігання та виявлення корупції ([https://zp.edu.ua/uploads/rector/zpk/Nakaz\\_N80\\_vid\\_30.03.23.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/rector/zpk/Nakaz_N80_vid_30.03.23.pdf)). Університет постійно приймає участь у заходах, пов'язаних із запобіганням корупції. Зокрема, участь НУ «Запорізька політехніка» у всеукраїнській ініціативі НАЗК із запобігання корупції та виховання доброчесності (<https://zp.edu.ua/uchast-nu-zaporizka-politehnika-u-vseukrayinskiy-iniciatyvi-nazk-iz-zapobigannya-korupciyi-ta>), участь викладачів та студентів у заході «Антикорупція та доброчесність» (<https://zp.edu.ua/vykladachi-ta-studenty-zaporizkoyi-politehniky-oranovuyut-napryam-antikorupciya-ta-dobrochesnist>), у тренінгу «Доброчесність та антикорупція у вищій освіті» (<https://zp.edu.ua/trening-dobrochesnist-ta-antikorupciya-u-vyshchiiy-osviti>) Політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій, зокрема, пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією, булінгом та іншими проявами неетичної поведінки врегульовано Положенням про врегулювання конфліктних ситуацій (<http://surl.li/gswz>). Розгляд скарг здійснюється Комісією з врегулювання конфліктних ситуацій (<https://is.gd/UXoLFf>), персональний склад та строк повноважень якої затверджується наказом ректора. Доступність політики і процедур щодо врегулювання конфліктних ситуацій (включаючи випадки дискримінації, сексуальних домагань або корупції) забезпечується шляхом розміщення інформації щодо основних заходів запобігання та способів сповіщення про такі ситуації на сайті університету (розміщення об'яв на інформаційних стендах із зазначенням контактної інформації для повідомлень; функціонування «Телефону довіри», проведення регулярних опитувань учасників освітнього процесу, співбесід із куратором групи тощо). Скарг, пов'язаних із випадками дискримінації, сексуальних домагань або корупції, на ОП Маркетинг не було

## **8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми**

**Яким документом ЗВО регулюються процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП? Наведіть посилання на цей документ, оприлюднений у відкритому доступі на своєму вебсайті**

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП регулюються Положенням про систему забезпечення Національним університетом «Запорізька політехніка» якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (системи внутрішнього забезпечення якості) (зі змінами згідно рішення ВР НУЗП протокол № 1/21 від 27.08.2021 р.) (<https://is.gd/1EnUZa>, [https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Polozhennia\\_pro\\_zabezpechennia\\_yakosti.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_zabezpechennia_yakosti.pdf)). Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти передбачає здійснення університетом процедур та заходів щодо визначення принципів забезпечення якості вищої освіти, здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм, щорічного оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних та педагогічних працівників НУ «Запорізька політехніка» та регулярного оприлюднення результатів цих оцінювань

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

Моніторинг функціонування ОП відбувається щорічно за необхідністю з урахуванням вимог державних стандартів, рекомендацій Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти України та/або незалежних установ оцінювання та забезпечення якості вищої освіти, Стратегії розвитку університету, моніторингу якості надання освітніх послуг, опитувань стейкхолдерів. Внесення змін до змісту ОП, зокрема, уточнення освітніх компонентів, структурно-логічної схеми навчання, форм контролю відбувається за поданням робочої групи із залученням здобувачів та стейкхолдерів. У квітні-травні поточного навчального року проводяться зустрічі зі стейкхолдерами (здобувачами, випускниками ОП, роботодавцями), проекти ОП розміщуються на сайті факультету для публічного обговорення, отримання відповідних пропозицій та рекомендацій (<https://zp.edu.ua/fakultet-biznes-tehnologiy-ta-ekonomiki>). Рішення ухвалюється протоколом кафедри та затверджується Вченою радою університету. Зміни в ОП вносяться на підставі аналітичних звітів за результатами обговорення, рецензій стейкхолдерів, які представлені на сайті кафедри у розділі «Освітньо-професійні програми спеціальностей кафедри» (<https://zp.edu.ua/?q=node/241>). За результатами останнього перегляду ОП у 2024 р. було внесено наступні доповнення і коригування: за пропозицією О.Пучкова, директора ТОВ «Урожай», сформульовано додаткові РН16, 17, 18, пов'язані з цифровим маркетингом, соціальною відповідальністю, рекламною діяльністю та відповідних їм СК 11,12, 13, які не визначені у стандарті, але за якими у межах ОП здобувачі отримують знання та навички. У навчальний план ОП, за пропозицією випускниці ОП А.Мізін, додано дисципліну «Іноземна мова професійного спрямування», яка раніше була в якості вибіркової. За пропозицією К.Момот, директора з маркетингу ТОВ «Виробниче підприємство Вільнянський молокозавод», у п.1.4 ОП розширено перелік первинних посад, які може займати випускник ОП. За пропозицією Т.Терещенко, начальника служби персоналу компанії «КЛІОН-груп», у п.1.8 ОП конкретизовано інформаційні системи та програмні продукти, які використовують викладачі в роботі зі студентами. Детальний аналітичний звіт за результатами обговорення ОП у 2024 р. представлено на сайті кафедри. За пропозицією студентів групи ФЕУ-413м В.Діденко, М.Тоцького, з метою отримання додаткових знань та вмінь в сфері СММ, вивчення технологій та додатків, призначених, наприклад, для створення контенту в соціальних мережах, в каталог вибіркової дисципліни кафедри додано дисципліни «Маркетингові програми в соціальних мережах», «Маркетингові технології в мережі Інтернет», а також враховано в дисципліні «Цифровий маркетинг» у вигляді певних тем

## **Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, як здобувачі вищої освіти залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості, а їх пропозиції беруться до уваги під час перегляду ОП**

Здобувачі ОП «Маркетинг» мають можливість сформулювати свої пропозиції щодо наповнення освітніх компонентів та структури освітньої програми в процесі анкетування, відповідаючи на питання: «Чи достатній, на Вашу думку, зміст (набір дисциплін) освітньої програми (ОП) для успішної роботи за фахом?», Як Ви вважаєте, чи усі дисципліни, які Ви вивчаєте, необхідні для Вашої спеціальності? «Які з дисциплін, на Вашу думку, можна вилучити з ОП підготовки фахівців Вашої спеціальності?» «Якими дисциплінами, на Вашу думку, слід доповнити ОП?» або висловлювати свої пропозиції куратору групи. Пропозиції студентів розглядаються на засіданнях кафедри, безпосередньо найбільш активні здобувачі запрошуються на засідання кафедри для обговорення ОП або включаються до складу робочої групи. Наприклад, у 2023 р. на засідання кафедри було запрошено студентку групи ФЕУ-412м Мізін А., яка також виступила членом робочої групи. Вона запропонувала додати до переліку обов'язкових компонентів дисципліну «Англійська мова професійного спрямування». Ця пропозиція була врахована завдяки співпраці з кафедрою іноземних мов і включення запропонованої дисципліни в загальноуніверситетський каталог вибіркової дисциплін. Мізін А. також запропонувала додати до каталогу вибіркової дисциплін навчальну дисципліну «Медіапланування», що також було враховано. У 2024 р. на засідання кафедри було запрошено студентів групи ФЕУ-413м Діденко В. і Тоцького М., які внесли свої пропозиції. Діденко В. також виступила членом робочої групи

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

В НУ «Запорізька політехніка» активно працює студентське самоврядування (<https://zp.edu.ua/studentske-samovryaduvannya-nuzaporizka-politehnika>), яке діє на основі Положення про студентське самоврядування ([https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_pssad/Pol\\_pro\\_stud\\_samovriad\\_NUZP.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_pssad/Pol_pro_stud_samovriad_NUZP.pdf)). Представники органів студсамоврядування беруть участь у засіданнях вченої ради факультету, вченої та науково-методичної ради університету в обговоренні питань, пов'язаних з організацією освітнього процесу. Органи студсамоврядування мають право виносити пропозиції щодо контролю за якістю освітнього процесу; сприяти навчальній, науковій та творчій діяльності студентів; брати участь у вирішенні конфліктних ситуацій; спільно з відповідними структурними підрозділами університету сприяти забезпеченню інформаційної, правової, психологічної, фінансової, юридичної та іншої допомоги студентам; бути представниками в колегіальних та робочих органах університету; вносити пропозиції щодо змісту навчальних планів та програм. Органи студсамоврядування зобов'язані аналізувати пропозиції студентів щодо організації освітнього процесу і звертатися до адміністрації університету з пропозиціями щодо їх врахування. Адміністрація, в свою чергу, зобов'язана вчасно та у повному обсязі інформувати про рішення, що стосуються безпосередньо студентів університету. Оцінювання рівня забезпечення ресурсами освітнього процесу та підтримки здобувачів здійснюється шляхом опитувань студентів і моніторингу освітнього процесу

## **Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, як роботодавці безпосередньо або через**

## **свої об'єднання залучені до періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості**

Взаємодія між кафедрою «Маркетинг та логістика» та роботодавцями Запорізького регіону здійснюється шляхом розгляду, обговорення та рецензування ОП, включення в навчальні плани обов'язкових ОК, які необхідні для успішного працевлаштування випускників ОП. Розгляд та обговорення ОП відбувається на зустрічах представників кафедри, гаранта ОП з представниками роботодавців та директорами підприємств Запорізької області. Роботодавці та їх представники запрошуюються або на засідання кафедри, або організовуються зустрічі з ними окремо (<https://zp.edu.ua/?q=node/10669>). Стейкхолдери надають рецензії на ОП, у яких висловлюють свої зауваження та побажання. Так, в ОП 2020 р. були ОК «Логістичний менеджмент», «Глобальний бізнес». За рекомендацією представників роботодавців, зокрема директора по маркетингу ТОВ «ЕЙЧДІ-ГРУП» А.Міщенко, ці дисципліни в ОП 2021 р. були переведені в каталог вибіркових, а замість них включено такі ОК як «Цифровий маркетинг», «Міжнародний маркетинг», «Методологія прикладних досліджень у маркетингу». За пропозицією директора по маркетингу і торгівлі АТ «Мотор Січ» П.Касая до ОП було включено дисципліну «Цифровий маркетинг» як обов'язкову, а дисципліну «Маркетинговий аудит» як вибіркову. В останній час відбулося більше фокусування ОП на процесах цифровізації та маркетингових інноваціях

## **Опишіть практику збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП (зазначте в разі проходження акредитації вперше)**

Зв'язки з випускниками підтримуються на основі створення реєстру випускників, які звернулися до Центру сприяння працевлаштуванню студентів та випускників під час оформлення обхідного листа (<https://zp.edu.ua/centr-spriyannya-pracenvlashtuvannyyu-studentiv-ta-vipusknikiv-zntu-o>). Завдяки активній роботі Центру зі створення реєстру випускники НУ «Запорізька політехніка» одержують інформацію про актуальні вакансії на ринку праці. Випускова кафедра також щороку збирає інформацію про працевлаштування випускників. Ця інформація є предметом обговорення на кафедрі з метою аналізу ефективності працевлаштування та шляхів її покращення. Згідно наказу №131-А від 12.09.2022 р. по випускових кафедрах закріплено відповідальних осіб по напрямках роботи щодо працевлаштування випускників ([https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz\\_N131-A\\_vid\\_12.09.22.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz_N131-A_vid_12.09.22.pdf)). По кафедрі «Маркетинг та логістика» - це проф. Зеркаль А.В.

Кафедра підтримує зв'язок з випускниками, які є затребуваними на ринку праці, здатними займати ключові позиції в маркетингових відділах провідних компаній або розвивати власні підприємницькі проекти. Це дає змогу знаходити додаткові робочі місця для студентів, які закінчують університет та знаходяться в пошуках першого робочого місця. Багато з випускників з початком війни виїхало за кордон. Проходження акредитації відбувається вперше

## **Продемонструйте, що система забезпечення якості закладу вищої освіти забезпечує вчасне реагування на результати моніторингу освітньої програми та/або освітньої діяльності з реалізації освітньої програми, зокрема здійсненого через опитування заінтересованих сторін**

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти НУ «Запорізька політехніка» розроблена у відповідності до європейських і національних стандартів якості вищої освіти, за принципами автономії вищого навчального закладу, який несе відповідальність за забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти на всіх стадіях освітнього процесу. Система передбачає удосконалення планування освітньої діяльності, розробку, затвердження, моніторинг і періодичний перегляд освітніх програм, забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу та підтримки здобувачів вищої освіти.

Згідно Положення про систему забезпечення НУ «Запорізька політехніка» якості освітньої діяльності та якості вищої освіти ([https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Polozhennia\\_pro\\_zabezpechennia\\_yakosti.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_zabezpechennia_yakosti.pdf)), щорічно здійснюється моніторинг якості функціонування освітніх програм (<https://zp.edu.ua/shchorichnyy-monitoring-yakosti-funkcionuvannya-osvitnih-program-v-nu-zaporizka-politehnika>), оприлюднення результатів цих опитувань на офіційному веб-сайті Університету в розділі Результати моніторингу якості освіти (<https://zp.edu.ua/rezultaty-monitoringu-yakosti-osvity>), оцінювання науково-педагогічних і педагогічних працівників, визначення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів за кожною освітньою програмою. За результатами здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості освіти в НУ «Запорізька політехніка» було встановлено невідповідності процедури та порядку вибору здобувачами освіти вибіркових дисциплін для складання індивідуального навчального плану. Ґрунтуючись на цьому, робочою групою університету розроблено та введено в дію окреме Положення про порядок вибору навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти НУ «Запорізька політехніка»

([https://zp.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Nakaz\\_N252\\_vid\\_29.06.21.pdf](https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N252_vid_29.06.21.pdf)), яке усунуло ці недоліки.

Під час періодичного перегляду ОП Маркетинг через опитування заінтересованих сторін у 2020 р. було виявлено окремі недоліки, які стосувалися наступного: 1) визначено дисципліни, які не відповідають в повній мірі ПРН стандарту спеціальності «Маркетинг». Для цього у навчальний план 2021 р. внесено нові ОК і перенесено існуючі в блок вибіркових компонент. Зокрема вилучено дисципліни «Логістичний менеджмент», «Глобальний бізнес», «Товарна інноваційна політика» і перенесено їх у блок вибіркових. Замість них у навчальний план включено дисципліни «Міжнародний маркетинг», «Методологія прикладних досліджень у маркетингу»; 2) відповідно до результатів обговорення та рецензій стейкхолдерів до ОП були включені нові дисципліни, які враховують сучасні тенденції в економіці, зокрема процеси цифровізації, навички роботи в інтернет-просторі, а саме: Цифровий маркетинг, до каталогу вибіркових дисциплін Управління маркою, Управління асортиментом (2021р.), Маркетинг інновацій та електронні комунікації в маркетингу (2023 р.), Маркетингові технології в мережі Інтернет (2024р.)

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

При розробці ОП Маркетинг були враховані зауваження та пропозиції, висловлені під час акредитацій інших спеціальностей факультету економіки та управління, зокрема спеціальності 073 «Менеджмент» за ОП «Менеджмент організацій та адміністрування» підготовки магістрів (2020 р.) та рекомендацій за результатами акредитаційної експертизи підготовки магістрів за ОП «Регіональне управління» зі спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» (2018 р.), а саме:

- поповнювати фонд бібліотеки сучасними навчальними підручниками, посібниками, довідковою та іншою навчальною літературою фахового спрямування. Рекомендація врахована. Зокрема, замовлено посібник Терещенко І.О., Боровик Т.В., Даниленко В. І., Майборода О.В., Шульга Л.В. Перший посібник з таргетингу: навч. посібник. Київ, Видавничий дім «Вініченко», 2024.166 с. Відповідно до наказу МОНУ №1213 від 06.11.2018 «Про надання доступу вищим навчальним закладам і науковим установам, що знаходяться в сфері управління Міністерства освіти і науки України, до електронних наукових баз даних» НУ «Запорізька політехніка» надано доступ до платформ Web of Science та Scopus;
- щодо вибору вибіркової дисципліни суттєво розширено можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії для здобувачів освіти за рахунок створення кафедрального, факультетського та загально-університетського каталогів вибіркової дисципліни. В університеті введено в дію Положення про порядок вибору вибіркової дисципліни ([https://zpu.edu.ua/uploads/dept\\_nm/Nakaz\\_N252\\_vid\\_29.06.21.pdf](https://zpu.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N252_vid_29.06.21.pdf));
- посилено роботу зі стейкхолдерами (роботодавцями) ОП, залучено представників академічної спільноти для рецензування ОП, а саме тісна співпраця з кафедрою маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка». Отримано відповідну рецензію на ОП 2024 р. вступу від в.о. завідувача кафедри Н.Ю. Глинського.
- збільшити кількість публікацій викладачів кафедри у наукових виданнях, що індексуються в Scopus, Web of Science. Рекомендація врахована. Викладачами кафедри проф. Лифар В.В., проф. Зеркаль А.В., доц. Соколовою Ю.О. протягом останніх п'яти років опубліковано 11 статей.

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

На кафедрі Маркетингу та логістики ведеться регулярна методична робота з оптимізації структури та змісту освітніх компонентів. Обговорюються можливості застосування нових методик викладання, розвитку матеріально-технічного забезпечення кафедри. Проводяться відкриті лекції, що дає можливість вдосконалити педагогічну майстерність як лектора (врахувавши зауваження присутніх на лекції), так і відвідувачів (побачити нові підходи та методи до проведення занять). На факультеті постійно діє навчально-методична комісія, що опікується забезпеченням якості освітньої діяльності та якості вищої освіти.

Структурними підрозділами університету в контексті здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти є: навчальний відділ (організація, планування, контроль, аналіз та вдосконалення освітнього процесу; організація систематичного контролю за проведенням усіх видів навчальних занять); методичний відділ (аналіз і контроль навчально-методичного забезпечення освітнього процесу; координування діяльності методичних комісій з контролю змісту освітнього процесу; організація спільної роботи відділу з факультетами та кафедрами; участь в організації підвищення кваліфікації НПП); відділ перспективного розвитку, ліцензування, акредитації та якості (щорічний моніторинг і перегляд ОП, оновлення електронного каталогу бази нормативно-правової документації з питань ліцензування, акредитації та якості вищої освіти, надання методичної допомоги кафедрам).

