

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний авіаційний університет
Освітня програма	7675 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

Використані скорочення:

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

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	183
Повна назва ЗВО	Національний авіаційний університет
Ідентифікаційний код ЗВО	01132330
ПІБ керівника ЗВО	Луцький Максим Георгійович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	http://www.nau.edu.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/183>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	7675
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Повна загальна середня освіта, ОКР «молодший спеціаліст», Молодший бакалавр
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Факультет економіки та бізнес-адміністрування / Кафедра маркетингу
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	кафедра історії та документознавства, кафедра господарського, повітряного та космічного права, кафедра української мови та культури, кафедра іноземних мов та прикладної лінгвістики, кафедра філософії, кафедра фізичного виховання та спортивної підготовки, кафедра вищої математики, кафедра бізнес-аналітики та цифрової економіки, кафедра економіки повітряного транспорту, кафедра фінансів, обліку та оподаткування, кафедра економіки та бізнес-технологій, кафедра логістики, кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	03058 м. Київ. Проспект Гузара Любомира 1
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	Українська, Англійська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	193183
ПІБ гаранта ОП	Сібрук Віктор Леонідович
Посада гаранта ОП	Доцент (1 ставка)
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	viktor.sibruk@npp.nau.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(097)-946-84-90
Додатковий телефон гаранта ОП	<i>відсутній</i>

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
заочна	4 р. 6 міс.
очна денна	3 р. 10 міс.

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

ОП «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти першого рівня (бакалаврський рівень) спеціальності 075 «Маркетинг» розроблена на кафедрі маркетингу Національного авіаційного університету. Кафедра маркетингу має значний досвід у підготовці маркетологів з 1974 року. У різні роки очолювали видатні науковці: професор Полунов В.Я. (1974-1984), професор Кулаєв Ю.Ф. (1984-1989), професор Лапшов В.Ф. (1989-1996), професор Мова В.В. (1996-2000), академік НАН України, професор, доктор економічних наук Геєць В.М. (2000-2010), професор Загорулько В.М. (2010-2016), професор Смерічевський С.Ф. (2016-2021). З минулого року і по теперішній час кафедру очолює доктор економічних наук, доцент Князева Т.В.

Комплексний характер завдань управління маркетингом підприємств, які функціонують на висококонкурентних ринках (особливо авіаційному), ґрунтуючись на сучасних наукових підходах, що формують необхідні фахові компетентності щодо провадження успішної виробничо-господарської та комерційної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності сприяв розробці та впровадженню ОП «Маркетинг». Перша редакція навчального та робочого навчального плану підготовки бакалаврів за спеціальністю маркетинг було затверджено Наказом ректора у лютому 2016 року (Протокол ВР №1 від 10.02.2016, Наказ ректора № 56/од від 24.02.2016 р). Діюча редакція освітньо-професійної програми «Маркетинг» була затверджена у березні 2021 року (Протокол ВР №3 від 24.03.2021, Наказ ректора № 196/од від 29.03.2021 р.) із змінами внесеними на підставі результатів перегляду освітньої програми, відповідно до наказу ректора від 14.06.2022 р. № 164/од. ОПП «Маркетинг» розроблялась робочою групою авторів в складі д.е.н., професора Смерічевського С.Ф., к.е.н., доцента Сібрука В.Л., к.е.н., доцента Борисенко О.С., к.е.н., доцента Петропавлівської С.Є., здобувача вищої освіти Тюпишевої В.Ю.

Основні переваги ОП «Маркетинг» включають її інноваційний характер та практичну спрямованість на отримання споживачами ґрунтовних знань та навиків з ефективного управління маркетингом на підприємствах різних форм власності на сучасних динамічних, конкурентних ринках, включаючи авіаційний сектор. Об'єктом спрямування ОП є дослідження та управління маркетинговою діяльністю як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.