### **Продемонструйте, що в академічній спільноті закладу вищої освіти формується культура якості освіти**

Культура якості освіти в академічній спільноті НУ «Запорізька політехніка» формується за рахунок проведення Всеукраїнського форуму «Дні освітнього лідерства» у 2024 р. протягом 2-х днів (1 день <https://zpu.edu.ua/vseukrayinskyu-forum-dni-osvitnogo-liderstva-1-den>; 2 день <https://zpu.edu.ua/vseukrayinskyu-forum-dni-osvitnogo-liderstva-2-den>); у 2023 р. протягом 3-х днів (<https://zpu.edu.ua/pershyu-den-vseukrayinskogo-forumu-dni-osvitnogo-liderstva>); щорічних вебінарів та тренінгів, пов'язаних з дотриманням принципів академічної доброчесності, запобігання корупції, підвищення якості освіти. Зокрема, у березні 2024 р. було проведено вебінар «Академічна доброчесність: виклики, проблеми та перспективи» (<https://zpu.edu.ua/vebinar-akademichna-dobrochnest-vyklyky-problemy-ta-perspektyvy-1>), в якому прийняли участь понад 2500 представників академічної спільноти України. Доповідачами були керівники Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти А.П.Бутенко (голова агентства), Є.В.Єременко (заступник голови)

## **9. Прозорість і публічність**

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

Права і обов'язки усіх учасників освітнього процесу в НУ «Запорізька політехніка» регулюються загальнодержавними та відомчими нормативно-правовими документами: Конституція України; Закони України «Про освіту»; «Про вищу освіту»; «Про наукову та науково-технічну діяльність», постановами Кабінету Міністрів України у сфері вищої освіти, наказами та розпорядженнями МОН України. На сайті університету в розділі Реєстр основної нормативної бази НУ «Запорізька політехніка» (<https://docs.zpu.edu.ua/>) представлено такі основні нормативні документи: Статут НУ «Запорізька політехніка»; Колективний договір між адміністрацією та первинною профспілковою організацією НУ «Запорізька політехніка» на 2018-2022 р.; Положення про організацію освітнього процесу; Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти; Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення здобувачів вищої освіти; Положення про підвищення

кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників; Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу, Положення про академічну доброчесність, Кодекс академічної доброчесності, Положення про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій та інші документи. Усі нормативно-правові документи, що регулюють права і обов'язки учасників освітнього процесу в НУ «Запорізька політехніка» оприлюднені і знаходяться у відкритому доступі для усіх учасників освітнього процесу

**Наведіть посилання на вебсторінку, яка містить інформацію про оприлюднення ЗВО відповідного проєкту освітньої програми для отримання зауважень та пропозицій заінтересованих сторін (стейкхолдерів).**

Адреса вебсторінки факультету <https://zp.edu.ua/fakultet-biznes-tehnologiy-ta-ekonomiki>

**Наведіть посилання на оприлюднену у відкритому доступі на своєму вебсайті інформацію про освітню програму (освітню програму у повному обсязі, навчальні плани, робочі програми навчальних дисциплін, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства**

Адреса веб-сторінки каталогу освітніх програм <https://catalogop.zp.edu.ua/EProg.php?Id=230&Mode=1>

Адреса веб-сторінки кафедри <https://zp.edu.ua/kafedra-marketingu-ta-logistiki>

## 11. Перспективи подальшого розвитку ОП

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

ОП «Маркетинг» розроблена з урахуванням існуючих тенденцій регіонального та галузевого розвитку, ринку праці, науково-технічного прогресу та зміни пріоритетів суспільства. Виходячи з проведеного самоаналізу, визначено такі сильні сторони ОП, які роблять її конкурентоспроможною та привабливою для студентів:

- значний досвід викладачів у підготовці магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг». Враховуючи сучасні тренди та виклики до підготовки професіонала в сфері маркетингу, в ОП акцентується увага на формуванні загальних та спеціальних компетентностей задля подальшого працевлаштування та високого рівня конкурентоспроможності випускників програми на ринку праці;
  - фокусування ОП на підготовці сучасних фахівців у сфері маркетингу, ініціативних та спроможних до швидкої адаптації в економічному середовищі, здатних розв'язувати комплексні багаторівневі завдання і працювати з рівною ефективністю у всіх галузях економіки;
  - залучення студентів до НДР шляхом вибору тем кваліфікаційних робіт, використання сучасної фахової літератури, в тому числі зарубіжної, та результатів власних наукових досліджень викладачів кафедри в процесі навчання;
  - високоосвічені викладачі, які поєднують академічні знання з практичними кейсами, надаючи студентам всебічну підготовку, проводять наукові дослідження на актуальну тематику в сфері маркетингу та здійснюють наукове консультування;
  - стимулювання до самонавчання (отримання hard та soft skills) та самостійного опанування професії відповідно до власних уподобань, зокрема через заохочення до отримання неформальної освіти (шляхом врахування сертифікатів, курсів тощо у підсумковій оцінці за курс);
  - тісна співпраця зі стейкхолдерами (роботодавцями) через залучення їх до процесу моніторингу та перегляду ОП, що сприяє удосконаленню змістовного наповнення ОП та максимально відображає потреби ринку праці.
- Слабкі сторони ОП:
- недостатнє використання можливостей міжнародної академічної мобільності студентами ОП через мовні бар'єри, а також воєнний стан;
  - недостатнє залучення фахівців-практиків до процесу навчання, що дозволяло б здобувачам вищої освіти більш ефективно оволодіти практичними навичками

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

Упродовж найближчих трьох років для розвитку ОП Маркетинг планується:

- 1) створення ради роботодавців за спеціальністю Маркетинг для проведення періодичних консультативних нарад та оперативного відслідковування їх потреб у процесі підготовки фахівців з маркетингу;
- 2) подальше розміщення тестових завдань та їх різновидів за освітніми компонентами ОП в системі дистанційного навчання Moodle;
- 3) розширення форм і методів самостійної роботи здобувачів вищої освіти, зокрема інтерактивних технологій її реалізації, створення умов і засобів для самодіагностики знань;
- 4) вжити заходів для підвищення академічної мобільності, у тому числі:
  - створити умови для підвищення рівня знань іноземних мов для співробітників кафедри та здобувачів вищої



освіти;

- збільшити обсяги публікацій наукових праць викладачами кафедри у міжнародних наукометричних базах наукових видань, зокрема Scopus та Web of Science, публікацій зі студентами, зокрема іноземними мовами, а також сумісних публікацій з іноземними науковцями;

- продовжувати налагодження зв'язків з провідними зарубіжними закладами вищої освіти з метою навчання, проходження стажування на основі угод між НУ «Запорізька політехніка» та вищими навчальними закладами-партнерами щодо програм академічної мобільності.

5) запровадження ОК, які викладаються англійською мовою, та забезпечення відповідними навчально-методичними комплексами;

6) робота з грантами та фондами для фінансування досліджень у сфері наукових інтересів та трендів освітньої програми.

### **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: Мінзак Наталія Вікторівна**

Дата: 11.10.2024 р.

**Таблиця 1.** Інформація про освітні компоненти ОП

| Назва освітнього компонента                          | Вид освітнього 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 01 Соціальна відповідальність та сталий розвиток  | навчальна дисципліна      | <i>Силабус Соц.відповід. та стал.розвиток.pdf</i>      | mIIY+cDXGDdim138YUJ9C+96wD99k+aFUqd1zZdTto4= | <i>Використовуються лекційні та предметні аудиторії університету. Аудиторне навчання: ноутбук Lenovo G50-45 (80E300HCUA) 1 шт. Програмне забезпечення: ліцензійне Microsoft Windows 10 Корпоративна 2016; ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; ліцензійне Microsoft Office професійний плюс 2010; поприетарне програмне забезпечення, яке дозволяється вільно використовувати, у тому числі і у навчальних закладах (Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox). Онлайн платформа Moodle (Big Blue Button). Необмежений доступ до мережі Інтернет</i>  |
| ОК 02 Методологія та організація наукових досліджень | навчальна дисципліна      | <i>силабус МтаОНД-2024.pdf</i>                         | R/MQJs7Z//ZNR9i5GH8ZrPOuCmkoP4O7JAzZhNmofOU= | <i>Використовуються лекційні та предметні аудиторії університету. Аудиторне навчання: ПК (системний блок) Expert PC H510m-K / Intel Pentium Gold G6405 / DDR4 8Gb*2 / HDD SATA 1.0TB / ATX 400W (1 шт.); монітор 23,8" LG 24MK600M-B30; комп'ютерний дрововий комплект (клавіатура, миша) Logitech MK120 Рік введення в експлуатацію - 2021 р. Програмне забезпечення: ліцензійне Microsoft Windows 10 Pro; ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; ліцензійне Microsoft Office професійний плюс 2016; поприетарне програмне забезпечення, яке дозволяється вільно використовувати, у тому числі і у навчальних закладах (Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox). Онлайн платформа Moodle (Big Blue Button). Необмежений доступ до мережі Інтернет.</i> |
| ОК 03 Управління проектами                           | навчальна дисципліна      | <i>Силабус_Управління проектами_маркетинг_2024.pdf</i> | Nyz/RBjD1f4lQIonH84MBruml4ttyaKg80Mdmjeays=  | <i>Використовуються лекційні та предметні аудиторії університету. Аудиторне навчання: інтерактивна дошка Intboard UT-TBI82 (UT-TBI82X-TS) 1 шт.; мультимедійний проектор Epson EH-TW710 (1 шт.); кріплення для мультимедійного проектора SEKTOR PRB95-1504; вебкамера Logitech Webcam C920 HD PRO (960-001055); штатив та тримач вебкамери Arsenal (ARS-3750-New+AccPro SP-08). Рік введення в експлуатацію – 2023 р. Також ноутбук Lenovo G50-45 (80E300HCUA) 1 шт. Програмне забезпечення: Intboard Easy Start V3.0; ліцензійне Microsoft Windows 10</i>  |

|  |                      |  |  |  |
|--|----------------------|--|--|--|
|  |                      |  |  | Корпоративна 2016; ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; ліцензійне Microsoft Office професійний плюс 2010 (MS Project: MS Planner; MS Excel); пропрітарне програмне забезпечення, яке дозволяється вільно використовувати, у тому числі і у навчальних закладах (Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox). Онлайн платформа Moodle (Big Blue Button). Необмежений доступ до мережі Інтернет   |
| ОК 04 Іноземна мова професійного спілкування | навчальна дисципліна | Силабус Маркетинг_ІМ професійного спрямування_2024.pdf | GMtr8VmA+gwKNI OXvp2NklwAGFVki3 juidG7VnNE6zk= | Використовуються лекційні та предметні аудиторії університету. Аудиторне навчання: проектор EPSON EB-1930 (екран проєкційний) - 2 шт. Рік введення в експлуатацію – 2017 р. ПК (сист.блок) Expert PC H510m-K/Intel Pentium Gold G6405/DDR4 8Gb82/HDD SATA 1.0TB/STX 400W. Рік введення в експлуатацію – 2021 р. Програмне забезпечення: ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; пропрітарне програмне забезпечення, яке дозволяється вільно використовувати, зокрема в закладах освіти (Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox). Онлайн платформи, які використовуються під час занять та для самостійної роботи студентів: Moodle (Big Blue Button), Kahoot, Quizlet, Canva, Miro whiteboard. Необмежений доступ до мережі Інтернет      |
| ОК 05 Стратегічний маркетинг                 | навчальна дисципліна | силабус Страт.маркетинг.pdf                            | PpXFwYk85bNsiZcv d1Zx3YcL7rJYqao/A EJANY28q5A= | Використовуються лекційні та предметні аудиторії університету. Аудиторне навчання: ПК (системний блок) Expert PC H510m-K / Intel Pentium Gold G6405 / DDR4 8Gb*2 / HDD SATA 1.0TB / ATX 400W; монітор 23,8" LG 24MK600M-B30; комп'ютерний дротовий комплект (клавіатура, миша) Logitech MK120. Рік введення в експлуатацію – 2021 р. Програмне забезпечення: ліцензійне Microsoft Windows 10 Pro; ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; ліцензійне Microsoft Office професійний плюс 2016; пропрітарне програмне забезпечення, яке дозволяється вільно використовувати, у тому числі і у навчальних закладах (Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox). Онлайн платформа Moodle (Big Blue Button). Необмежений доступ до мережі Інтернет |
| ОК 06 Рекламний менеджмент                   | навчальна дисципліна | Силабус_Рекламний менеджмент_2024.pdf                  | F4qwdbDGBjuv48b3 Lk9Bl62+5v4bnFDKl 5MHeK645fI= | Використовуються лекційні та предметні аудиторії університету. Аудиторне навчання: інтерактивна дошка Intboard UT-TBI82 (UT-TBI82X-TS) 1 шт.; мультимедійний проектор Epson EH-TW710 (1 шт.); кріплення для мультимедійного проектора SEKTOR PRB95-1504; вебкамера   |

|                          |                      |   |  |  |
|--------------------------|----------------------|---|--|--|
|                          |                      |   |  | <p>Logitech Webcam C920 HD PRO (960-001055); штатив та тримач вебкамери Arsenal (ARS-3750-New+AccPro SP-08). Рік введення в експлуатацію – 2023 р. Ноутбук Lenovo G50-45 (80E300HCUA) 1 шт.</p> <p>Програмне забезпечення: ліцензійне Microsoft Windows 10 Корпоративна 2016; ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; ліцензійне Microsoft Office професійний плюс 2010; неоприятарне програмне забезпечення, яке дозволяється вільно використовувати, у тому числі і у навчальних закладах (Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox). Онлайн платформа Moodle (Big Blue Button). Необмежений доступ до мережі Інтернет</p>  |
| ОК 07 Цифровий маркетинг | навчальна дисципліна | <i>syllabus_Digital Marketing 075.pdf</i> | xZJKDK/VNlрxBX7/<br>+000x18xFQoqAJnW<br>JwHр1J95lFU= | <p>Використовуються лекційні, предметні аудиторії та комп'ютерні класи університету. Для проведення лабораторних занять:</p> <p>ПК &lt;&gt; DDR3 8192МБ РС3-10600 HDD1Тб АТХ500W Super Multi CD/DVD Wр ПЗ Microsoft Windows Р2о 8 OLC OEM - 1 шт. Рік введення в експлуатацію – 2019 р.</p> <p>ПК РС Н310/Intel Pentium 540014Gb DDR4 HDD500Gb/АТХ400W- 6шт. Рік введення в експлуатацію – 2019 р. (ауд. 359)</p> <p>Багатофункціональний пристрій Canon i-SENSIS MF421 DW - 1 шт. Рік введення в експлуатацію – 2021 р.</p> <p>Проектор Acer X118HP DLP (MR.JR71 l.OOZ)</p> <p>Сист. блок Artline Business 826 / проц. Intel Core 3,9GHz / опер. пам. 8Gb DDR4 / SSD120Gb / Н310 / 400w- 10шт. Рік введення в експлуатацію – 2022 р. (ауд. 359)</p> <p>ПК (сист. блок) Expert PC B650M / Intel Core i5 10500 I DDR4 16Gb -2 / SSD 240Gb I HDD Sata 1,0Тб / АТХ 500w- 10 шт. Рік введення в експлуатацію – 2021 р. (ауд. 355) (загалом в ауд. 355 та 359 26 посадочних місць для студентів)</p> <p>НО Videocamera Q8 four-track audio recorder. Рік введення в експлуатацію – 2021 р.</p> <p>Програмне забезпечення: Intboard Easy Start V3.0; ліцензійне Microsoft Windows 10 Корпоративна 2016; ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; ліцензійне Microsoft Office професійний плюс 2010; додатково використовуються безкоштовні розширення для браузерів (Redirect Path, SEO META тощо) Онлайн платформа Moodle (Big Blue Button); Discord для проведення онлайн занять та консультацій (в синхронному та асинхронному форматі) (безкоштовний сервіс, викладач має розширену підписку для демонстрації екрану у високому розширенні); Google Ads Editor (безкоштовний застосунок</p> |

|  |                      |  |  |  |
|--|----------------------|--|--|--|
|  |                      |  |  | для планування рекламних кампаній в Google Ads); Telegram, Viber, Instagram, Google Messenger (безкоштовні застосунки, що використовуються для розгортання ботів); Додатки ChatGPT, Skype, Copilot для використання технологій штучного інтелекту. Необмежений доступ до мережі Інтернет.  |
| ОК 08 Маркетинговий менеджмент                       | навчальна дисципліна | Маркетинговий менеджмент<br>силабус 2024.pdf | Bj7Wy+ZI2hd9vVOJ<br>vhROQVg4BWwCpb<br>yg2tk2lVD+hQc= | Використовуються лекційні та предметні аудиторії університету. Аудиторне навчання: інтерактивна дошка Intboard UT-TBI82 (UT-TBI82X-TS) 1 шт.; мультимедійний проектор Epson EH-TW710 (1 шт.); кріплення для мультимедійного проектора SEKTOR PRB95-1504; вебкамера Logitech Webcam C920 HD PRO (960-001055); штатиф та тримач вебкамери Arsenal (ARS-3750-New+AccPro SP-08). Рік введення в експлуатацію – 2023 р. Ноутбук Lenovo G50-45 (80E300HCUA) - 1 шт.<br>Програмне забезпечення: ліцензійне Microsoft Windows 10 Корпоративна 2016; ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; ліцензійне Microsoft Office професійний плюс 2010; поприетарне програмне забезпечення, яке дозволяється вільно використовувати, у тому числі і у навчальних закладах (Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox). Онлайн платформа Moodle (Big Blue Button).<br>Необмежений доступ до мережі Інтернет. |
| ОК 09 Методологія прикладних досліджень у маркетингу | навчальна дисципліна | силабус<br>МПДум_2024.pdf                    | 05zY+5xd8QRrr1/+0<br>UnaLBnxevssWykVk<br>S3gCYxqIoI= | Використовуються лекційні та предметні аудиторії університету. Аудиторне навчання:<br>ПК (системний блок) Expert PC H510m-K / Intel Pentium Gold G6405 / DDR4 8Gb*2 / HDD SATA 1.0TB / ATX 400W; монітор 23,8” LG 24MK600M-B30;<br>комп’ютерний дрововий комплект (клавіатура, миша) Logitech MK120. Рік введення в експлуатацію – 2021 р.<br>Програмне забезпечення: ліцензійне Microsoft Windows 10 Pro; ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; ліцензійне Microsoft Office професійний плюс 2016 (Excel, Power Point); поприетарне програмне забезпечення, яке дозволяється вільно використовувати, у тому числі і у навчальних закладах (Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox).<br>Необмежений доступ до мережі Інтернет   |
| ОК 10 Міжнародний маркетинг                          | навчальна дисципліна | силабус<br>MM_2024.pdf                       | IDMzbKAYo+X5fgK5<br>KzLpW4sjBo/bfqM<br>W8jEEVcf7W0s= | Використовуються лекційні та предметні аудиторії університету. Аудиторне навчання: ПК (системний блок) Expert PC H510m-K / Intel Pentium Gold G6405 / DDR4 8Gb*2 / HDD SATA 1.0TB / ATX 400W; монітор  |

|   |                      |  |  |   |
|---|----------------------|--|--|---|
|   |                      |  |  | <p>23,8" LG 24MK600M-B30; комп'ютерний дротовий комплект (клавіатура, миша) Logitech MK120. Рік введення в експлуатацію – 2021 р.</p> <p>Програмне забезпечення: ліцензійне Microsoft Windows 10 Pro; ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; ліцензійне Microsoft Office професійний плюс 2016; поприєтарне програмне забезпечення, яке дозволяється вільно використовувати, у тому числі і у навчальних закладах (Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox). Необмежений доступ до мережі Інтернет</p>   |
| ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи | підсумкова атестація | метод.<br>Диплом_075<br>МАГИСТР-2024.pdf                 | 5XBjYPBK10CQJiTD<br>D2pt5+x5orOcG/yZ1<br>a57SubZ3j8= | <p>Для захисту кваліфікаційної роботи та презентації доповіді: інтерактивна дошка Intboard UT-TBI82 (UT-TBI82X-TS); мультимедійний проектор Epson EH-TW710; кріплення для мультимедійного проектора SEKTOR PRB95-1504; вебкамера Logitech Webcam C920 HD PRO (960-001055); штатив та тримач вебкамери Arsenal (ARS-3750-New+AccPro SP-08). Рік введення в експлуатацію – 2023 р.</p> <p>Ноутбук Lenovo G50-45 (80E300HCUA).</p> <p>Програмне забезпечення: Intboard Easy Start V3.0; ліцензійне Microsoft Windows 10 Корпоративна 2016; ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; ліцензійне Microsoft Office професійний плюс 2010; поприєтарне програмне забезпечення, яке дозволяється вільно використовувати, у тому числі і у навчальних закладах (Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox). Он-лайн платформа Moodle (Big Blue Button) Необмежений доступ до мережі Інтернет.</p> |
| ОК 11 Переддипломна практика                      | практика             | ОК 11 Програма<br>Переддип.<br>практики_2024_07<br>5.pdf | fRxf3lW5nEqheiqT<br>nhn6FQ9P5rTO+xtr<br>+HILxAf7LY=  | <p>Для презентації звіту: інтерактивна дошка Intboard UT-TBI82 (UT-TBI82X-TS); мультимедійний проектор Epson EH-TW710; кріплення для мультимедійного проектора SEKTOR PRB95-1504; вебкамера Logitech Webcam C920 HD PRO (960-001055); штатив та тримач смартфона Arsenal (ARS-3750-New+AccPro SP-08). Рік введення в експлуатацію – 2023 р.</p> <p>Ноутбук Lenovo G50-45 (80E300HCUA).</p> <p>Програмне забезпечення: Intboard Easy Start V3.0; ліцензійне Microsoft Windows 10 Корпоративна 2016; ліцензійне забезпечення платформи веб-конференцій Zoom; ліцензійне Microsoft Office професійний плюс 2010; поприєтарне програмне забезпечення, яке дозволяється вільно використовувати, у тому числі і у навчальних закладах (Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox). Онлайн платформа</p>   |

Moodle (Big Blue Button).  
Необмежений доступ до мережі  
Інтернет.

\* 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 відповідність НПП освітнім компонентам

| ID викладача | ПІБ                             | Посада   | Структурний підрозділ     | Кваліфікація викладача  | Стаж | Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП   | Обґрунтування відповідності освітньому компоненту (кваліфікація, професійний досвід, наукові публікації)  |
|--------------|---------------------------------|--|---------------------------|---|------|---|---|
| 81795        | Жукова<br>Наталія<br>Михайлівна | В.о.<br>завідувача<br>кафедри,<br>Основне<br>місце<br>роботи | Гуманітарний<br>факультет | Диплом<br>магістра,<br>Запорізький<br>державний<br>університет,<br>рік закінчення:<br>2003,<br>спеціальність:<br>030502 Мова<br>та література<br>(англійська),<br>Диплом<br>кандидата наук<br>ДК 006439,<br>виданий<br>17.05.2012,<br>Атестат<br>доцента 12ДЦ<br>036052,<br>виданий<br>10.10.2013 | 21   | ОК 04<br>Іноземна мова<br>професійного<br>спілкування | 1. Виконання ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Відповідає показникам 4, 8, 10, 14, 19, 20 пункту 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.<br>2. Дипломи.<br>Викладач англійської мови та літератури у вищих навчальних закладах, викладач німецької мови, Запорізький державний університет, 2003, магістр філології, Мова та література (англійська), (диплом з відзнакою АР № 23451492 від 30 червня 2003 р.).<br>Кандидат філологічних наук, Одеський національний університет ім. І.І. Мечнікова, 10.02.04 – германські мови, диплом ДК №006439 від 17 травня 2012 року.<br>Доцент, атестат 12ДЦ №036052 від 10 жовтня 2013 року.<br>3. Публікації:<br>● Gresha, V., Shalomееv, V., Tkach, D., Pavlenko, D., Brykov, M., Yastsun, Y., & Zhukova, N. (2024). Biosuble magnesium-based alloys for osteosynthesis. Acta Metallurgica Slovaca, 30(1), 5–14. <a href="https://doi.org/10.36547/ams.30.1.1974">https://doi.org/10.36547/ams.30.1.1974</a> (Web of Science)<br>● Zhukova N., Didenko I., (2021) Teaching writing and error correction in an English for Specific Purposes classroom in 2014-2020 in Ukraine, |

Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes, Vol. 9, No. 3, 363-375 pp. DOI: 10.22190/JTESAP2103363D (Web of Science, Scopus)

- Zhukova, N., Didenko, I. (2020) Designing the Reading module in an ESP course for the students majoring in Radio Engineering, Telecommunications and Economic Studies, Language for International Communications: Linking Interdisciplinary Perspectives, Vol. 3, 119-134 pp. DOI: 10.22364/LINCS.2020.10 (Web of Science)
- Zhukova, N. (2019) Enhancing 'soft skills' in the English for Specific Purposes course when recording a video, E-learning: Unlocking the Gate to Education around the Globe, 108-117 pp. WOSUID: WOS:000588063400011 (Web of Science)

4. Підвищення кваліфікації

- 11 вересня 2023 - 31 жовтня 2023 року, Кардіфський університет (Кардіфф, Уельс), 180 год/6 кредитів;
- 2-8 лютого 2023 року, Британська Рада в Україні, 60 годин, сертифікат fR040223-1003, сертифікат LfR080223-1003;
- 14-16 березня 2023 року, Британська Рада в Україні, 30 годин, сертифікат LfR160323-1018;
- 01-03 червня 2023 року, Британська Рада в Україні, 30 годин, сертифікат LfR030623-1004.

5. Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях:

- Член Міжнародної асоціації викладачів англійської мови TESOL International Association. TESOL Member ID: 280373 (до 31.01.2025);
- Член Всеукраїнської асоціації з мовного тестування та оцінювання (ВУАМТО);
- Член Української асоціації дослідників



|       |                             |   |                                   |   |    |  |  |
|-------|-----------------------------|---|-----------------------------------|---|----|--|--|
|       |                             |   |                                   |   |    | <p>освіти (УАДО) (до 31.12.2024).</p> <p>6. Участь у міжнародних наукових та/або освітніх проєктах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання "суддя міжнародної категорії":</p> <p>Координатор та учасник проєкту НУ «Запорізька політехніка» та Кардіффського університету (Cardiff University) (в межах Twinning Initiative): курси English for Academic Purposes, Teachers of English Professional Development;</p> <p>Фасилітатор, освітній проєкт МОН України та Британської Ради в Україні «Професійний розвиток вчителя іноземної мови» (лютий 2022 р., 30 годин; травень-червень 2022 р., 30 годин; липень-серпень 2022 р., 60 годин; вересень-жовтень 2022 р., 60 годин);</p> <p>Тренер, курс професійного розвитку викладачів «Навчання і викладання у важкі часи» від Британської Ради в Україні (лютий 2023 року, 60 год.; березень 2023 року, 30 г; червень 2023 року, 30 год.).</p> |  |
| 46269 | Лифар Владислава Віталіївна | Завідувач кафедри, Основне місце роботи | Факультет економіки та управління | <p>Диплом спеціаліста, Запорізький державний технічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: 0502</p> <p>Менеджмент організацій, Диплом доктора наук ДД 002384, виданий 10.10.2013,</p> <p>Диплом кандидата наук ДК 022191, виданий 11.02.2004,</p> <p>Атестат доцента 12ДЦ 017451, виданий 21.06.2007,</p> <p>Атестат професора 12ІР 009902,</p> | 25 | ОК 02<br>Методологія та організація наукових досліджень  | <p>1. Виконання ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.: Відповідає показникам 1, 3, 4, 8, 12, 13. 14, 15, 19, 20 пункту 38 Ліцензійних умов</p> <p>2. Дипломи: Економіст-менеджер за спеціальністю «Менеджмент організацій», Запорізький державний технічний університет, диплом з відзнакою АР №11581042, 30.06.1999 р.</p> <p>Кандидат економічних наук, Національна металургійна академія України, 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами, тема дисертації «Розробка логістичної системи</p> |

виданий  
31.10.2014

управління закупками і розподілом на великому промисловому підприємстві», диплом ДК № 022191 від 11.02.2004 р. Доктор економічних наук, Інститут економіко-правових досліджень НАН України, 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, тема дисертації «Формування та реалізація транзитного потенціалу регіону», диплом ДД №002384 від 10.10.2013 р. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років: з 2015 р. по теперішній час маркетолог за сумісництвом в ТОВ «ГАРМЕТ-ХХІ» (довідка про працю за сумісництвом вих. № 1408.1 від 14.08.2024 р.).

3. Публікації:

1. Лифар В.В., Павлішина Н.М. Стратегічне маркетингове управління торговельною маркою як нематеріальним активом. Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. 2024. №5. Режим доступу: <https://www.nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/3747/3782>
2. Лифар В.В. Можливості використання екологічного маркетингу та «зеленої» логістики в сучасних умовах розвитку економіки/ Маркетингове та логістичне забезпечення діяльності підприємств в умовах екологізації та цифровізації економіки: колективна монографія. Запоріжжя : АА Тандем, 2023. 256 с. С.62-101.
3. Лифар В.В. Використання штучного інтелекту для розвитку Social Media Marketing. X International scientific

and practical conference «Modern Trends in the Development of Scientific Space» (February 14-16, 2024) Dresden, Germany, International Scientific Unity. 2024. 286 p. P. 144-145

4. Verbivska L., Abramova M., Gudz M., Lyfar V., Khilukha O. Digitalization of the Ukrainian economy during a state of war is a necessity of the time. Amazonia Investiga, 12(68), P.184-194. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.68.08.17> (Web of Science).

5. Liashuk N., Kapral O., Lyfar V., Zerkal A., Burdyak O. Social Networks as a Tool of Marketing Communications. Khazar Journal of Humanities and Social Sciences. Volume 26, №3, Special Issue, 2023. P. 28-38 (Web of Science).

6. Лифар В.В. Формування інтегрованих ланцюгів поставок на підприємствах України. Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції [Електронний ресурс]. Київ : КНЕУ, 2023. 183 с. С.82-83

7. Лифар В.В. Формування інтегрованих ланцюгів поставок на підприємствах України. Сучасні технології комерційної діяльності і логістики [Електронний ресурс] : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 3 листоп. 2023 р., м. Київ / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана ; [редкол.: О. І. Олексюк (відп. за вип.) та ін.]. Електрон. текст. дані. Київ : КНЕУ, 2023. 183 с. С.82-83

8. Лифар В.В. Можливості використання логістики у повоєнний період підприємствами України. Відновлення України та її регіонів в

контексті глобальних трендів: управління, адміністрування та забезпечення: тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 25-26 травня 2023 р. [Електронний ресурс] / Редкол.: В.В. Наумик (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С.335-336.

9. Лифар В.В. Місце екологічного маркетингу та «зеленої» логістики в системі економічного управління підприємством на сучасному етапі. Moderní aspekty vědy: XXX. Díl mezinárodní kolektivní monografie. Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o. Česká republika: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o., 2023. str. 403. С.298-311.

10. Лифар В.В., Мізін А.М. Використання інструментів цифрового маркетингу у формуванні іміджу закладів вищої освіти в Україні. Multidisciplinární mezinárodní vědecký magazín “Věda a perspektivy”, Praha, České republika. № 4(23) 2023. str. 276. С.23-37

11. Лифар В.В. Актуальність логістики в умовах воєнного стану. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції. 28-29 жовтня 2022 р. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 276 с. С.143-145

12. Lyfar V., Sokolova Y. The Inclusive Development of the Region According to the Current Economic Conditions. Baltic Journal of Economic Studies. Vol.8. № 1. Riga, Latvia: “Baltija Publishing”. 2022. 164 p. P.83-93 (Web of Science Core Collection).

13. Лифар В.В.,

Борисенко О.Є.  
Стратегія рекламної діяльності в мережі Інтернет: сутність та значення / Наукові перспективи. Серія «Економіка». 2022. № 6 (24). С.332-344.  
14. Остапенко В.В., Колпакова Т.О., Лифар В.В. Економіка та організація виробництва програмного забезпечення. Навч. посібник. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 96 с.

15. Лифар В.В. Перспективи розвитку ринку адитивного виробництва в світі та в Україні. Науково-економічний журнал «Економічні студії». Львів: «Львівська економічна фундація». 2021. Випуск 1(31). С.89-94.

16. Лифар В.В., Овчинніков О.В. Production prospects for additive technologies in metal detail manufacture // Європейський вектор модернізації економіки в умовах сталого розвитку промислового регіону [текст] : [монографія] / під заг. ред. д.е.н., проф. Метеленко Н. Г. К.: Інтерсервіс, 2021. 378 с. С.211-223

17. Лифар В.В. Роль екологічного маркетингу у вирішенні екологічних проблем промислових регіонів. Європейський вектор модернізації інженерної та економіко-управлінської освіти в умовах сталого розвитку промислового регіону : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (27-28 травня 2021 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя : Наук. ред. Н.Г. Метеленко. ЗНУ Інженерний навчально- науковий інститут, 2021. 453 с. С.237-240.

18. Лифар В.В. Біоекономіка в контексті інклюзивного розвитку регіону. Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції

Інженерного навчально-наукового інституту ЗНУ «Біоекономіка як ключовий фактор розвитку виробництва та екологізації промислового регіону» (м. Запоріжжя, 26-27 листопада 2020р.). Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 135 с. С.74-76.  
19. Лифар В.В. Використання адитивних технологій як пріоритетний напрям економічного розвитку сучасних підприємств. Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств» (м. Одеса, 4-5 червня 2020 р.). – Одеса: ОНПУ, 2020. 352 с. С.271-273.  
20. Лифар В.В. Прогнозна оцінка створення транспортно-логістичних центрів в регіоні // Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 41. С.157-163  
21. Лифар В.В., Макрієва К.М. Оцінка концентрації ринку експрес-перевезень в Україні. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. №5(110). С.116-121.  
22. Лифар В.В. Сучасне розуміння інклюзивного розвитку регіону. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.268-270.  
23. Лифар В.В., Портнова Д.І. «Зелений» туризм як складова інклюзивного розвитку Запорізького регіону. Тези

доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.274-276.

24. Лифар В.В., Макрієва К.М. Концепція інклюзивного зростання як передумова економічного розвитку регіону. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.271-273.

4. Підвищення кваліфікації:  
- Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації з економічних наук в Центрі українсько-європейського наукового співробітництва Міжнародного університету бізнесу і права, тема: «Науково-практичні аспекти сучасної економічної освіти та науки: інновації, діджиталізація, інтеграція» (15.11-26.12.2021 р.; обсяг 6 кредитів). Сертифікат №ADV-151120-ЕСО від 26.12.2021 р.  
- кафедра маркетингу та логістики Національного університету «Львівська політехніка», стажування з «11» грудня 2017 року по «11» червня 2018 року, довідка №770 від 25.06.2018 р.;  
- з 15.11.2021 по 18.11.2021 пройшла онлайн стажування загальним обсягом 1

|        |                              |                              |                        |  |    |   |  |
|--------|------------------------------|------------------------------|------------------------|--|----|---|--|
|        |                              |                              |                        |  |    | <p>кредит ЄКТС за курсом «Міжнародна кооперація. Платформи для підвищення наукометричних показників вчених» від науково-навчального центру компанії «Наукові публікації», сертифікат №AA2707 від 19.11.2021 р.;</p> <p>- з 31.03.2021 по 20.04.2021 пройшла тренінговий курс «Як запустити кейс-клуб» в рамках проекту USAID</p> <p>5. Участь в експертних комісіях:</p> <p>- голова експертної комісії при проведенні акредитаційної експертизи освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти у Полтавському національному технічному університеті ім. Юрія Кондратюка (наказ МОН України №2511Л від 06.12.2018 р.).</p> <p>Член Української асоціації маркетингу (сертифікат №564 від 18.02.2021 р.)</p> |  |
| 244851 | Ємельяненко Євгенія Олегівна | Доцент, Основне місце роботи | Гуманітарний факультет | <p>Диплом бакалавра, НПУ імені М.П. Драгоманова, рік закінчення: 2005, спеціальність: , Диплом магістра, Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, рік закінчення: 2008, спеціальність: 000009</p> <p>Управління навчальним закладом, Диплом магістра, Запорізький національний університет, рік закінчення: 2021, спеціальність: 035 Філологія, Диплом кандидата наук ДК 062533, виданий 10.11.2010, Аттестат</p> | 17 | ОК 01 Соціальна відповідальність та сталий розвиток   | <p>Відповідає показникам 1, 3, 8, 12, 14, 19 пункту 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>1. Керівник навчального закладу, за спеціальністю «Управління навчальним закладом», Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова, диплом магістра з відзнакою КВ №33216191, 30.06.2008 р.</p> <p>2. Кандидат філософських наук, Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова, 08.09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії, диплом ДК № 062533 від 10.11.2010 р.</p> <p>3. Доцент кафедри філософії, аттестат доцента 12ДЦ №039145 від 26.06.2014 р.</p> |