Унікальність ОП «Маркетинг» полягає в охопленні широкого спектру загальнонаукових та спеціальних підходів до оволодіння здобувачами необхідних теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для вирішення задач з ефективного управління маркетингом підприємств різних галузей економіки, з спрямуванням особливої уваги до суб'єктів авіаційного сектору. Освітня програма «Маркетинг» бакалаврського рівня виступає у якості підґрунтя для освітніх програм другого (магістерського) рівня «Маркетинг» та «Міжнародний маркетинг». Мова навчання здобувачів ВО на ОП «Маркетинг» - українська та англійська.

Інноваційна складова освітньої програми «Маркетинг» реалізується у сучасних освітніх компонентах ОК23 «Маркетинг інновацій», ОК26 «Холістичний маркетинг», ОК34 «Маркетинг територій». Авіаційна спрямованість освітньої програми закладена у ФК21 «здатність до збору, обробки, аналізу та інтерпретації необхідних даних для проведення ефективної маркетингової діяльності підприємств авіаційної галузі». ОП «Маркетинг» набуває розвитку шляхом залучення до навчального процесу фахівців практиків у сфері маркетингу (<http://surl.li/ddroi>, <http://surl.li/ddrul>).

Проведення моніторингу фахових вимог на регулярній основі дозволяє коректувати освітню програму шляхом внесення змін і доповнень до її змісту. До обговорення складових освітньої програми долучають стейкхолдерів, в рамках даних процесів оновлюються робочі програми освітніх компонент з метою постійного удосконалення освітнього процесу у відповідності до Положення про освітні програми Національного авіаційного університету (<http://surl.li/aczsi>).

Удосконаленню ОП «Маркетинг» сприяє співробітництво кафедри з іноземними та вітчизняними закладами вищої освіти, серед яких: Львівський торговельно-економічний університет, Донецький національний університет імені Василя Стуса, European University of Business (Польща), Batumi Shota Rustaveli State University (Грузія), Вища школа бізнесу – Національний університет Лоїс (Польща), Mieszko I School of Education and Administration (Польща). В рамках угод про співробітництво кафедра співпрацює з Державним підприємством «Міжнародний аеропорт «Бориспіль», ТОВ «Авіакомпанія Скайап», ДП «Укрдпшродор», Європейською Бізнес Асоціацією, ТОВ Фармасі-Україна, ТОВ «Київмедікал», ST. Marketing Agency, ТОВ «Київмедікал», ТОВ «Прайм конект».

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2022 - 2023	35	30	5	0	0
2 курс	2021 - 2022	83	78	5	1	0

3 курс	2020 - 2021	72	58	14	0	0
4 курс	2019 - 2020	39	34	5	2	0
5 курс	2018 - 2019	20		20		2

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	18126 Електронний маркетинг 7675 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	12057 Маркетинг 24565 Міжнародний маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	49905 Маркетинг

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	272471	162028
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	272471	162028
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	3274	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>OPP_M (075)_B_2021.pdf</i>	/irSxYBH13m2ARJF1X3StwL3t7tL98b1LqNwveEvk4=
Навчальний план за ОП	<i>NB-6-075-1_21.pdf</i>	H6gs8auTMFq2TyoW3D8YWEEnPUZXZBJXIXnqH8ocX Yo=
Навчальний план за ОП	<i>NB-6-075-1z_21.pdf</i>	gxbKO3kUSm/wRQbZEjyq93p2Ece/3Lucb8SCu2ZblMY=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Rezenz_1.pdf</i>	3+iixX1OwiDhoai2LkZM18tKbt/AOy/5eTjH9rTFXkc=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Rezenz_2.pdf</i>	Oo8aA78Vme+6lP+8GComzM18VKqZVg46Uq7qY3o+iPs =

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Метою ОП «Маркетинг» є підготовка висококваліфікованих фахівців з маркетингу для підприємств усіх форм власності і напрямів діяльності, здатних на розв'язання комплексних задач з планування, розробки, виробництва, просування продукції на існуючих ринках з використанням сучасного економічного мислення та відповідних компетентностей, необхідних для ефективного провадження маркетингової діяльності суб'єктів підприємницької діяльності в різних галузях економіки, включаючи авіаційний сектор.