доцента 12/ДЦ  
039145,  
виданий  
26.06.2014

Публікації:  
1. Yemelyanenko Ye. O. Socio-cultural space of childhood as the condition of forming self-advanced personality (Самостійний соціокультурний простір дитинства як умова самоусвідомлення дорослої особистості). Гілея (науковий вісник): Зб.наукових праць / Гол. ред. В.М.Вашкевич. 2019. Вип. 145 (№ 6). Ч.2. С. 63-67.  
2. Bekh, Y., Panchenko, L., Bondarenko, O., Yemelianenko, Y., Sharovalova, I. (2021). Socio-Philosophical Analysis of Mass Media as a Factor in the Formation of Public Opinion. Wisdom, 2021, Vol. 20, № 4, S. 42-50.  
<https://doi.org/10.24234/wisdom.v20i4.547> (Scopus Q2, Web of Science).  
3. Kryshtanovych, S., Tieliezhkina, O., Chesnokova, M., Yemelianenko, Y., Kravchenko, V. (2022). Paradigm of the Competence of Linguists in the Education System in the Context of Understanding the Philosophy of Language. Wisdom, 2022, Vol. 3(2), S. 104-111.  
<https://doi.org/10.24234/wisdom.v3i2.732> (Scopus Q2, Web of Science).  
4. Yemelianenko, Y. Competencies in education through the development of the individual's legal awareness in the conditions of a modern society: Competencias en educación a través del desarrollo de la conciencia jurídica del individuo en las condiciones de una sociedad moderna [Text] / Kryshtanovych, S., Ratushna, T., Chubinska, N., Oleksiuk, M., Kachmar, O., Yemelianenko, Y. // Political Questions, 41(79). P. 103-112.  
5. Ємельяненко Є. Порівняльний аналіз методик психотерапевтичної взаємодії з дітьми-аутистами та їх родинами /

|       |                                   |   |   |   |    |  |  |
|-------|-----------------------------------|---|---|---|----|--|--|
|       |                                   |   |   |   |    | <p>С.Ємельяненко,<br/>Т.Мартинюк,<br/>Ю.Гриневич //<br/>Ввічливість.<br/>Humanitas.<br/>Волинський<br/>національний<br/>університет імені Лесі<br/>Українки. - Вип.2. -<br/>2024. - С.86-94<br/>6. Yemelienenko Y.<br/>Evolution of<br/>collaborationism in the<br/>temporarily occupied<br/>south of Ukraine in the<br/>years 2022-2024 /<br/>Y.Yemelienenko,<br/>O.Zubchenko,<br/>G.Nesterenko,<br/>T.Gaivoronska,<br/>R.Maksakova,<br/>N.Dievochkina // AD<br/>ALTA, (VOLUME 14,<br/>ISSUE 2, SPECIAL<br/>ISSUE XLIII. P.11-18.<br/>(Web of Science).</p> <p>Підвищення<br/>кваліфікації:<br/>Запорізький<br/>національний<br/>університет, заклад<br/>освіти державної<br/>форми власності,<br/>магістр філології,<br/>перекладач<br/>англійської мови,<br/>диплом М21N<sup>o</sup>070834<br/>від 31.12.2021 р.<br/>Громадська<br/>організація "Центр<br/>незалежних<br/>соціологічних<br/>досліджень" (ГО<br/>"ЦНСД");<br/>ідентифікаційний<br/>номер 43630757, дата<br/>реєстрації 25.05.2020<br/>р., № запису<br/>11031020000049183</p> |  |
| 46269 | Лифар<br>Владислава<br>Віталіївна | Завідувач<br>кафедри,<br>Основне<br>місце<br>роботи | Факультет<br>економіки та<br>управління | <p>Диплом<br/>спеціаліста,<br/>Запорізький<br/>державний<br/>технічний<br/>університет,<br/>рік закінчення:<br/>1999,<br/>спеціальність:<br/>0502<br/>Менеджмент<br/>організацій,<br/>Диплом<br/>доктора наук<br/>ДД 002384,<br/>виданий<br/>10.10.2013,<br/>Диплом<br/>кандидата наук<br/>ДК 022191,<br/>виданий<br/>11.02.2004,<br/>Атестат<br/>доцента 12ДЦ<br/>017451,<br/>виданий<br/>21.06.2007,<br/>Атестат<br/>професора<br/>12ІР 009902,</p> | 25 | ОК 10<br>Міжнародний<br>маркетинг  | <p>1. Виконання<br/>ліцензійних умов<br/>провадження<br/>освітньої діяльності.:<br/>Відповідає<br/>показникам 1, 3, 4, 8,<br/>12, 13, 14, 15, 19, 20<br/>пункту 38 Ліцензійних<br/>умов<br/>2. Дипломи:<br/>Економіст-менеджер<br/>за спеціальністю<br/>«Менеджмент<br/>організацій»,<br/>Запорізький<br/>державний технічний<br/>університет, диплом з<br/>відзнакою АР<br/>№11581042,<br/>30.06.1999 р.<br/>Кандидат<br/>економічних наук,<br/>Національна<br/>металургійна академія<br/>України, 08.06.01 –<br/>економіка, організація<br/>і управління<br/>підприємствами, тема<br/>дисертації «Розробка<br/>логістичної системи</p> |

виданий  
31.10.2014

управління закупками і розподілом на великому промисловому підприємстві», диплом ДК № 022191 від 11.02.2004 р. Доктор економічних наук, Інститут економіко-правових досліджень НАН України, 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, тема дисертації «Формування та реалізація транзитного потенціалу регіону», диплом ДД №002384 від 10.10.2013 р. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років: з 2015 р. по теперішній час маркетолог за сумісництвом в ТОВ «ГАРМЕТ-ХХІ» (довідка про працю за сумісництвом вих. № 1408.1 від 14.08.2024 р.).

3. Публікації:

1. Лифар В.В., Павлішина Н.М. Стратегічне маркетингове управління торговельною маркою як нематеріальним активом. Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. 2024. №5. Режим доступу: <https://www.nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/3747/3782>
2. Лифар В.В. Можливості використання екологічного маркетингу та «зеленої» логістики в сучасних умовах розвитку економіки/ Маркетингове та логістичне забезпечення діяльності підприємств в умовах екологізації та цифровізації економіки: колективна монографія. Запоріжжя : АА Тандем, 2023. 256 с. С.62-101.
3. Лифар В.В. Використання штучного інтелекту для розвитку Social Media Marketing. X International scientific

and practical conference «Modern Trends in the Development of Scientific Space» (February 14-16, 2024) Dresden, Germany, International Scientific Unity. 2024. 286 p. P. 144-145

4. Verbivska L., Abramova M., Gudz M., Lyfar V., Khilukha O. Digitalization of the Ukrainian economy during a state of war is a necessity of the time. Amazonia Investiga, 12(68), P.184-194. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.68.08.17> (Web of Science).

5. Liashuk N., Kapral O., Lyfar V., Zerkal A., Burdyak O. Social Networks as a Tool of Marketing Communications. Khazar Journal of Humanities and Social Sciences. Volume 26, №3, Special Issue, 2023. P. 28-38 (Web of Science).

6. Лифар В.В. Формування інтегрованих ланцюгів поставок на підприємствах України. Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції [Електронний ресурс]. Київ : КНЕУ, 2023. 183 с. С.82-83

7. Лифар В.В. Формування інтегрованих ланцюгів поставок на підприємствах України. Сучасні технології комерційної діяльності і логістики [Електронний ресурс] : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 3 листоп. 2023 р., м. Київ / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана ; [редкол.: О. І. Олексюк (відп. за вип.) та ін.]. Електрон. текст. дані. Київ : КНЕУ, 2023. 183 с. С.82-83

8. Лифар В.В. Можливості використання логістики у повоєнний період підприємствами України. Відновлення України та її регіонів в

контексті глобальних трендів: управління, адміністрування та забезпечення: тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 25-26 травня 2023 р. [Електронний ресурс] / Редкол.: В.В. Наумик (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С.335-336.

9. Лифар В.В. Місце екологічного маркетингу та «зеленої» логістики в системі економічного управління підприємством на сучасному етапі. Moderní aspekty vědy: XXX. Díl mezinárodní kolektivní monografie. Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o. Česká republika: Mezinárodní Ekonomický Institut s.r.o., 2023. str. 403. С.298-311.

10. Лифар В.В., Мізін А.М. Використання інструментів цифрового маркетингу у формуванні іміджу закладів вищої освіти в Україні. Multidisciplinární mezinárodní vědecký magazín “Věda a perspektivy”, Praha, České republika. № 4(23) 2023. str. 276. С.23-37

11. Лифар В.В. Актуальність логістики в умовах воєнного стану. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції. 28-29 жовтня 2022 р. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 276 с. С.143-145

12. Lyfar V., Sokolova Y. The Inclusive Development of the Region According to the Current Economic Conditions. Baltic Journal of Economic Studies. Vol.8. № 1. Riga, Latvia: “Baltija Publishing”. 2022. 164 p. P.83-93 (Web of Science Core Collection).

13. Лифар В.В.,

Борисенко О.Є.  
Стратегія рекламної діяльності в мережі Інтернет: сутність та значення / Наукові перспективи. Серія «Економіка». 2022. № 6 (24). С.332-344.  
14. Остапенко В.В., Колпакова Т.О., Лифар В.В. Економіка та організація виробництва програмного забезпечення. Навч. посібник. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 96 с.  
15. Лифар В.В. Перспективи розвитку ринку адитивного виробництва в світі та в Україні. Науково-економічний журнал «Економічні студії». Львів: «Львівська економічна фундація». 2021. Випуск 1(31). С.89-94.  
16. Лифар В.В., Овчинніков О.В. Production prospects for additive technologies in metal detail manufacture // Європейський вектор модернізації економіки в умовах сталого розвитку промислового регіону [текст] : [монографія] / під заг. ред. д.е.н., проф. Метеленко Н. Г. К.: Інтерсервіс, 2021. 378 с. С.211-223  
17. Лифар В.В. Роль екологічного маркетингу у вирішенні екологічних проблем промислових регіонів. Європейський вектор модернізації інженерної та економіко-управлінської освіти в умовах сталого розвитку промислового регіону : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (27-28 травня 2021 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя : Наук. ред. Н.Г. Метеленко. ЗНУ Інженерний навчально- науковий інститут, 2021. 453 с. С.237-240.  
18. Лифар В.В. Біоекономіка в контексті інклюзивного розвитку регіону. Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції

Інженерного навчально-наукового інституту ЗНУ «Біоекономіка як ключовий фактор розвитку виробництва та екологізації промислового регіону» (м. Запоріжжя, 26-27 листопада 2020р.). Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 135 с. С.74-76.  
19. Лифар В.В. Використання адитивних технологій як пріоритетний напрям економічного розвитку сучасних підприємств. Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств» (м. Одеса, 4-5 червня 2020 р.). – Одеса: ОНПУ, 2020. 352 с. С.271-273.  
20. Лифар В.В. Прогнозна оцінка створення транспортно-логістичних центрів в регіоні // Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 41. С.157-163  
21. Лифар В.В., Макрієва К.М. Оцінка концентрації ринку експрес-перевезень в Україні. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. №5(110). С.116-121.  
22. Лифар В.В. Сучасне розуміння інклюзивного розвитку регіону. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.268-270.  
23. Лифар В.В., Портнова Д.І. «Зелений» туризм як складова інклюзивного розвитку Запорізького регіону. Тези

доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.274-276.

24. Лифар В.В., Макрієва К.М. Концепція інклюзивного зростання як передумова економічного розвитку регіону. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.271-273.

4. Підвищення кваліфікації:  
- Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації з економічних наук в Центрі українсько-європейського наукового співробітництва Міжнародного університету бізнесу і права, тема: «Науково-практичні аспекти сучасної економічної освіти та науки: інновації, діджиталізація, інтеграція» (15.11-26.12.2021 р.; обсяг 6 кредитів). Сертифікат №ADV-151120-ЕСО від 26.12.2021 р.  
- кафедра маркетингу та логістики Національного університету «Львівська політехніка», стажування з «11» грудня 2017 року по «11» червня 2018 року, довідка №770 від 25.06.2018 р.;  
- з 15.11.2021 по 18.11.2021 пройшла онлайн стажування загальним обсягом 1



|       |                             |   |                                   |  |    |   |   |
|-------|-----------------------------|---|-----------------------------------|--|----|---|---|
|       |                             |   |                                   |  |    | <p>кредит ЄКТС за курсом «Міжнародна кооперація. Платформи для підвищення наукометричних показників вчених» від науково-навчального центру компанії «Наукові публікації», сертифікат №AA2707 від 19.11.2021 р.;</p> <p>- з 31.03.2021 по 20.04.2021 пройшла тренінговий курс «Як запустити кейс-клуб» в рамках проєкту USAID</p> <p>5. Участь в експертних комісіях:</p> <p>- голова експертної комісії при проведенні акредитаційної експертизи освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти у Полтавському національному технічному університеті ім. Юрія Кондратюка (наказ МОН України №25111 від 06.12.2018 р.).</p> <p>Член Української асоціації маркетингу (сертифікат №564 від 18.02.2021 р.)</p> |   |
| 46269 | Лифар Владислава Віталіївна | Завідувач кафедри, Основне місце роботи | Факультет економіки та управління | <p>Диплом спеціаліста, Запорізький державний технічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: 0502</p> <p>Менеджмент організацій, Диплом доктора наук ДД 002384, виданий 10.10.2013,</p> <p>Диплом кандидата наук ДК 022191, виданий 11.02.2004,</p> <p>Атестат доцента 12ДЦ 017451, виданий 21.06.2007,</p> <p>Атестат професора 12ПР 009902, виданий 31.10.2014</p> | 25 | ОК 09<br>Методологія прикладних досліджень у маркетингу   | <p>1. Виконання ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.: Відповідає показникам 1, 3, 4, 8, 12, 13, 14, 15, 19, 20 пункту 38 Ліцензійних умов</p> <p>2. Дипломи: Економіст-менеджер за спеціальністю «Менеджмент організацій», Запорізький державний технічний університет, диплом з відзнакою АР №11581042, 30.06.1999 р.</p> <p>Кандидат економічних наук, Національна металургійна академія України, 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами, тема дисертації «Розробка логістичної системи управління закупками і розподілом на великому промисловому підприємстві», диплом ДК № 022191 від 11.02.2004 р.</p> |

Доктор економічних наук, Інститут економіко-правових досліджень НАН України, 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, тема дисертації «Формування та реалізація транзитного потенціалу регіону», диплом ДД №002384 від 10.10.2013 р. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років: з 2015 р. по теперішній час маркетолог за сумісництвом в ТОВ «ГАРМЕТ-XXI» (довідка про працю за сумісництвом вих. № 1408.1 від 14.08.2024 р.).

3. Публікації:

1. Лифар В.В., Павлішина Н..М. Стратегічне маркетингове управління торговельною маркою як нематеріальним активом. Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. 2024. №5. Режим доступу: <https://www.nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/3747/3782>
2. Лифар В.В. Можливості використання екологічного маркетингу та «зеленої» логістики в сучасних умовах розвитку економіки/ Маркетингове та логістичне забезпечення діяльності підприємств в умовах екологізації та цифровізації економіки: колективна монографія. Запоріжжя : АА Тандем, 2023. 256 с. С.62-101.
3. Лифар В.В. Використання штучного інтелекту для розвитку Social Media Marketing. X International scientific and practical conference «Modern Trends in the Development of Scientific Space» (February 14-16, 2024) Dresden, Germany,

International Scientific Unity. 2024. 286 p. P. 144-145

4. Verbivska L., Abramova M., Gudz M., Lyfar V., Khilukha O. Digitalization of the Ukrainian economy during a state of war is a necessity of the time. Amazonia Investiga, 12(68), P.184-194. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.68.08.17> (Web of Science).

5. Liashuk N., Kapral O., Lyfar V., Zerkal A., Burdyak O. Social Networks as a Tool of Marketing Communications. Khazar Journal of Humanities and Social Sciences. Volume 26, №3, Special Issue, 2023. P. 28-38 (Web of Science).

6. Лифар В.В. Формування інтегрованих ланцюгів поставок на підприємствах України. Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції [Електронний ресурс]. Київ : КНЕУ, 2023. 183 с. С.82-83

7. Лифар В.В. Формування інтегрованих ланцюгів поставок на підприємствах України. Сучасні технології комерційної діяльності і логістики [Електронний ресурс] : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 3 листоп. 2023 р., м. Київ / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана ; [редкол.: О. І. Олексюк (відп. за вип.) та ін.]. Електрон. текст. дані. Київ : КНЕУ, 2023. 183 с. С.82-83

8. Лифар В.В. Можливості використання логістики у повоєнний період підприємствами України. Відновлення України та її регіонів в контексті глобальних трендів: управління, адміністрування та забезпечення: тези доповідей міжнародної науково-практичної

конференції,  
Запоріжжя, 25-26  
травня 2023 р.  
[Електронний ресурс]  
/ Редкол.: В.В. Наумик  
(відпов. ред.)  
Електрон. дані.  
Запоріжжя : НУ  
«Запорізька  
політехніка», 2023.  
С.335-336.

9. Лифар В.В. Місце  
екологічного  
маркетингу та  
«зеленої» логістики в  
системі економічного  
управління  
підприємством на  
сучасному етапі.  
Moderní aspekty vědy:  
XXX. Díl mezinárodní  
kolektivní monografie.  
Mezinárodní  
Ekonomický Institut  
s.r.o. Česká republika:  
Mezinárodní  
Ekonomický Institut  
s.r.o., 2023. str. 403.  
С.298-311.

10. Лифар В.В., Мізін  
А.М. Використання  
інструментів  
цифрового  
маркетингу у  
формуванні іміджу  
закладів вищої освіти  
в Україні.  
Multidisciplinární  
mezinárodní vědecký  
magazín “Věda a  
perspektivy”, Praha,  
České republika. №  
4(23) 2023. str. 276.  
С.23-37

11. Лифар В.В.  
Актуальність  
логістики в умовах  
воєнного стану.  
Маркетинг і логістика  
в системі  
менеджменту: тези  
доповідей XIV  
Міжнародної науково-  
практичної  
конференції. 28-29  
жовтня 2022 р. Львів:  
Видавництво  
Львівської  
політехніки, 2022.  
276 с. С.143-145

12. Lyfar V., Sokolova  
Y. The Inclusive  
Development of the  
Region According to the  
Current Economic  
Conditions. Baltic  
Journal of Economic  
Studies. Vol.8. № 1.  
Riga, Latvia: “Baltija  
Publishing”. 2022. 164  
р. P.83-93 (Web of  
Science Core  
Collection).

13. Лифар В.В.,  
Борисенко О.Є.  
Стратегія рекламної  
діяльності в мережі  
Інтернет: сутність та  
значення / Наукові  
перспективи. Серія  
«Економіка». 2022.

№ 6 (24). С.332-344.  
14. Остапенко В.В., Колпакова Т.О., Лифар В.В. Економіка та організація виробництва програмного забезпечення. Навч. посібник. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 96 с.

15. Лифар В.В. Перспективи розвитку ринку адитивного виробництва в світі та в Україні. Науково-економічний журнал «Економічні студії». Львів: «Львівська економічна фундація». 2021. Випуск 1(31). С.89-94.

16. Лифар В.В., Овчинніков О.В. Production prospects for additive technologies in metal detail manufacture // Європейський вектор модернізації економіки в умовах сталого розвитку промислового регіону [текст] : [монографія] / під заг. ред. д.е.н., проф. Метеленко Н. Г. К.: Інтерсервіс, 2021. 378 с. С.211-223

17. Лифар В.В. Роль екологічного маркетингу у вирішенні екологічних проблем промислових регіонів. Європейський вектор модернізації інженерної та економіко-управлінської освіти в умовах сталого розвитку промислового регіону : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (27-28 травня 2021 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя : Наук. ред. Н.Г. Метеленко. ЗНУ Інженерний навчально-науковий інститут, 2021. 453 с. С.237-240.

18. Лифар В.В. Біоекономіка в контексті інклюзивного розвитку регіону. Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції Інженерного навчально-наукового інституту ЗНУ «Біоекономіка як ключовий фактор розвитку виробництва та екологізації

промислового регіону» (м. Запоріжжя, 26-27 листопада 2020р.). Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 135 с. С.74-76.

19. Лифар В.В. Використання адитивних технологій як пріоритетний напрям економічного розвитку сучасних підприємств. Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств» (м. Одеса, 4-5 червня 2020 р.). – Одеса: ОНПУ, 2020. 352 с. С.271-273.

20. Лифар В.В. Прогнозна оцінка створення транспортно-логістичних центрів в регіоні // Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 41. С.157-163

21. Лифар В.В., Макрієва К.М. Оцінка концентрації ринку експрес-перевезень в Україні. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. №5(110). С.116-121.

22. Лифар В.В. Сучасне розуміння інклюзивного розвитку регіону. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.268-270.

23. Лифар В.В., Портнова Д.І. «Зелений» туризм як складова інклюзивного розвитку Запорізького регіону. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування інновацій інклюзивного

розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.274-276.

24. Лифар В.В., Макрієва К.М. Концепція інклюзивного зростання як передумова економічного розвитку регіону. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.271-273.

4. Підвищення кваліфікації: - Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації з економічних наук в Центрі українсько-європейського наукового співробітництва Міжнародного університету бізнесу і права, тема: «Науково-практичні аспекти сучасної економічної освіти та науки: інновації, діджиталізація, інтеграція» (15.11-26.12.2021 р.; обсяг 6 кредитів). Сертифікат №ADV-151120-ECO від 26.12.2021 р. - кафедра маркетингу та логістики Національного університету «Львівська політехніка», стажування з «11» грудня 2017 року по «11» червня 2018 року, довідка №770 від 25.06.2018 р.; - з 15.11.2021 по 18.11.2021 пройшла онлайн стажування загальним обсягом 1 кредит ЄКТС за курсом «Міжнародна кооперація. Платформи для підвищення наукометричних показників вчених»

|        |                             |                              |                                   |   |    |                            |  |
|--------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------------|---|----|----------------------------|--|
|        |                             |                              |                                   |   |    |                            | <p>від науково-навчального центру компанії «Наукові публікації», сертифікат №АА2707 від 19.11.2021 р.;</p> <p>- з 31.03.2021 по 20.04.2021 пройшла тренінговий курс «Як запустити кейс-клуб» в рамках проекту USAID</p> <p>5. Участь в експертних комісіях:</p> <p>- голова експертної комісії при проведенні акредитаційної експертизи освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти у Полтавському національному технічному університеті ім. Юрія Кондратюка (наказ МОН України №2511Л від 06.12.2018 р.).</p> <p>Член Української асоціації маркетингу (сертифікат №564 від 18.02.2021 р.)</p>                               |
| 328810 | Соріна Оксана Олександрівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та управління | <p>Диплом спеціаліста, Запорізький державний технічний університет, рік закінчення: 2001, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 063582, виданий 01.02.2022</p> | 23 | ОК 03 Управління проектами | <p>1. Відповідає показникам 1, 3, 4, 5, 12, 19 пункту 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>2. Дипломи: 2000 р. - Диплом бакалавра (з відзнакою) АРН№13758119 за напрямом підготовки 0502 «Менеджмент організацій», кваліфікація: «бакалавр з менеджменту». Запорізький національний технічний університет, факультет економіки і управління. 2001 р. - Диплом спеціаліста (з відзнакою) АРН№16789419 від 30 червня 2001 р., Запорізький державний технічний університет, спеціальність «Менеджмент організацій», кваліфікація «менеджер-економіст» 2022 р. – Кандидатська дисертація зі спеціальності 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної</p> |



діяльності)». Тема:  
«Стратегія сталого  
розвитку  
машинобудівних  
підприємств», рік  
захисту – 2021;  
спеціалізована вчена  
рада Д 17.127.01,  
Класичний приватний  
університет (м.  
Запоріжжя). Диплом  
МОН України ДК №  
063582 від 1 лютого  
2022 року.

3. Публікації  
3.1 Соріна О.О.,  
Коротунова О.В.  
Підприємницький  
проект: сутність та  
типологія. Управління  
змiнами та інновації.  
2023. №8. С. 49-54.  
URL:  
<http://cmi.politehnica.zp.ua/index.php/journal/article/view/108/102>.  
DOI:  
<https://doi.org/10.32782/СМІ/2023-8-8>

3.2 Корольков В. В.,  
Соріна О. О.,  
Тельчаров Е. А.  
Управління знаннями  
при реалізації  
стратегії  
інноваційного  
оновлення  
підприємства.  
Ефективна економіка.  
2021. № 11. URL:  
<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9529>. DOI:  
10.32702/2307-2105-2021.11.71

3.3 Sorina O. Features  
of Forming an  
Enterprise Strategy  
Based on the  
Sustainable  
Development Concept.  
Green, Blue and Digital  
Economy Journal.  
2021. Vol.2 No. 1. PP.  
90-95  
(IndexCopernicus,  
Research Papers in  
Economics)

3.4 Тесленок І. М.,  
Соріна О. О.,  
Мишакова В. О.  
Зв'язки з  
громадськістю як  
основний інструмент  
формування іміджу  
державної податкової  
служби. Державне  
управління:  
удосконалення та  
розвиток. 2020. № 11.  
– URL:  
<http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1847>.  
DOI: 10.32702/2307-2156-2020.11.32 (Index  
Copernicus)

3.5 Тесленок І. М.,  
Соріна О. О., Коваль В.  
В. Розробка механізму  
стратегічного  
управління

промисловим комплексом регіону. Економіка та держава. 2020. № 12. С. 77-81. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.12.77. (Index Copernicus, Google Scholar)  
3.6 Пуліна Т.В., Фоміних Т.О., Соріна О.О. Можливості та перспективи управління проектами на основі методології ISO 21500. Економічний простір: Збірник наукових праць. №122. Дніпропетровськ: ПДАБА, 2017. С. 126-138.

4. Підвищення кваліфікації:

4.1 пройдено курс навчання «English for Academic Purposes at Cardiff University» в межах співпраці НУ «Запорізька політехніка» і Кардіфського університету. 20 годин, 0,67 ЄКТС; сертифікат від 25.06.2024.

4.2 пройдено курс навчання «Industrial Engineering» програми «Цифрові технології та менеджмент» Східно-Баварського університету Амберг-Вайден в рамках міжнародного проекту DILLUGIS (Digital Labs & Lectures for Ukrainian, German & International Students), 150 годин/5 кредитів ЄCTS; сертифікат від 20.03.2024;

4.3 тренінг від JA UKRAINE «Особливості впровадження та викладання курсу з підприємництва «Відновлення через соціальне підприємництво»» (7 годин, 0,23 ЄКТС) Сертифікат № 20240271 від 08 лютого 2024 року;

4.4 пройдено курс навчання «Industrial Engineering» програми «Цифрові технології та менеджмент» Східно-Баварського університету Амберг-Вайден в рамках міжнародного проекту DILLUGIS (Digital Labs & Lectures for Ukrainian, German & International Students), 150 годин, 5 кредитів ЄCTS; сертифікат від

04.08.2023;  
4.5 пройдено курс навчання «English for Academic Purposes» («Англійський для академічних цілей») програми «Цифрові технології та менеджмент» Східно-Баварського університету Амберг-Вайден в рамках міжнародного проєкту DILLUGIS (Digital Labs & Lectures for Ukrainian, German & International Students), 150 годин/5 кредитів ECTS ; сертифікат від 13.02.2023;  
4.6 Класичний приватний університет, кафедра публічного управління та землеустрою Інституту управління КПУ, стажування з 23.10.2023 р. по 25.12.2023 р., посвідчення №109 від 25.12.2023 р. (240 годин, 8 кредитів ECTS);  
4.7 пройдено навчання за програмою BUSINESS MODELS - MENTORING Регіонального фонду підтримки підприємництва в Запорізькій області в рамках спільного європейського проєкту CERTOUR II «Для покращення підприємницького менеджменту в туристичному бізнесі», (30 годин/1 кредит), квітень 2021 р., електронний сертифікат;  
4.8 Класичний приватний університет, кафедра менеджменту Інституту управління КПУ, стажування з 01.12.2018 р. по 01.06.2019 р. за спеціальністю 073 «Менеджмент», посвідчення № 0380 від 01.06.2019 р.  
4.9 Класичний приватний університет, кафедра публічного управління та землеустрою Інституту управління КПУ, стажування з 01.12.2018 р. по 01.06.2019 р. за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування», посвідчення № 0371 від 01.06.2019 р

|        |                             |                              |  |  |   |   |  |
|--------|-----------------------------|------------------------------|--|--|---|---|--|
|        |                             |                              |  |  |   | 5. Участь у роботі державних структур:<br>5.1 член робочої групи з підготовки проєкту стратегії розвитку Матвіївської сільської територіальної громади на період до 2027 року (Розпорядження №126/аг ЄДРПОУ 24906248) |  |
| 304782 | Широкорад Дмитро Вікторович | Доцент, Основне місце роботи | Факультет комп'ютерних наук і технологій | Диплом бакалавра, Запорізький національний технічний університет, рік закінчення: 2011, спеціальність: Системний аналіз, Диплом спеціаліста, Центр підвищення кваліфікації, перепідготовки "Запорізького національного технічного університету", рік закінчення: 2012, спеціальність: , Диплом магістра, Запорізький національний університет, рік закінчення: 2017, спеціальність: 8.04030101 прикладна математика, Диплом кандидата наук ДК 051314, виданий 05.03.2019 | 4 | ОК 07 Цифровий маркетинг  | 1. Відповідає показникам 1, 4, 5, 10, 11, 19 пункту 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності<br>2. Дипломи: Запорізький національний технічний університет, спеціаліст з системного аналізу і управління, аналітика систем (диплом з відзнакою АР №43609320 від 31.05.2012 р.); Запорізький національний технічний університет, фінансист (диплом 12 ДСК №242708 від 19.11.2012 р.); Запорізький національний університет, математик (прикладна математика), науковий співробітник, фахівець з математичного та комп'ютерного моделювання (диплом М17 №019127 від 31.01.2017 р.) кандидат фізико-математичних наук, ДК № 051314 від 05 березня 2019 року, тема: «Еволюція вільних металевих кластерів при бомбардуванні низькоенергетичними кластерами аргону», 01.04.07 – «Фізика твердого тіла»; доцент кафедри «Системний аналіз та обчислювальна математика», атестат АД №015022, від 24.05.2024р.<br><br>3. Публікації:<br>1. Соколова Ю.О., Широкорад Д.В. Технології та інструменти цифрового маркетингу для просування медичних закладів. Ефективна економіка. 2024. №7. <a href="https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/arti">https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/arti</a> |

cle/view/4240/4275.  
DOI:  
<http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.7.64>  
2. Широкоград Д.В.  
Роль цифрового маркетингу у забезпеченні клієнтоорієнтованого підходу: тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Відновлення України та її регіонів в контексті глобальних трендів: управління, адміністрування та забезпечення» 23-24 травня 2024 р. Запоріжжя: Видавництво Запорізької політехніки, 2024. 776 с. С.716-718.

3. Перетятий В.О., Широкоград Д.В. Збір даних для сегментації відвідувачів інтернет сайту: тези доповідей I (VII) міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «інформаційні технології: теорія і практика» 20-22 березня 2024 р. Дніпро, 2024. 479 с. С. 301-303.

4. V. Lytvyn, A. Bakurova, O. Zaritskyi, A. Gritskevich, P. Hrynchenko, E. Tereschenko, i D. Shyrokograd Fuzzy logic-based methodology for building access control systems based on fuzzy logic / V. Lytvyn, A. Bakurova, O. Zaritskyi, A. Gritskevich, P. Hrynchenko, E. Tereschenko, i D. Shyrokograd. - presented at the CEUR Workshop Proceedings. - вип. 3723, 2024. - с. 104-120.

5. Computer simulation for analysis of criteria selection problem in diversification models / Anna V. Bakurova, Alla V. Savranska, Mark V. Shevchuk, Elina V. Tereschenko, Dmytro V. Shyrokograd // XIV Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні проблеми моделювання соціально-економічних систем». Братислава-Київ, 2023.  
<https://mpsesm.org/index.php/mpsesm/mpse>

- sm-xiv
6. Goncharov A. Modeling the deposition of thin films of transition metal nitrides / A. Goncharov, A. Yunda, I. Kolinko, [et al.] // Coatings. — 2023. — Vol. 13, No. 12. (Scopus, Web of Science)
  7. Goncharov O. A. Structural characteristics and their influence on the properties of transition metal nitride and boride films (overview) / O. A. Goncharov, I. S. Kolinko, G. V. Kornich, [et al.] // Powder Metallurgy and Metal Ceramics. — 2023. — Vol. 62, No. 5–6. — P. 312–325. (Scopus, Web of Science)
  8. Bakurova A. The development of energy consumption forecasting model for a metallurgical enterprise / A. Bakurova, O. Yus'kiv, D. Shyrokorad, E. Tereschenko, A. Riabenko // 9th International Conference on Monitoring, Modeling & Management of Emergent Economy (M3E2 2021). — Odesa, 2021. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202110705004>.
  9. Bakurova A. Neural network forecasting of energy consumption of a metallurgical enterprise / A. Bakurova, O. Yus'kiv, D. Shyrokorad, E. Tereschenko, A. Riabenko // Innovative technologies and scientific solutions for industries. — 2021. — No 1 (15). — P. 14-22.
  10. Pryshchenko O. Collective artificial intelligence approach for the problem of object classification with UWB GPR / O. Pryshchenko, O. Dumin, V. Plakhtii, [et al.]. — proceedings of International Seminar/Workshop on Direct and Inverse Problems of Electromagnetic and Acoustic Wave Theory, DIPED, 2021, 2021-September, pp. 185-190. (Scopus, Web of Science)
  11. Shyrokorad D. Evolution of the Ni-Al Janus-like clusters under the impacts of

low-energy ar and ar13 projectiles / D. Shyrokora, G. Kornich, S. Buga // Materials Today Communications. - 2020. - Vol. 23. (Scopus, Web of Science)

12. Dumin O. Object classification using artificial neural network processing of data obtained by impulse gpr with 1 tx + 4rx antenna system / O. Dumin, V. Plakhtii, G. Pochanin, D. Shyrokora. — 2020 IEEE Ukrainian Microwave Week, UkrMW 2020 - Proceedings, 2020, pp. 1140–1144, 9252613. (Scopus)

13. Shyrokora D. V. Evolution of the ni-al janus-like clusters under low energy argon cluster bombardment / D. V. Shyrokora, G. V. Kornich. — Proceedings of the 2019 IEEE 9th International Conference on Nanomaterials: Applications and Properties, NAP 2019, 2019, 9075568. (Scopus, Web of Science)

14. Shyrokora D. Formation of the core-shell structures from bimetallic janus-like nanoclusters under low-energy ar and ar13 impacts: a molecular dynamics study / D. Shyrokora, G. Kornich, S. Buga // Computational Materials Science. — 2019. — Vol. 159. — P. 110–119. (Scopus, Web of Science)

15. Plakhtii V. Influence of noise reduction on object location classification by artificial neural networks for uwb subsurface radiolocation / V. Plakhtii, O. Dumin, O. Prishchenko, [et al.]. — Proceedings of International Seminar/Workshop on Direct and Inverse Problems of Electromagnetic and Acoustic Wave Theory, DIPED, 2019, 2019-September, pp. 64–68, 8882590. (Scopus, Web of Science)

16. Dumin O. Signal processing in uwb subsurface radiolocation by artificial neural

networks / O. Dumin, V. Plakhtii, O. Prishchenko, D. Shyrokorad. – 2019 IEEE International Scientific-Practical Conference: Problems of Infocommunications Science and Technology, PIC S and T 2019 - Proceedings, 2019, pp. 383–386, 9061427. (Scopus)

17. Persanov I. Subsurface object recognition in a soil using uwb irradiation by butterfly antenna / I. Persanov, O. Dumin, V. Plakhtii, D. Shyrokorad. – Proceedings of International Seminar/Workshop on Direct and Inverse Problems of Electromagnetic and Acoustic Wave Theory, DIPED, 2019, 2019-September, pp. 160–163, 8882577. (Scopus, Web of Science)

18. Dumin O. Ultrashort impulse radar for detection and classification of objects in layered medium by artificial neural network / O. Dumin, V. Plakhtii, O. Prishchenko, [et al.] // Telecommunications and Radio Engineering (English translation of Elektrosvyaz and Radiotekhnika). – 2019. – Vol. 78, No. 19. – P. 1759–1770. (Scopus)

19. Dumin O. UWB subsurface radiolocation for object location classification by artificial neural networks based on discrete tomography approach / O. Dumin, V. Plakhtii, D. Shyrokorad, [et al.]. – 2019 IEEE 2nd Ukraine Conference on Electrical and Computer Engineering, UKRCON 2019 - Proceedings, 2019, pp. 182-187, 8879827. (Scopus, Web of Science)

4. Підвищення кваліфікації: «VI International scientific congress “Society of ambient intelligence 2023”» (India – Portugal – Ukraine – Latvia – Romania – Uzbekistan), 01.11.2023–15.12.2023 (ID 317-2023, 6 ECTS credits);  
присвоєння вченого звання доцента;  
Marketing Analytics



|        |                              |                                |                                   |  |    |  |   |
|--------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|--|----|--|---|
|        |                              |                                |                                   |  |    | <p>Foundation, an online non-credit course authorized by Meta and offered through Coursera, 11 hours;<br/> Data Visualization with Tableau, an online non-credit course authorized by Tableau Learning Partner and offered through Coursera, 26 hours;<br/> Data Analysis with Tableau, an online non-credit course authorized by Tableau Learning Partner and offered through Coursera, 26 hours;<br/> AI in Marketing, course on Udemy, 1.5 hours;<br/> Tableau for Business Analytics and Marketing, course on Udemy, 3 hours;<br/> 5. Працює на посаді заступника директора департаменту цифрових систем і програмного інжинірингу - начальника відділу програмного інжинірингу ГО «Міжнародний дослідний центр вихрової енергетики» з 2023 р.<br/> 6. Участь в науковому проєкті Horizon Europe – TELEMETRY (Trustworthy Methodologies, Open Knowledge &amp; Automated Tools For Security Testing Of Iot Software, Hardware &amp; Ecosystems)</p> |   |
| 409749 | Зеркаль Анастасія Вікторівна | Професор, Основне місце роботи | Факультет економіки та управління | <p>Диплом бакалавра, "Класичний приватний університет", рік закінчення: 2009, спеціальність: 0502 Менеджмент, Диплом бакалавра, "Класичний приватний університет", рік закінчення: 2009, спеціальність: 030508 Філологія, Диплом спеціаліста, Запорізька державна інженерна академія, рік закінчення: 2017, спеціальність: 076 Підприємство, торгівля та</p> | 10 | ОК 06 Рекламний менеджмент   | <p>1. Виконання ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: Відповідає показникам 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 12, 14, 19 пункту 38 Ліцензійних умов<br/> 2. Дипломи:<br/> - Класичний приватний університет, 2010 р., «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», магістр з менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, АР №39521717, від 25.06.2010р.;<br/> - Запорізька державна інженерна академія, 2017 р., «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціаліст з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, економіка підприємства, С17 № 077475 від</p> |