Особливістю ОП «Маркетинг» є зосередженість освітніх зусиль на формуванні у здобувачів загальних та фахових компетентностей до здійснення професійної аналітики ринкових процесів, практичних навиків швидкої адаптації до мінливих умов бізнес-середовища. Унікальність ОП «Маркетинг» полягає в охопленні широкого спектру

загальнонаукових та спеціальних підходів до оволодіння здобувачами необхідних теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для вирішення задач з ефективного управління маркетингом підприємств різних галузей економіки, з спрямуванням особливої уваги до суб'єктів авіаційного сектору.

ОП ґрунтується на інноваційних досягненнях сучасної економічної науки, аналітики промислових та споживчих ринків, з урахуванням особливостей авіаційного сектору, спрямовує здобувачів на актуальні спеціалізації, у рамках яких уможливаються подальші перспективи у професійній та науковій кар'єрі в сфері маркетингу.

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

Цілі та зміст ОП відповідають Концепції освітньої діяльності НАУ (п. 2.2 Статуту НАУ <http://surl.li/amerpd>), а також Стратегії розвитку НАУ на період до 2030 року <http://surl.li/sdjl>, яка базується на принципах синергії наукових досліджень та освіти, мультидисциплінарного характеру освітнього процесу, інноваційної складової та партнерських стосунках зі стейкхолдерами. Ціль ОП «Маркетинг» у повній мірі відповідає місії НАУ в напрямі внеску університету у розвиток суспільства на національному та міжнародному рівнях через генерацію нових знань та інноваційних ідей на основі інтеграції та інтернаціоналізації освіти та надання високоякісних освітніх та науково-дослідних послуг при підготовці здобувачів. ОП «Маркетинг» спрямовує здобувачів на вирішення комплексних завдань управління маркетингом підприємств з використанням сучасних наукових підходів підкріплених необхідними компетентностями, які сприяють провадженню успішної виробничо-господарської та комерційної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності на переважній більшості ринків, в тому числі у авіаційному секторі. Запропонований у ОП «Маркетинг» інноваційно-орієнтований підхід втілює місію, візію та стратегічні принципи університету з ефективною інтеграцією науки, освіти та практики у освітній процес.

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

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

З метою урахування інтересів та пропозицій здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти враховуються шляхом особистих співбесід та анкетування. Опитування щодо визначення якості реалізації ОП, здобувачів в НАУ проводиться на двох рівнях: загальноуніверситетське анкетування <http://surl.li/dhexc> та кафедральне опитування <http://surl.li/dinvs>. Результати опитувань здобувачів освіти, які навчаються за ОП «Маркетинг», враховуються при корегуванні ОПП, навчальних планів та робочих програм дисциплін, а також при щорічному перегляді дисциплін вільного вибору здобувача. До обговорення освітньої програми редакції 2021 року в складі робочої групи була залучена здобувач освіти – студентка третього курсу Вероніка Тюпишева. У грудні 2021 року на щорічному розширеному засіданні кафедри маркетингу щодо реалізації індивідуальної освітньої траєкторії для обговорення вибіркових дисциплін на 2022 рік були залучені здобувачі освіти ОС «Бакалавр» Вероніка Тюпишева та Соколова Марія.

- роботодавці

В процесі формування цілей, розробки, перегляду, оновлення ОП залучаються роботодавці. Щорічно на кафедрі проводиться розширене засідання з участю стейкхолдерів та роботодавців, на якому переглядається діюча редакція ОП з метою врахування побажань в напрямі вдосконалення ФК і ПРН, що мають сприяти успішному працевлаштуванню здобувачів. До обговорення ОП «Маркетинг» в редакції 2021 р. були залучені експерти-стейкхолдери: провідний фахівець відділу реклами ДП «Антонов» Бельдюгова Т.В. та головний фахівець департаменту обслуговування клієнтів ПрАТ «ДТЕК Київські електромережі» Зайченко М.А. До обговорення ОП в 2022 році залучалися начальник відділу маркетингу ДП «НСК «Олімпійський», голова ради роботодавців ФЕБА Заводовський С.В., радник гендиректора корпоративного сектору ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» Астахов К.В. За результатами обговорення ОП з урахуванням пропозицій роботодавців були вироблені рішення щодо формування широкого переліку вибіркових дисциплін (<http://surl.li/dilfi>), а також наголошено про посилення фахової компетентності ФК21 «Здатність до збору, обробки, аналізу та інтерпретації необхідних даних для проведення ефективної маркетингової діяльності підприємств авіаційної галузі» у навчальних компонентах ОП. Роботодавці формулюють власні пропозиції у вигляді рецензій, що обговорюються для удосконалення ОП на засіданнях кафедри (<http://surl.li/dilfi>). На кафедрі також регулярно проводяться опитування та анкетування роботодавців (<http://surl.li/dinwb>).

- академічна спільнота

Кафедрою маркетингу проводиться активна робота по налагодженню взаємовигідного співробітництва з представниками академічної спільноти на вітчизняному та міжнародному рівнях. Щорічно кафедра проводить і приймає участь у наукових конференціях. У травні 2021 року близько 70 молодих вчених з 4 країн світу взяли участь у III Міжнародній науково-практичній конференції «Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності» (<http://surl.li/ajrpdv>). В конференції в онлайн-форматі взяли участь 19 представників з 6 закладів вищої освіти та різних організацій, серед яких: Академія педагогіки та адміністрації імені Мешка І (м. Познань, Польща); Вища економіко-гуманітарна школа (м. Бельсько-Бяла, Польща); Батумський державний університет імені Шота Руставелі (м. Батумі, Грузія); Адамський Університет (м. Колката, Індія); Державний університет інфраструктури та технологій (м. Київ); Донецький державний університет управління (м. Маріуполь). В рамках проведення зустрічей з представниками академічної спільноти проводиться обмін науково-навчальним досвідом, що знаходить відображення у освітньому процесі. Так у жовтні 2021 року відбулася зустріч із представниками Норманської наукової лабораторії дослідження інновацій споживчого ринку NIMES - керівником

лабораторії, професором Жоелем Бре та професором Університету Руан, діючим Віце-президентом Французької асоціації маркетингу Сонде Зуахі (<http://surl.li/ajpfh>).

- інші стейкхолдери

В процесах підготовки та внесення змін в освітню програму у якості стейкхолодерів залучають представників підприємств, де працевлаштовані випускники ОП разом з іншими суб'єктами ринків, зацікавленими у підготовці кваліфікованих кадрів. З метою забезпечення постійного удосконалення ОП «Маркетинг» кафедрою запроваджено постійний моніторинг запитів стейкхолодерів за допомогою щорічного опитування роботодавців та інших стейкхолодерів (<http://surl.li/dinwb>).

Кафедрою з метою удосконалення soft-skills проводяться відкриті гостьові лекції професіоналами-практиками. За період 2021-2022 н.р. в рамках циклу гостьових лекцій з практиками було проведено вісім відкритих лекцій-зустрічей, зокрема у вересні 2022 р. в рамках подальшого розвитку авіаційної складової ОП «Маркетинг» відбулася зустріч здобувачів вищої освіти з Максимом Волошином (обіймав посади директора з розвитку мережі маршрутів, міжнародних відносин в провідних авіакомпаніях України та Європи, а також працював комерційним директором аеропорту «Бориспіль») на тему «Комерційна діяльність авіакомпаній» (<http://surl.li/dffvl>). Проведена зустріч надала можливість до внесення доповнень до освітніх компонент наступної редакції ОП «Маркетинг».