біржова діяльність,  
Диплом спеціаліста,  
"Класичний приватний університет",  
рік закінчення:  
2017,  
спеціальність:  
072 Фінанси,  
банківська справа та страхування,  
Диплом магістра,  
"Класичний приватний університет",  
рік закінчення:  
2010,  
спеціальність:  
050206  
Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності,  
Диплом магістра,  
"Класичний приватний університет",  
рік закінчення:  
2022,  
спеціальність:  
075  
Маркетинг,  
Диплом доктора наук  
ДД 011629,  
виданий  
29.06.2021,  
Диплом кандидата наук  
ДК 025273,  
виданий  
22.12.2014,  
Атестат доцента АД  
002573,  
виданий  
20.06.2019

30.06.2017р.;  
- Класичний приватний університет, 2022 р., «Маркетинг», магістр з маркетингу, М22 № 017231 від 28.02.2022 р.  
- кандидат економічних наук, ДК №025273, від 22.12.2014р., тема: «Формування та розвиток корпоративної культури машинобудівних підприємств», 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»;  
- доктор економічних наук, ДД №011629, від 29.06.2021р., тема: «Управління персоналом підприємства на засадах комерційної свідомості: теорія, методологія, практика», 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»;  
- доцент кафедри фінансів, підприємництва та біржової діяльності, атестат АД №002573, від 20.06.2019р.  
- професор кафедри маркетингу та логістики, атестат професора АП №006144 від 26.06.2024 р.  
3. Публікації:  
1. Зеркаль А. В. Інноваційні підходи та сучасні тенденції діджитал-маркетингу та електронної комерції. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2024. №3(83). <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-3>  
2. Кравченко, Л., Левків, Г., Козак, С., Зеркаль, А., Приходько, І. (2024). Вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на реінжиніринг бізнес-процесів у контексті діяльності транспортних підприємств. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 3(56), Р. 439–448. <https://doi.org/10.5564>

3/fcaptp.3.56.2024.440  
8 (Scopus, Web of Science)

3. Nataliia Liashuk, Olha Kapral, Vladyslava Lyfar, Anastasiia Zerkal, Oleh Burdyak (2023) Social Networks as a Tool of Marketing Communications Khazar Journal of Humanities and Social Sciences Volume 26, Number 3, Special Issue, 2023, P. 28-39, Baku, Azerbaijan <https://ejournal.khazar.org/index.php/kjhss/article/view/88/86> (Web of Science)

4. Зеркаль А.В., Балабуха К.Є. Маркетинг під час воєнного стану: побудова каналів комунікації та трансформація бізнесу. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2023. №1. С. 54-60 <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-1-8551>

5. Лифар В.В., Зеркаль А.В., Павлішина Н. М., Соколова Ю.О., Борисенко О.Є. Маркетингове та логістичне забезпечення діяльності підприємств в умовах екологізації та цифровізації економіки: колективна монографія. Запоріжжя: АА Тандем, 2023. 256 с. (С.158-197)

6. Tetiana Dubovyk, Iryna Buchatska, Anastasia Zerkal, Vira Lebedchenko (2022) Digital Marketing in the Condition of Wartime Posture in Ukraine/ International Journal of Computer Science and Network Security Vol. 22 No. 7 pp. 206-212 Manuscript revised July 20, 2022 <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.7.25> (Web of science)

7. L. Verbivska, Z. Kobelia, A. Verhun, A. Zerkal, A. Vikhtiuk (2022). Theoretical bases of improvement of mechanisms of management of the personnel of the enterprise. Ad alta journal of interdisciplinary research special issue NO.: 12/02/XXVIII.

(VOL. 12, ISSUE 2, SPECIAL ISSUE XXVIII.) pp. 107-111 (Web of science)

8. Зеркаль А.В. Корпоративна культура та комерційна свідомість персоналу – інноваційні напрями розвитку підприємств: монографія. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022, 346 с. (одноосібна монографія)

9. Зеркаль А.В., Балабуха К.Є. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємств в умовах воєнного часу. Фаховий науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки» (2022 рік) Випуск №11 (67) С. 151-157.

10. Зеркаль А. В., Голомб В.В. Маркетингові комунікаційні стратегії підприємства в умовах цифровізації економіки. Фаховий науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки» (2021 рік) Випуск №12, С. 15-22.

11. Mariana Petrova, Viktor Koval, Milena Teravicharova, Anastasiia Zerkal, Andrii Radchenko, Nataliia Bondarchuk (2020) The interaction between the human resources motivation and the commitment to the organization / Journal of security and sustainability issues. Vol. 9. 2020. No. 3. 897-907. [https://doi.org/10.9770/jssi.2020.9.3\(15\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2020.9.3(15)) (Scopus Q2)

12. Shyra, T., Shtyrov, O., Korchynskyy, I., Zerkal, A., & Skoryk, H. (2020). Providing the corporate security strategy in the management system of the enterprise. Business: Theory and Practice, 21(2), P. 737-745. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.12975> (Scopus Q2)

13. Zerkal A. Developing commercial awareness: strategies for enterprises. Management mechanisms and development strategies of economic entities in conditions of institutional transformations of the

global environment :  
collective monograph /  
edited by M.  
Bezpartochnyi, in 2 Vol.  
ISMA University. Riga:  
«Landmark» SIA, 2019.  
Vol.2.. 352 p. (P. 63-72)  
14. Зеркаль А. В.  
Управління розвитком  
комерційної  
свідомості персоналу  
на підприємствах:  
монографія.  
Запоріжжя:  
Класичний приватний  
університет, 2019. 320  
с. (одноосібна  
монографія)

4. Підвищення  
кваліфікації:  
- 2020 р. –  
підвищення  
кваліфікації  
(стажування) за  
освітніми  
програмами:  
«Фінанси»,  
«Страхування»,  
«Гроші та кредит»,  
«Бюджетний  
менеджмент»,  
«Страховий  
менеджмент»,  
Мукачівський  
державний  
університет МОН  
України (150 годин)  
Отримано свідоцтво  
про підвищення  
кваліфікації ;  
- 2020 р. – перша  
школа молодого  
науковця Ради  
молодих вчених при  
Міністерстві освіти і  
науки України (45  
годин) Отримано  
сертифікат;  
- 2020 р. –  
конференція  
співпраці бізнесу та  
університетів «Uni-Biz  
Bridge 5» на тему:  
«Адаптація  
навчального процесу  
та дуальної освіти в  
умовах онлайн»,  
UGEN, м. Київ (26  
годин) Отримано  
сертифікат;  
- 2021 р. – курс  
підвищення  
кваліфікації (проєкт  
для викладачів) «KNU  
Teach week 2»,  
Київський  
національний  
університет ім.  
Т.Г.Шевченка, м. Київ  
(30 годин) Отримано  
сертифікат;  
- 2021 р. – освітні  
вебінари конференції  
зі співпраці бізнесу та  
університетів «Uni-Biz  
Bridge 6», UGEN, м.  
Київ (17 годин)  
Отримано сертифікат;  
- 2021 р. – ToT:  
Тренінг для

викладачів,  
Прогресивні,  
м.Одеса (21 година)  
Отримано сертифікат;  
- 2022 р. – курс  
підвищення  
кваліфікації та  
розвитку педагогічних  
компетентностей  
викладачів «KNU  
Teach week 3»,  
Київський  
національний  
університет ім.  
Т.Г.Шевченка, м. Київ  
(15 годин) Отримано  
сертифікат;  
- 2022 р. – курс  
розвитку практичних  
навичок у популярних  
ІТ-напрямах та вмінь  
для організації  
навчального процесу  
та роботи зі  
студентами  
«TEACHERS`  
SMARTUP», Sigma  
Software University,  
Асоціація ІТ Ukraine,  
м.Ізюм (30 годин)  
Отримано сертифікат;  
- 2022 р. – training  
«Gender and digital  
technologies in  
science», National  
Technical University  
«Kharkiv Polytechnic  
Institute» (2 hours)  
Отримано сертифікат  
- 2022 р. – проєкт з  
розвитку зі співпраці  
бізнесу та  
університетів "Uni-Biz  
Bridge", присвячений  
розвитку soft skills для  
викладача, UGEN,  
SoftServe,  
Національний банк  
України, м. Київ (10  
годин) Отримано  
сертифікат.  
- 2023 р. – курс  
підвищення  
кваліфікації Бренд  
науковця у цифровому  
світі, Інноваційний  
університет, Офіс  
підтримки вченого, м.  
Київ (30 годин).  
5. Участь у  
міжнародних  
проєктах, закордонні  
стажування:  
- 2019 р. – тренінг  
«Методи  
інноваційного  
навчання у вищій  
освіті», Міністерство  
освіти і науки України  
за підтримки  
Міністерства  
закордонних справ  
Естонії;  
- 2022 р. – Training  
course "On being a  
scientist", European  
Academy of Sciences  
and Research Hamburg,  
Germany – онлайн  
тренінг (8 годин);  
- 2022 р. – Training

|       |                             |   |                                   |   |    |  |   |
|-------|-----------------------------|---|-----------------------------------|---|----|--|---|
|       |                             |   |                                   |   |    | <p>course Introduction to Systematic Review and Meta-Analysis, European Academy of Sciences and Research Hamburg, Germany – онлайн тренінг (14 годин);</p> <p>- 2022 р. – закордонне стажування Internship Course «Polish-Ukrainian Summer Camp for Young Scientists» - очно (80 годин);</p> <p>- 2023 р.– English as a Medium of Instruction for Academics, English Language Programmes Cardiff University, Wales, United Kingdom (30 годин);</p> <p>- 2023 р. – New World Law Order: International Communication and Socio-Economic Impacts. Program: «Marketing and Logistics in Digital Economy», University of Rijeka PAR University, Croatia - очно (180 годин)</p> <p>6. Участь в роботі експертних комісій:</p> <p>1. Член організаційного комітету щорічного конкурсу «Молодий вчений року» Ради молодих учених при Міністерстві освіти і науки України;</p> <p>2. Член постійно діючої конкурсної комісії проекту Ради молодих учених при МОН України «Монографія на грант»</p> <p>3. Член редакційної колегії фахового журналу «Науковий вісник Одеського національного економічного університету»;</p> <p>4. Член координаційної ради з питань розвитку малого та середнього підприємництва Запорізької міської ради Академік Академії економічних наук України (секція Маркетинг)</p> |   |
| 46269 | Лифар Владислава Віталіївна | Завідувач кафедри, Основне місце роботи | Факультет економіки та управління | Диплом спеціаліста, Запорізький державний технічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: 0502 Менеджмент | 25 | ОК 05 Стратегічний маркетинг   | <p>1. Виконання ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.: Відповідає показникам 1, 3, 4, 8, 12, 13, 14, 15, 19, 20 пункту 38 Ліцензійних умов</p> <p>2. Дипломи: Економіст-менеджер</p> |

організацій,  
Диплом  
доктора наук  
ДД 002384,  
виданий  
10.10.2013,  
Диплом  
кандидата наук  
ДК 022191,  
виданий  
11.02.2004,  
Атестат  
доцента 12ДЦ  
017451,  
виданий  
21.06.2007,  
Атестат  
професора  
12ІР 009902,  
виданий  
31.10.2014

за спеціальністю  
«Менеджмент  
організацій»,  
Запорізький  
державний технічний  
університет, диплом з  
відзнакою АР  
№11581042,  
30.06.1999 р.  
Кандидат  
економічних наук,  
Національна  
металургійна академія  
України, 08.06.01 –  
економіка, організація  
і управління  
підприємствами, тема  
дисертації «Розробка  
логістичної системи  
управління закупками  
і розподілом на  
великому  
промисловому  
підприємстві»,  
диплом ДК № 022191  
від 11.02.2004 р.  
Доктор економічних  
наук, Інститут  
економіко-правових  
досліджень НАН  
України, 08.00.05 –  
розвиток  
продуктивних сил і  
регіональна  
економіка, тема  
дисертації  
«Формування та  
реалізація  
транзитного  
потенціалу регіону»,  
диплом ДД №002384  
від 10.10.2013 р.  
наявність досвіду  
професійної  
діяльності (заняття) за  
відповідним фахом  
(спеціальністю,  
спеціалізацією) не  
менше п'яти років: з  
2015 р. по теперішній  
час маркетолог за  
сумісництвом в ТОВ  
«ГАРТМЕТ-XXI»  
(довідка про працю за  
сумісництвом вих. №  
1408.1 від 14.08.2024  
р.).  
3. Публікації:  
1. Лифар В.В.,  
Павлішина Н..М.  
Стратегічне  
маркетингове  
управління  
торговельною маркою  
як нематеріальним  
активом. Ефективна  
економіка: електронне  
наукове фахове  
видання. 2024. №5.  
Режим доступу:  
<https://www.nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/3747/3782>  
2. Лифар В.В.  
Можливості  
використання  
екологічного  
маркетингу та  
«зеленої» логістики в  
сучасних умовах  
розвитку економіки/



Маркетингове та логістичне забезпечення діяльності підприємств в умовах екологізації та цифровізації економіки: колективна монографія. Запоріжжя : АА Тандем, 2023. 256 с. С.62-101.

3. Лифар В.В. Використання штучного інтелекту для розвитку Social Media Marketing. X International scientific and practical conference «Modern Trends in the Development of Scientific Space» (February 14-16, 2024) Dresden, Germany, International Scientific Unity. 2024. 286 p. P. 144-145

4. Verbivska L., Abramova M., Gudz M., Lyfar V., Khilukha O. Digitalization of the Ukrainian economy during a state of war is a necessity of the time. Amazonia Investiga, 12(68), P.184-194. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.68.08.17> (Web of Science).

5. Liashuk N., Kapral O., Lyfar V., Zerkal A., Burdyak O. Social Networks as a Tool of Marketing Communications. Khazar Journal of Humanities and Social Sciences. Volume 26, №3, Special Issue, 2023. P. 28-38 (Web of Science).

6. Лифар В.В. Формування інтегрованих ланцюгів поставок на підприємствах України. Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції [Електронний ресурс]. Київ : КНЕУ, 2023. 183 с. С.82-83

7. Лифар В.В. Формування інтегрованих ланцюгів поставок на підприємствах України. Сучасні технології комерційної діяльності і логістики [Електронний ресурс] : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ.

інтернет-конф., 3  
листоп. 2023 р., м.  
Київ / М-во освіти і  
науки України, Київ.  
нац. екон. ун-т ім. В.  
Гетьмана ; [редкол.: О.  
І. Олексюк (відп. за  
вип.) та ін.].  
Електрон. текст. дані.  
Київ : КНЕУ, 2023. 183  
с. С.82-83

8. Лифар В.В.  
Можливості  
використання  
логістики у повоєнний  
період  
підприємствами  
України. Відновлення  
України та її регіонів в  
контексті глобальних  
трендів: управління,  
адміністрування та  
забезпечення: тези  
доповідей  
міжнародної науково-  
практичної  
конференції,  
Запоріжжя, 25-26  
травня 2023 р.  
[Електронний ресурс]  
/ Редкол.: В.В. Наумик  
(відпов. ред.)  
Електрон. дані.  
Запоріжжя : НУ  
«Запорізька  
політехніка», 2023.  
С.335-336.

9. Лифар В.В. Місце  
екологічного  
маркетингу та  
«зеленої» логістики в  
системі економічного  
управління  
підприємством на  
сучасному етапі.  
Moderní aspekty vědy:  
XXX. Díl mezinárodní  
kolektivní monografie.  
Mezinárodní  
Ekonomický Institut  
s.r.o. Česká republika:  
Mezinárodní  
Ekonomický Institut  
s.r.o., 2023. str. 403.  
С.298-311.

10. Лифар В.В., Мізін  
А.М. Використання  
інструментів  
цифрового  
маркетингу у  
формуванні іміджу  
закладів вищої освіти  
в Україні.  
Multidisciplinární  
mezinárodní vědecký  
magazín “Věda a  
perspektivy”, Praha,  
České republika. №  
4(23) 2023. str. 276.  
С.23-37

11. Лифар В.В.  
Актуальність  
логістики в умовах  
воєнного стану.  
Маркетинг і логістика  
в системі  
менеджменту: тези  
доповідей XIV  
Міжнародної науково-  
практичної  
конференції. 28-29

жовтня 2022 р. Львів:  
Видавництво  
Львівської  
політехніки, 2022.  
276 с. С.143-145

12. Lyfar V., Sokolova  
Y. The Inclusive  
Development of the  
Region According to the  
Current Economic  
Conditions. Baltic  
Journal of Economic  
Studies. Vol.8. № 1.  
Riga, Latvia: "Baltija  
Publishing". 2022. 164  
р. P.83-93 (Web of  
Science Core  
Collection).

13. Лифар В.В.,  
Борисенко О.Є.  
Стратегія рекламної  
діяльності в мережі  
Інтернет: сутність та  
значення / Наукові  
перспективи. Серія  
«Економіка». 2022.  
№ 6 (24). С.332-344.

14. Остапенко В.В.,  
Колпакова Т.О.,  
Лифар В.В. Економіка  
та організація  
виробництва  
програмного  
забезпечення. Навч.  
посібник. Запоріжжя:  
НУ «Запорізька  
політехніка», 2022.  
96 с.

15. Лифар В.В.  
Перспективи розвитку  
ринку адитивного  
виробництва в світі та  
в Україні. Науково-  
економічний журнал  
«Економічні студії».  
Львів: «Львівська  
економічна  
фондація». 2021.  
Випуск 1(31). С.89-94.

16. Лифар В.В.,  
Овчинніков О.В.  
Production prospects  
for additive  
technologies in metal  
detail manufacture //  
Європейський вектор  
модернізації  
економіки в умовах  
сталого розвитку  
промислового регіону  
[текст] : [монографія]  
/ під заг. ред. д.е.н.,  
проф. Метеленко Н. Г.  
К.: Інтерсервіс, 2021.  
378 с. С.211-223

17. Лифар В.В. Роль  
екологічного  
маркетингу у  
вирішенні  
екологічних проблем  
промислових регіонів.  
Європейський вектор  
модернізації  
інженерної та  
економіко-  
управлінської освіти в  
умовах сталого  
розвитку  
промислового регіону  
: матеріали  
Міжнародної науково-

практичної конференції (27-28 травня 2021 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя : Наук. ред. Н.Г. Метеленко. ЗНУ Інженерний навчально- науковий інститут, 2021. 453 с. С.237-240.

18. Лифар В.В. Біоекономіка в контексті інклюзивного розвитку регіону. Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції Інженерного навчально-наукового інституту ЗНУ «Біоекономіка як ключовий фактор розвитку виробництва та екологізації промислового регіону» (м. Запоріжжя, 26-27 листопада 2020р.). Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 135 с. С.74-76.

19. Лифар В.В. Використання адитивних технологій як пріоритетний напрям економічного розвитку сучасних підприємств. Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств» (м. Одеса, 4-5 червня 2020 р.). – Одеса: ОНПУ, 2020. 352 с. С.271-273.

20. Лифар В.В. Прогнозна оцінка створення транспортно-логістичних центрів в регіоні // Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 41. С.157-163

21. Лифар В.В., Макрієва К.М. Оцінка концентрації ринку експрес-перевезень в Україні. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. №5(110). С.116-121.

22. Лифар В.В. Сучасне розуміння інклюзивного розвитку регіону. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування

інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.268-270.

23. Лифар В.В., Портнова Д.І. «Зелений» туризм як складова інклюзивного розвитку Запорізького регіону. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.274-276.

24. Лифар В.В., Макрієва К.М. Концепція інклюзивного зростання як передумова економічного розвитку регіону. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір» (м. Запоріжжя, 16-17 жовтня 2019 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 352 с. С.271-273.

4. Підвищення кваліфікації: - Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації з економічних наук в Центрі українсько-європейського наукового співробітництва Міжнародного університету бізнесу і права, тема: «Науково-практичні аспекти сучасної економічної освіти та науки: інновації, діджиталізація, інтеграція» (15.11-

|       |                             |                              |                                   |  |    |   |   |
|-------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------------|--|----|---|---|
|       |                             |                              |                                   |  |    | <p>26.12.2021 р.; обсяг 6 кредитів). Сертифікат №ADV-151120-ECO від 26.12.2021 р.</p> <p>- кафедра маркетингу та логістики Національного університету «Львівська політехніка», стажування з «11» грудня 2017 року по «11» червня 2018 року, довідка №770 від 25.06.2018 р.;</p> <p>- з 15.11.2021 по 18.11.2021 пройшла онлайн стажування загальним обсягом 1 кредит ЄКТС за курсом «Міжнародна кооперація. Платформи для підвищення наукометричних показників вчених» від науково-навчального центру компанії «Наукові публікації», сертифікат №AA2707 від 19.11.2021 р.;</p> <p>- з 31.03.2021 по 20.04.2021 пройшла тренінговий курс «Як запустити кейс-клуб» в рамках проекту USAID</p> <p>5. Участь в експертних комісіях:</p> <p>- голова експертної комісії при проведенні акредитаційної експертизи освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти у Полтавському національному технічному університеті ім. Юрія Кондратюка (наказ МОН України №2511Л від 06.12.2018 р.). Член Української асоціації маркетингу (сертифікат №564 від 18.02.2021 р.)</p> |   |
| 55429 | Соколова Юлія Олександрівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та управління | <p>Диплом спеціаліста, Запорізький національний технічний університет, рік закінчення: 2003, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 066638, виданий 30.03.2011, Атестат доцента 12ДЦ</p> | 21 | ОК 08 Маркетинговий менеджмент  | <p>1. Виконання ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.: Відповідає показникам 1, 3, 4, 8, 10, 12, 13, 14, 19, 20 пункту 38 Ліцензійних умов</p> <p>2. Дипломи: Економіст-менеджер за спеціальністю «Менеджмент організацій», Запорізький національний технічний університет, диплом з відзнакою АР №23394299,</p> |

034276,  
виданий  
01.03.2013

30.06.2003 р.  
Кандидат  
економічних наук,  
Класичний приватний  
університет, 08.06.03  
– економіка та  
управління  
національним  
господарством, тема  
дисертації  
«Посилення ринкової  
влади корпорацій  
реального сектору  
національної  
економіки в умовах  
концентрації та  
централізації  
капіталу», диплом ДК  
№ 066638 від  
30.03.2011 р.  
наявність досвіду  
професійної  
діяльності (заняття) за  
відповідним фахом  
(спеціальністю,  
спеціалізацією) не  
менше п'яти років:  
ТОВ «Компанія  
Александр»,  
маркетолог (2000-  
2001 рр.)  
ТОВ «Евротайм»,  
маркетолог (2002-  
2004 рр.)  
ТОВ «Евролайф  
Україна», менеджер з  
продажів (2015 р. і  
дотепер - договір)  
3. Публікації:  
1. Semenda O.,  
Sokolova Y., Korovina  
O., Bratko O.,  
Polishchuk I. (2024).  
Using Social Media  
Analysis to Improve E-  
commerce Marketing  
Strategies.  
International Review of  
Management and  
Marketing, 14(4), 61-71.  
(Scopus)  
<https://doi.org/10.32479/irmm.16196>. URL:  
<https://econjournals.com/index.php/irmm/article/view/16196>.  
2. Lyfar, V., &  
Sokolova, Y. (2022).  
THE INCLUSIVE  
DEVELOPMENT OF  
THE REGION  
ACCORDING TO THE  
CURRENT ECONOMIC  
CONDITIONS. Baltic  
Journal of Economic  
Studies, 8(1), -83. (Web  
of Science Core  
Collection)  
<https://doi.org/10.30525/2256-0742/2022-8-1-83-93>  
3. Соколова Ю.О.,  
Кочнова І.В.  
Формування цінової  
задоволеності  
споживачів медичних  
послуг. Вісник  
Херсонського  
національного  
технічного  
університету. 2024.

№1. С. 325-329. URL:  
[https://journals.kntu.kherson.ua/index.php/vi\\_snyk\\_kntu/article/view/604/580](https://journals.kntu.kherson.ua/index.php/vi_snyk_kntu/article/view/604/580). DOI:  
<https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2024.1.45>.  
4. Соколова Ю.О., Широкоград Д.В. Технології та інструменти цифрового маркетингу для просування медичних закладів. Ефективна економіка. 2024. №7. URL:  
<https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/4240/4275>. DOI:  
<http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.7.64>  
5. Соколова Ю.О., Шербина Т.Ю. Теоретичні та практичні питання розробки маркетингової стратегії підприємства в умовах пандемії SARS-COV-2 (COVID-19). Науковий журнал «Вісник Одеського національного університету. Економіка». Т.26. Вип.5. 2021. С.56-61. DOI:  
<https://doi.org/10.32782/2304-0920/5-90-9>  
6. Соколова Ю.О., Павлішина Н.М. Роль ринкових сил в закушівельній діяльності підприємства державної форми власності в умовах цифровізації економіки // Електронний журнал «Ефективна економіка». №8. 2021. URL :  
[http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8\\_2021/76.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2021/76.pdf). DOI:  
<10.32702/2307-2105-2021.8.74>  
7. Соколова Ю.О., Тіховська Т.М. Формування інклюзивних інститутів розвитку регіону. Електронний науково-практичний журнал Інфраструктура ринку. 2019. №31. С.462-468. URL:  
[http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31\\_2019\\_ukr/71.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31_2019_ukr/71.pdf).  
8. Соколова Ю.О., Кісельова К.О. Особливості стратегії маркетингових комунікацій підприємства в



мережі Інтернет // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. №6. С.96-100. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2019-6-18>.

9. Соколова Ю.О., Бабіч А.В. Специфіка маркетингової діяльності автотранспорту. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. №6. С. 91-96. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2019-6-17>

10. Соколова Ю.О., Пасічник К.В. Удосконалення діяльності державного медичного закладу на засадах маркетингу. Електронний науково-практичний журнал Інфраструктура ринку. 2019. №37. С.150-158. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/37\\_2019\\_ukr/23.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/37_2019_ukr/23.pdf). DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct37-21>.

11. Search for business development models in the 21st century / Y. Sokolova // Global Imperatives for Business and Law Development : II International Scientific-Practical Conference, Kyiv, October, 10-11, 2019.

12. Соколова Ю.О. Інклюзивний розвиток регіону в контексті цифрової економіки. «Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір»: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції Запоріжжя (16-17 жовтня 2019 року) [Електронний ресурс] Електрон. дані. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2019. – 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана. – 352 с. – С. 282-284.

13. Соколова Ю.О. Цифрова економіка як нова реальність маркетингу. Innovative Educational Technologies: European

Experience and its Application in Training in Economics and Management. – Training. – Poland: WSBiP, 2020. – P. 90-93.

14. Соколова Ю.О. Конструювання емоцій як маркетингова технологія ефективного управління брендом. «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ:МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ»: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ (11 березня 2021 р.).

15. Соколова Ю.О., Діденко В.В. Традиційні та цифрові інструменти удосконалення конкурентної стратегії торговельного підприємства / Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доповідей XVI міжнар. наук.-практ. конф. (16–18 грудня 2021 р., м. Хмельницький). – Хмельницький : ХНУ, 2021. – 155 с.С.106-109.

16. Соколова Ю.О., Гаркуша М. Обґрунтування моделі комунікації брендів у воєнний час. Бренд-менеджмент : маркетингові технології [Електронне видання] : Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 14 березня 2023 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2023. – 394 с. – С.245-247.

17. Соколова Ю.О., Лосевська О.С. Фірмовий стиль та брендинг як основа конкурентоздатності підприємства. Геостратегічні трансформації та траєкторія національної безпеки в контексті відбудови і сталого розвитку України : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет конференції (25–26 травня 2023 року, м. Запоріжжя) / наук. ред. Н. Г. Метеленко ; Інженерний навчально-науковий

інститут ім.  
Ю. М. Потебні  
Запорізького  
національного  
університету. Одеса :  
Олді+, 2023. 752 с. С.  
700-702.

18. Соколова Ю.О.  
SMM як основа  
маркетингової  
стратегії розвитку  
підприємств у  
повоєнному  
відновленні України.  
«Відновлення України  
та її регіонів в  
контексті глобальних  
трендів: управління,  
адміністрування та  
забезпечення». Тези  
доповідей  
міжнародної  
науковопрактичної  
конференції,  
Запоріжжя, 25–26  
травня 2023 р.  
[Електронний ресурс]  
/ Редкол. :В. В.  
Наумик (відпов. ред.)  
Електрон. дані. –  
Запоріжжя : НУ  
«Запорізька  
політехніка», 2023. – 1  
електрон. опт. диск  
(CD-ROM); 12 см. –  
Назва з тит. екрана.  
С. 352-354.

19. Соколова Ю.О. III  
маркетинг vs  
традиційний  
маркетинг.  
Відновлення України  
та її регіонів в  
контексті глобальних  
трендів: управління,  
адміністрування,  
забезпечення. Тези  
доповідей  
міжнародної науково-  
практичної  
конференції,  
Запоріжжя, 23-24  
травня 2024 р.  
[Електронний ресурс]  
/ Редкол.: В. А.  
ШАЛОМЕЄВ (відпов.  
ред.) Електрон. дані. –  
Запоріжжя: НУ  
«Запорізька  
політехніка. С. 711-713.

20. Соколова Ю.О.,  
Проценко О.П.  
Маркетингова  
стратегія лідера ринку  
в умовах підвищених  
ризиків та  
невизначеності.  
Відновлення України  
та її регіонів в  
контексті глобальних  
трендів: управління,  
адміністрування,  
забезпечення. Тези  
доповідей  
міжнародної науково-  
практичної  
конференції,  
Запоріжжя, 23-24  
травня 2024 р.  
[Електронний ресурс]  
/ Редкол.: В. А.

ШАЛОМЕЄВ (відпов.  
ред.) Електрон. дані.  
Запоріжжя: НУ  
«Запорізька  
політехніка. С. 714-715.

4. Підвищення  
кваліфікації:  
1. Стажування у  
центральноукраїнсько  
му національному  
технічному  
університеті (м.  
Кропівницький) на  
кафедрі економічної  
теорії, маркетингу та  
економічної  
кібернетики,  
програма стажування,  
звіт, тема:  
«Оволодіння,  
оновлення та  
поглиблення  
спеціальних, фахових,  
науково-методичних  
компетенцій  
викладання  
дисциплін  
спеціальності  
«Маркетинг» у  
форматі аудиторного  
та дистанційного  
навчання», 19.10.-  
18.12.2020, (6  
кредитів).  
Свідоцтво  
№20МЕН0012 від 18  
грудня 2020 р.

2. Стажування у  
Вищій школі бізнесу і  
підприємництва  
(Wezsza Szkola Biznesu  
I Przedsiębiorczosci), м.  
Островець, Польща.  
Сертифікат від  
31.01.2020 р. (150  
годин, 5 кредитів).

3. Кафедра управління  
персоналом і  
маркетингу  
Запорізького  
національного  
університету,  
програма стажування,  
звіт, тема:  
«Дослідження  
методичних підходів  
до організації  
індивідуальної та  
самостійної роботи  
студентів», 12.10 –  
18.11.2016 р., свідоцтво  
ПК №00034, від 18.11.  
2016 р.

4. Центр  
післядипломної освіти  
Київського  
національного  
економічного  
університету ім.  
Вадима Гетьмана,  
спеціальність  
«Маркетинг», 12.02.-  
23.02.2007, Свідоцтво  
№ 366187 від  
23.02.2007.

5. Стажування у  
Професійному  
навчальному центрі  
L'n'D group (м. Київ).  
Сертифікат  
0424052008 від

24.05.2020 р.  
6. 27-28.10.2020  
пройшла освітній курс  
«Курс power point» (8  
годин), отримано  
сертифікат. Курс  
розроблений ЖТІ  
Ukraine та UGEN.  
7. У листопаді 2020  
року пройдено  
освітній курс «Як  
розробити онлайн-  
заняття та втримати  
увагу студентів» (3  
години). Курс  
розроблений ЖТІ  
Ukraine та UGEN.  
Сертифікат від  
11.12.2020.  
8. У грудні 2020 р.  
взяла участь в заході з  
підвищення  
кваліфікації науково-  
педагогічних  
працівників ЗВО  
"Освітній десант.  
Онлайн" (6 годин) 13  
грудня 2020 р.,  
сертифікат №ОД-  
100/2020.  
9. У листопаді 2021  
року пройшла наукове  
стажування вебінарів  
«Міжнародна  
кооперація.  
Платформи для  
підвищення  
наукометричних  
показників вчених»  
від науково-  
навчального центру  
компанії «Наукові  
публікації», отримано  
сертифікат  
№AA2975/19.11.2021  
(1 кредит).  
10. 29.06.2022 взяла  
участь в онлайн-  
тренінгу «Можливості  
YOUTUBE для освіти»  
ТОВ «Академії  
цифрового розвитку»,  
отримано сертифікат  
ОТМЮО-07302.  
11. 18.07.22-22.07.22  
взяла участь та  
успішно завершила  
освітній модуль  
«Адвокатування  
європейських правил  
конкуренції» в межах  
програми Еразмус+  
Жана Моне обсягом  
1,3 кредити ЄКТС,  
отримано сертифікат.  
12. 25.07.22-22.08.22  
взяла участь та  
успішно завершила  
сертифікаційний курс  
«Цифрові інструменти  
Google для освіти» (I-  
III рівні) ТОВ  
«Академії цифрового  
розвитку», отримано  
сертифікати:  
№GDTfE-01-13426 від  
08.08.2022; №GDTfE-  
01-C-11953 від  
15.08.2022; №GDTfE-  
01-П-00380 від  
22.08.2022.

**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   |
|---|--|--|--|--|
| <p><i>РН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</i></p> | <input checked="" type="checkbox"/>  | <p>ОК 08 Маркетинговий менеджмент</p>                    | <p>Лекція; практичне заняття; case-study / ділові ігри; тренінги; майстер-класи.</p>   | <p>Захист домашніх та самостійних завдань; презентація результатів роботи щодо вирішення практичних ситуацій case-study; тестування; підсумковий контроль (екзамен).</p>   |
|   |  | <p>ОК 10 Міжнародний маркетинг</p>                       | <p>Лекція (розповідь, пояснення, дискусія), семінарське заняття (питання для обговорення), самостійна робота (практичні завдання, тестові завдання).</p>   | <p>Оцінювання виконання практичного завдання, правильності відповідей на тестові завдання. Контрольна робота, екзамен.</p>   |
|   |  | <p>ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи</p> | <p>Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація)</p> | <p>Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта- і практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності.</p> |
| <p><i>РН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій,</i></p>          | <input checked="" type="checkbox"/>  | <p>ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи</p> | <p>Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування</p>   | <p>Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта- і практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною</p>  |

|   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|--|
| проектів і програм.   |   |   | сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація)   | комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. Апробація результатів дослідження на наукових конференціях (тези доповіді), публікації у фахових наукових журналах  |
|   |   | ОК 05 Стратегічний маркетинг                      | Лекція, розповідь, пояснення, проблемно-орієнтоване навчання, самостійна робота (міні-кейси, ситуаційні завдання, практичні завдання), дослідницький метод  | Виконання практичних завдань, представлення результатів власних досліджень та виконаних практичних завдань. Контрольна робота, екзамен.  |
|   |   | ОК 03 Управління проєктами                        | Словесні методи (лекція, навчальна дискусія, розповідь, пояснення, бесіда); наочні методи (ілюстрація, демонстрація); практичні методи (практичне завдання, проблемна ситуація, дослідницький метод, справа); інтерактивні методи (кейс-метод, метод модерації); самостійна робота  | Участь в експрес-опитуванні (експрес-тестуванні); участь у навчальній дискусії; доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (реферат); усне опитування; тестування; виконання практичних завдань; обговорення ситуаційних завдань. Контрольна робота; екзамен.   |
| РН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. | ☒ | ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи | Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація) | Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта-практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. |
|   |   | ОК 05 Стратегічний маркетинг                      | Аналітичний метод, ілюстрація, презентація, пояснення, практичні завдання, матричні методи, самостійна робота (питання для самоперевірки знань)   | Виконання практичних завдань, представлення результатів власних досліджень та виконаних практичних завдань (виконання індивідуального  |