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

З метою забезпечення необхідного рівня відповідності цілей і програмних результатів ОП сучасним тенденціям ринку праці кафедра на регулярній основі проводить моніторинг запитів до фахівців з боку роботодавців включно з представниками авіаційної галузі. Моніторинг вимог фахових компетентностей сприяє досягненню цілей шляхом проведення заходів науково-освітнього характеру (науково-практичних конференцій, зустрічей з практиками, гостьових лекцій, семінарів, круглих столів) (<http://surl.li/dffvl>) у результаті яких вносяться корективи у компоненти освітньої програми у напрямі посилення предметної складової, впровадження сучасних підходів у оволодінні теоретичними знаннями та практичними навичками. Інноваційна спрямованість та прикладна орієнтація освітньої програми проявляється у формуванні у здобувачів таких фахових знань та навичок, які б дозволили вирішувати складні професійні проблеми і задачі у сфері маркетингу, в умовах швидкозмінного бізнес-середовища, в тому числі і у авіаційній галузі. Забезпечення зазначеної орієнтації зумовлене програмними результатами навчання ПРН19 - ПРН25, які дозволяють випускникам успішно конкурувати в сучасних умовах господарювання, за рахунок сформованого маркетингового мислення та комунікаційних здібностей для провадження ефективної маркетингової діяльності бізнес-суб'єктів на всіх типах ринків.

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

Формулювання цілей та програмних результатів навчання освітньої програми враховують особливості галузевого контексту в цілому від ПРН1 до ПРН18 так і унікальні починаючи з ПРН19 включаючи авіаційну спрямованість у ПРН25.

Регіональне спрямування ОП зосереджується на питаннях забезпечення кваліфікованими кадрами регіони України особливо в аспекті децентралізації влади та євроінтеграційними процесами, які мають сприяти сталим позитивним перетворенням у соціально-економічній, науково-технічній та інших сферах. Особливість регіональної та міжнародних складових ОП зосереджується у ОК19, ОК24, ОК34, що спрямовуються на питання управління маркетингом територій, розвитку регіонів, інструментах підвищення конкурентоспроможності на сучасних світових ринках. Галузева складова освітньої програми міститься зокрема у ОК17, ОК22, ОК36, ОК38, які фокусуються на врахуванні актуального стану галузевої економіки та потенціалі розвитку на споживчому, промисловому, в тому числі авіаційному секторі.

Індивідуальна освітня траєкторія здобувачів дозволяє обирати дисципліни вільного вибору які включають елементи галузевого та регіонального контексту, такі як «Міжнародна економічна інтеграція», «Комерційна діяльність на авіаційному транспорті».

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

В процесі формулювання цілей та програмних результатів навчання освітньої програми враховувався досвід вітчизняних ЗВО, які здійснюють підготовку здобувачів за першим (бакалаврським) рівнем, а саме: КНУ імені Т. Шевченка, КНТЕУ, КНЕУ імені В. Гетьмана, ХНУ імені В.Н. Каразіна, ХНЕУ імені С. Кузнеця. Аналіз споріднених освітніх програм зарубіжних ВНЗ (Європейська вища школа бізнесу (Польща), Паризька школа бізнесу (Франція), Краківського університету економіки (Польща)) надав можливість визначити підходи до структурування, інтеграції та синтезу ОК у логічній послідовності та змістовному наповненні. Використання досвіду зарубіжних вищих навчальних закладів дозволив розширити перелік освітніх компонент за рахунок включення дисциплін «Холістичний маркетинг», «Хеджування маркетингових ризиків», «Соціально-відповідальний маркетинг», які сприяють поглибленню теоретичних знань і практичних навичок сучасного фахівця у сфері маркетингу. На основі аналізу освітніх програм вітчизняних і іноземних ЗВО проводиться системний аудит та оновлення каталогу вибіркових дисциплін, тематики випускних робіт у відповідності до сучасних освітніх трендів.