|   |                                     |   |  |   |
|---|-------------------------------------|---|--|---|
|   |                                     |   |  | науково-дослідного завдання). Контрольна робота, екзамен.   |
| <p><i>РН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення</i></p> | <input checked="" type="checkbox"/> | <p>ОК 02 Методологія та організація наукових досліджень</p> | <p>Лекція, аналітичний метод, індуктивний метод, дедуктивний метод, самостійна робота (практичні завдання (вправи), дослідницький метод</p>  | <p>Оцінювання відповідей на тестові завдання, участі в дискусії, груповому обговоренні результатів досліджень; участь у конференції (підготовка тез, наукової доповіді), підготовка до публікації наукової статті з дотриманням вимог академічної доброчесності. Контрольна робота. Залік</p>   |
|   |                                     | <p>ОК 03 Управління проєктами</p>                           | <p>Словесні методи (лекція, навчальна дискусія, розповідь, пояснення, бесіда); наочні методи (ілюстрація, демонстрація); практичні методи (практичне завдання, дослідницький метод); самостійна робота</p>   | <p>Участь в експрес-опитуванні (експрес-тестуванні); участь у навчальній дискусії; доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (реферат); усне опитування; тестування; виконання практичних завдань. Контрольна робота; екзамен.</p>  |
|   |                                     | <p>ОК 07 Цифровий маркетинг</p>                             | <p>Проблемні лекції; лабораторні роботи; індивідуально-консультативна робота; майстер-клас</p>   | <p>Захист домашніх та самостійних завдань; тестові завдання; екзамен</p>  |
|   |                                     | <p>ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи</p>    | <p>Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація)</p> | <p>Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта- і практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. Апробація результатів дослідження на наукових конференціях (тези доповіді), публікації у фахових наукових журналах</p> |
|   |                                     | <p>ОК 11 Переддипломна практика</p>                         | <p>Демонстрація, пояснення, індуктивний метод, аналітичний метод, дедуктивний метод, тренінг, майстер-клас</p>   | <p>Оцінювання повноти зібраних даних та проаналізованих джерел керівником практики від кафедри</p>  |
| <p><i>РН 16. Знати та розуміти важливість соціальної відповідальності за прийняті рішення,</i></p>  | <input type="checkbox"/>            | <p>ОК 01 Соціальна відповідальність та сталий розвиток</p>  | <p>Проблемна лекція, семінарське заняття, практичні вправи та ситуації, самостійна робота, тестові завдання</p>  | <p>Вирішення ситуаційних вправ, аналіз документів, участь у обговоренні. Контрольна робота, екзамен</p>   |



|  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
| <p><i>вміти оцінювати соціальну відповідальність фахівців з маркетингу</i></p>   |  | <p>ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи</p> | <p>Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація)</p> | <p>Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта- і практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності.</p>  |
| <p><i>РН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p>            | <p>ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи</p> | <p>Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація)</p> | <p>Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта- і практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. Апробація результатів дослідження на наукових конференціях (тези доповіді), публікації у фахових наукових журналах</p> |
| <p><i>РН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку</i></p>                                    | <p><input checked="" type="checkbox"/></p> | <p>ОК 08 Маркетинговий менеджмент</p>                    | <p>Лекція; практичне заняття; case-study / ділові ігри</p>   | <p>Захист домашніх та самостійних завдань; презентація результатів роботи щодо вирішення практичних ситуацій case-study; тестування; рубіжний контроль (тестування); підсумковий контроль (екзамен).</p>  |
|  |  | <p>ОК 07 Цифровий маркетинг</p>                          | <p>Лекції; дискусії</p>  | <p>Захист самостійних завдань; захист лабораторних робіт</p>  |
|  |  | <p>ОК 06 Рекламний менеджмент</p>                        | <p>Лекція; семінарське заняття; метод flipped learning; ділові ігри</p>  | <p>Контроль реалізується у формі усного опитування, виступів на семінарських заняттях, вирішення</p>  |

|   |                                     |   |   |   |
|---|-------------------------------------|---|---|---|
|   |                                     |   |   | практичних кейсів та використанні ділових ігор, тестування за темами. Контрольна робота. Залік.   |
|   |                                     | ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи | Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація) | Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта- і практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. |
|   |                                     | ОК 05 Стратегічний маркетинг                      | Лекція, пояснення, самостійна робота (практичні завдання, міні-кейси, ситуаційні завдання). Консультації  | Усне опитування, участь в обговоренні, підготовлена доповідь на теоретичні питання з презентацією; виконання практичних завдань, обговорення ситуаційних завдань, міні-кейсів. Контрольна робота, екзамен.  |
| РН 10.<br>Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. | <input checked="" type="checkbox"/> | ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи | Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація) | Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта- і практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. |
|   |                                     | ОК 03 Управління проектами                        | Словесні методи (лекція, навчальна дискусія, розповідь, пояснення, бесіда); наочні методи (ілюстрація, демонстрація); практичні методи (практичне завдання,   | Участь в експрес-опитуванні (експрес-тестуванні); участь у навчальній дискусії; доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (реферат); усне опитування;   |

|  |   |  |   |   |
|--|---|--|---|---|
|  |   |  | проблемна ситуація, дослідницький метод, вправа); інтерактивні методи (кейс-метод, ділова гра, метод модерації); самостійна робота  | тестування; рішення задач; виконання практичних завдань; обговорення ситуаційних завдань; участь у діловій грі. Контрольна робота; екзамен.   |
|  |   | ОК 01 Соціальна відповідальність та сталий розвиток  | Проблемна лекція, семінарське заняття, дискусії, практичні вправи та ситуації, самостійна робота, тестові завдання  | Оцінювання у формі усних відповідей на питання, участі в обговоренні, тестування  |
|  |   | ОК 11Переддипломна практика                          | Проблемний виклад матеріалу, пояснення, бесіда, консультації керівника практики від кафедри та бази практики  | Відгук керівника практики від кафедри та бази практики, оцінка звіту з переддипломної практики керівником від кафедри   |
| <i>РН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності</i> | ☒ | ОК 02 Методологія та організація наукових досліджень | Лекція, ілюстрація, розповідь, пояснення, дискусія (питання для обговорення), самостійна робота (практичні завдання (вправи), тестові завдання, проблемний виклад матеріалу, дослідницький метод  | Підготовка доповідей на питання, підготовка презентацій; участь у дискусії та обговоренні; Оцінювання відповідей на тестові завдання; представлення результатів власних досліджень, підготовка до публікації статті з дотриманням вимог академічної доброчесності. Контрольна робота. Залік   |
|  |   | ОК 09 Методологія прикладних досліджень у маркетингу | Розповідь, пояснення, ілюстрація, дискусія. Практичне заняття (аналітичні та розрахункові завдання, розв'язання задач). Дослідницький метод. Консультації   | Оцінювання виконання аналітичних та розрахункових завдань, задач. Контрольна робота, екзамен.   |
|  |   | ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи    | Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація) | Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта-практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. Апробація результатів дослідження на наукових конференціях (тези доповіді), публікації у фахових наукових журналах |
|  |   | ОК 11Переддипломна практика                          | Опрацювання завдань практики, консультації керівника практики від кафедри та бази практики, майстер-клас  | Відгук керівника практики від кафедри та бази практики, звіт з переддипломної практики  |
|  |   |  |   |   |

|   |                                     |   |  |   |
|---|-------------------------------------|---|--|---|
| <p><i>PH 18. Вміти забезпечувати управління маркетинговою та рекламною діяльністю з урахуванням галузевих та регіональних особливостей ринкового суб'єкта, а також його підрозділів</i></p> | <input type="checkbox"/>            | <p>ОК 06 Рекламний менеджмент</p>                           | <p>Лекція; рольові ігри - студенти виступають у ролі маркетологів, рекламних менеджерів або керівників підрозділів; проблемно-орієнтоване навчання; групова дискусія щодо практичних регіональних кейсів; експертні лекції</p>   | <p>Презентації, групові проекти, рольові ігри та групові дискусії, аналіз успішних та провальних регіональних і галузевих маркетингових кампаній, тестування за темами. Контрольна робота. Залік.</p>   |
|   |                                     | <p>ОК 08 Маркетинговий менеджмент</p>                       | <p>Лекція; практичне заняття; case-study / ділові ігри; розрахункове завдання.</p>   | <p>Захист домашніх та самостійних завдань; тестування; розв'язання задач; підсумковий контроль (екзамен)</p>  |
|   |                                     | <p>ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи</p>    | <p>Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація)</p> | <p>Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта- і практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності</p> |
| <p><i>PH 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</i></p>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <p>ОК 07 Цифровий маркетинг</p>                             | <p>Проблемні лекції; міні-лекції; лабораторні роботи; індивідуально-консультативна робота</p>  | <p>Захист самостійних завдань; виконання лабораторних робіт; екзамен</p>  |
|   |                                     | <p>ОК 09 Методологія прикладних досліджень у маркетингу</p> | <p>Лекція (розповідь, пояснення, дискусія, ілюстрація, демонстрація), семінарське заняття (питання для обговорення), самостійна робота (практичні завдання, підготовка рефератів).</p>   | <p>Усне опитування. Підготовка відповідей на питання для обговорення. Оцінювання виконання аналітичних та розрахункових завдань, задач. Контрольна робота, екзамен.</p>   |
|   |                                     | <p>ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи</p>    | <p>Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація)</p> | <p>Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта- і практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні</p>  |

|   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|--|
|   |   |   |   | практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. Апробація результатів дослідження на наукових конференціях (тези доповіді), публікації у фахових наукових журналах   |
|   |   | ОК 10 Міжнародний маркетинг                         | Лекція (розповідь, пояснення, дискусія, ілюстрація, демонстрація), семінарське заняття (питання для обговорення), самостійна робота (практичні завдання, аналітичні завдання).  | Оцінювання у формі усного опитування, участі у навчальній дискусії; підготовленої доповіді на питання для обговорення, презентації. Контрольна робота, екзамен   |
| <i>PH 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</i> | ☒ | ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи   | Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація) | Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта- і практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності |
|   |   | ОК 03 Управління проектами                          | Словесні методи (лекція, навчальна дискусія, розповідь, пояснення, бесіда); наочні методи (ілюстрація, демонстрація); практичні методи (практичне завдання, проблемна ситуація, дослідницький метод); інтерактивні методи (кейс-метод, метод модерації); самостійна робота  | Участь в експрес-опитуванні (експрес-тестуванні); участь у навчальній дискусії; доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (реферат); усне опитування; тестування; рішення задач; виконання практичних завдань; обговорення ситуаційних завдань. Контрольна робота; екзамен.  |
| <i>PH 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу</i>                 | ☒ | ОК 06 Рекламний менеджмент                          | Семінарське заняття; метод case-study або метод конкретних ситуацій; групові проекти; дискусія; тренінг   | Усне опитування, виступи на семінарських заняттях, групове обговорення практичних ситуацій, участь у кейс-чемпіонатах, науковій роботі кафедри, захист презентації за результатами групових проектів. Контрольна робота. Залік.  |
|   |   | ОК 01 Соціальна відповідальність та сталий розвиток | Семінарське заняття, дискусії, ділові ігри, кейси та їх обговорення   | Участь у обговоренні, виконання завдань, підготовка презентацій  |
|   |   | ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної          | Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне   | Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця  |

|  |   |  |   |  |
|--|---|--|---|--|
|  |   | роботи   | осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація) | або експерта- і практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. Апробація результатів дослідження на наукових конференціях (тези доповіді), публікації у фахових наукових журналах |
| <i>РН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу</i> | ☒ | ОК 11 Переддипломна практика                         | Розповідь, бесіда, пояснення. Опрацювання завдань практики, консультації керівника практики від кафедри та бази практики, тренінг   | Відгук керівника практики від кафедри та бази практики, звіт з переддипломної практики   |
|  |   | ОК 10 Міжнародний маркетинг                          | Лекція (розповідь, пояснення, дискусія, ілюстрація, демонстрація), семінарське заняття (питання для обговорення), самостійна робота (практичні завдання, тестові завдання). Консультації  | Підготовка доповіді на теоретичне питання, підготовка презентації, участь у дискусії та обговоренні. Контрольна робота, екзамен.   |
|  |   | ОК 09 Методологія прикладних досліджень у маркетингу | Лекція (розповідь, пояснення, дискусія, ілюстрація, демонстрація), семінарське заняття (питання для обговорення), самостійна робота (практичні завдання, підготовка рефератів). Консультації  | Оцінювання у формі усного опитування, участі у навчальній дискусії; підготовленої доповіді на питання для обговорення, презентації. Виконання практичних завдань. Контрольна робота, екзамен   |
|  |   | ОК 07 Цифровий маркетинг                             | Проблемні лекції; міні-лекції; лабораторні роботи; індивідуально-консультаційна робота  | Захист лабораторних робіт; захист індивідуального домашнього завдання; тестові завдання; екзамен   |
|  |   | ОК 06 Рекламний менеджмент                           | Лекція; семінарське заняття; практичне заняття (розв'язання задач); метод case-study або метод конкретних ситуацій  | Поточний контроль реалізується у формі усного опитування, виступів на семінарських заняттях, поточного тестування, правильності виконання практичних завдань та розрахунків, у тому числі запланованих на самостійне опрацювання, тестування за темами. Контрольна робота. Залік.  |
| <i>РН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в</i>  | ☒ | ОК 09 Методологія прикладних досліджень у маркетингу | Лекція (розповідь, пояснення, дискусія, ілюстрація, демонстрація), семінарське заняття  | Оцінювання у формі усного опитування, участі у навчальній дискусії; підготовленої доповіді на  |

|  |                              |  |   |   |
|--|------------------------------|--|---|---|
| теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта |                              |  | (питання для обговорення), самостійна робота (рішення задач).   | питання для обговорення, презентації. Розв'язання задач. Контрольна робота, екзамен   |
|  |                              | ОК 02 Методологія та організація наукових досліджень                                       | Лекція, розповідь, пояснення, дискусія (питання для обговорення), самостійна робота (практичні завдання (вправи)), тестові завдання   | Оцінювання у формі усних відповідей на питання, підготовки презентацій, участі в обговоренні, тестування за темами. Контрольна робота. Залік  |
|  |                              | ОК 10 Міжнародний маркетинг  | Лекція (розповідь, пояснення, дискусія, ілюстрація, демонстрація), семінарське заняття (питання для обговорення, практичні завдання), самостійна робота (практичні завдання, тестові завдання)  | Оцінювання виконання практичного завдання, правильності відповідей на тестові завдання. Контрольна робота, екзамен.   |
|  |                              | ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи  | Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація) | Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта-практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. Апробація результатів дослідження на наукових конференціях (тези доповіді), публікації у фахових наукових журналах |
|  | ОК 11 Переддипломна практика | Опрацювання завдань практики, консультації керівника практики від кафедри та бази практики | Відгук керівника практики від кафедри та бази практики, звіт з переддипломної практики  |   |
| РН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.                      | ☒                            | ОК 01 Соціальна відповідальність та сталий розвиток  | Проблемна лекція, семінарське заняття, практичні вправи та ситуації, самостійна робота, тестові завдання  | Оцінювання у формі усних відповідей на питання, участі в обговоренні, тестування  |
|  |                              | ОК 08 Маркетинговий менеджмент   | Лекція; case-study / ділові ігри; розрахункове завдання; практичне заняття  | Захист домашніх та самостійних завдань; презентація результатів роботи щодо вирішення практичних ситуацій case-study; тестування; відповіді на контрольні питання; підсумковий контроль (екзамен).  |
|  |                              | ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи  | Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері  | Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта-практика. Оцінювання підготовленої   |

|  |   |  |   |   |
|--|---|--|---|---|
|  |   |  | маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація)  | доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією.<br>Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності.<br>Апробація результатів дослідження на наукових конференціях (тези доповіді), публікації у фахових наукових журналах |
| <i>РН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</i> | ☒ | ОК 02 Методологія та організація наукових досліджень | Лекція, ілюстрація, самостійна робота (практичні завдання (вправи), тестові завдання  | Оцінювання відповідей на тестові завдання; усні відповіді на семінарських заняттях; участь в дискусії, групове обговорення проблемних питань; участь у конференції (підготовка тез), підготовка наукової доповіді. Контрольна робота. Залік   |
|  |   | ОК 04 Іноземна мова професійного спілкування         | Навчання, що базується на завданнях (Task-based learning).<br>Види роботи, орієнтовані на виконання завдань, під час виконання яких здобувачі освіти навчаються взаємодіяти; лексичний метод (Lexical approach)<br>Увага концентрується на вивченні усталених мовних зворотів для забезпечення успішної комунікації в професійному середовищі; комунікативний метод (Communicative approach)<br>Пріоритетом є комунікація, максимально наближена до ситуацій, в яких надалі здобувачі освіти виконуватимуть свої професійні завдання. | Створення профіля на платформі LinkedIn; участь у рольових іграх для демонстрації рівня засвоєння інформації та відпрацювання навичок; створення презентації продукту / кампанії тощо (індивідуально/в групах); виконання тестових завдань на платформах Quizlet, Kahoot. Контрольна робота, екзамен  |
|  |   | ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи    | Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація)   | Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта- і практика.<br>Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією.<br>Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади   |



|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
|   |   |   |   | дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. Апробація результатів дослідження на наукових конференціях (тези доповіді), публікації у фахових наукових журналах  |
|   |   | ОК 11 Переддипломна практика                      | Практичні вправи, ілюстрація, демонстрація  | Оцінювання підготовленої презентації та захисту звіту з переддипломної практики   |
| РН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. | ☒ | ОК 05 Стратегічний маркетинг                      | Лекція, розповідь, пояснення, дискусія, самостійна робота (питання для самоперевірки знань), міні-кейси, ситуаційні завдання. Проблемний метод навчання   | Оцінювання у формі усного опитування, участі у навчальній дискусії; підготовленої доповіді на теоретичні питання для обговорення з презентацією; обговорення ситуаційних завдань, міні-кейсів. Контрольна робота, екзамен.  |
|   |   | ОК 12 Підготовка та захист кваліфікаційної роботи | Самостійне дослідження має містити глибоке теоретичне осмислення актуальної проблеми у сфері маркетингу, а також обґрунтовані рекомендації щодо її практичного розв'язання, виконане на основі ретельно проведеного аналізу та застосування сучасних методів дослідження. Консультації (пояснення, бесіда, розповідь, ілюстрація) | Відгук наукового керівника, рецензія фахівця-науковця або експерта-практика. Оцінювання підготовленої доповіді за результатами досліджень кваліфікаційної роботи, представленої презентації та захисту роботи (відповіді на питання) екзаменаційною комісією. Публічний захист кваліфікаційної роботи магістра включає перевірку вміння обґрунтовувати теоретичні засади дослідження процесів та явищ в сфері маркетингу, застосовувати відповідні концепції, аналітичні інструменти та методи, розробляти ефективні практичні рекомендації щодо стратегічного розвитку суб'єктів економіки; дотримання принципів академічної доброчесності. Апробація результатів дослідження на наукових конференціях (тези доповіді), публікації у фахових наукових журналах |