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

Розробка освітньої програми відбувалася у відповідності до Стандарту вищої освіти (перший бакалаврський рівень) галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг» затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України 05.12.2018р. №1343 (<http://surl.li/cnthb>). Цілі, предметна область, орієнтація ОП у повній мірі відповідає вимогам Стандарту. Інтегральна компетентність забезпечується застосуванням відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. Програмні результати навчання відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій: бакалавр - 6 рівню Національної рамки кваліфікацій та першому циклу вищої освіти. Загальні компетентності закладені у програмних результатах з ПРН1 до ПРН18, а з ПРН19 до ПРН25 - спеціальні (фахові) компетентності, які орієнтовані на ОК, що формують унікальність ОП. Досягнення програмних результатів відбувається за рахунок змістовного наповнення освітніх компонент відповідним навчально-методичним забезпеченням. Логічно структурована відповідність програмних результатів компонентам освітньо-професійної програми в матриці забезпечення ПРН є свідченням досяжності необхідних результатів.

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?

Для спеціальності 075 «Маркетинг» першого бакалаврського рівня існує затверджений Стандарт вищої освіти (наказ Міністерства освіти і науки № 1343 від 05.12.2018р.) (<http://surl.li/cnthb>).

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

240

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)?

180

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

60

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

Зміст ОПП «Маркетинг» відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», що відображено у Стандарті вищої освіти за спеціальністю (<https://cutt.ly/aBevKl8>). Відповідність предметній області відображається в об'єкті, меті, методах та компонентах ОПП.

Мета ОПП полягає у відповідності місці НАУ, у якій наголошується, щодо внеску НАУ у розвиток суспільства на національному та міжнародному рівнях через генерацію нових знань та інноваційних ідей на основі інтеграції та інтернаціоналізації освіти та надання високоякісних освітніх та науково-дослідних послуг при підготовці бакалаврів маркетингу, які здатні розв'язувати комплексні проблеми розробки, виробництва, просування продукції, володітимуть сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності бізнес-суб'єкта на споживчому, промисловому, в тому числі авіаційному секторі економіки (<http://surl.li/dioax>).

ОПП містить обов'язкову та вибіркову компоненту, а робочі програми та силабуси містять тематику, що визначає понятійно-категорійний апарат, концептуальні положення, інструментарій та методи дослідження. З метою розкриття змісту та особливостей ОПП обов'язкова компонента включає: навчальні дисципліни гуманітарної та соціально-економічної підготовки, професійної підготовки, навчальні та виробничі практики, кваліфікаційну роботу. Під час практик та виконання кваліфікаційної роботи здобувачі аналізують, пояснюють факти, прогнозують інноваційні креативні ідеї у сфері маркетингу. Вибіркова компонента ОПП включає дисципліни, що спрямовані на особистісний саморозвиток та поглиблюють практичні компетентності здобувачів відповідно до вимог ринку праці.

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

Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії забезпечується здобувачам вищої освіти згідно з Законом України «Про вищу освіту», а також Положення про організацію освітнього процесу в НАУ <https://cutt.ly/ACkHr4G> та Положенням про формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти в НАУ (<https://cutt.ly/FCkSFE2>). Основний документ, який фіксує формування індивідуальної освітньої траєкторії – індивідуальний навчальний план здобувача ВО (Положення про індивідуальний навчальний план студента НАУ - <https://cutt.ly/7CkFgXs>).

Здобувача вищої освіти формує на кожен рік навчання індивідуальний навчальний план з урахуванням обов'язкових навчальних дисциплін, а також особисто обраних вибіркокових дисциплін, які мають загальний обсяг за

весь період навчання здобувача вищої освіти не менше 25% від загального обсягу кредитів ЄКТС (60 кредитів за каталогом вибіркових навчальних дисциплін - <https://cutt.ly/oBebm7S>) та включати до свого індивідуального плану факультативні дисципліни (за додатковою угодою); навчатися одночасно за кількома ОП, мати академічну мобільність; зарахувати кредити з неформальної освіти; пропонувати свої теми курсових та кваліфікаційних робіт, бази практик.

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

Формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача ВО регламентується Положенням про формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти в НАУ <https://cutt.ly/FCkSFE2>. Навчальним планом передбачено можливість для обрання дисциплін за вільним вибором, які підсилюють програмні результати навчання обов'язкових компонент та забезпечують особистісний розвиток здобувача освіти, міждисциплінарність в освітньому процесі. З метою реалізації права на вибір навчальних дисциплін робоча група випускової кафедри, під керівництвом завідувача та гаранта освітньої програми, у взаємодії із здобувачами ВО, провідними НПП, іншими кафедрами та стейкхолдерами складає перелік вибіркових навчальних дисциплін на кожен семестр наступного навчального року. Сформований перелік вибіркових дисциплін та силабуси затверджуються на засіданні випускової кафедри та розміщуються на її офіційному сайті (<https://cutt.ly/5BencDt>).

Згідно плану-графіку професорсько-викладацький склад проводить презентації навчальних дисциплін для здобувачів ВО з метою ознайомлення їх з детальним змістом освітніх компонент, методами та очікуваними програмними результатами навчання <https://cutt.ly/vBenVVp>. Здобувачі здійснюють свій вибір в режимі он-лайн в автоматизованій системі (<https://directorate.nau.edu.ua/login>) відповідно до встановленого порядку в НАУ. Обрання вибіркових дисциплін передбачає два послідовні етапи (<https://cutt.ly/EC0y8aK>). На допомогу здобувачам розроблено покрокову Інструкцію для роботи здобувача ВО в автоматизованій системі формування індивідуальної освітньої траєкторії <https://cutt.ly/7CkKTJL>.

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 ВО здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в НАУ (<https://cutt.ly/VckLqAo>) та Положення про організацію та проведення практик здобувачів ВО в НАУ (<https://cutt.ly/KCkLpeE>).

Практична підготовка здобувачів в рамках ОПП передбачена навчальним планом: навчальна практика – Фаховий тренінг з маркетингу (3,0 кредити ЄКТС) та виробничих практик – Маркетингово-дослідницька практика (3,0 кредити ЄКТС) та Переддипломна практика (3,0 кредити ЄКТС), що є обов'язковими компонентами ОПП. Ці практики мають на меті формування загальних (ІК, ЗК-3-8, ЗК-10-12) та фахових компетентностей (ФК6; ФК10, ФК-12-15, ФК-17-18). Формування цілей і завдань та зміст практичної підготовки відбувається у тісній співпраці з роботодавцями, які окреслюють реальні потреби ринку праці та необхідні уміння і навички. Основним призначенням практик є закріплення і вдосконалення одержаних теоретичних знань, формування професійних умінь та навичок для виконання майбутніх професійних обов'язків, реалізація потреби поновлювання своїх знань та творчого застосування їх у практичній діяльності, що організовується та проводиться відповідно до навчальних планів і програм практик. Базами практик можуть бути підприємства та організації в Україні та за її межами (<https://cutt.ly/hCnwSVV>).

Продемонструйте, що ОП дозволяє забезпечити набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills) упродовж періоду навчання, які відповідають цілям та результатам навчання ОП результатам навчання ОП

Для здобувачів ВО ОПП «Маркетинг» соціальні навички є важливими для подальшої професійної діяльності, оскільки дозволяють грамотно спілкуватися, сприяють вмінню співпрацювати з діловими партнерами, забезпечувати ефективні комунікації, проявляти лідерські якості, креативно мислити, контролювати власну поведінку.

ОПП забезпечує здобувачам набуття організаційних, комунікативних, когнітивних цінностей, культурної обізнаності та ін. соціальних навичок, які відповідають цілям і результатам навчання та пов'язані із підготовкою висококваліфікованих фахівців в сфері маркетингу, як і з новітніми методиками пошуку та обробки інформації, способами ефективної взаємодії з колегами, тощо.

Навчання за ОПП забезпечує набуття та розвиток соціальних навичок за рахунок двох чинників: 1) використання різноманітних форм та методів навчання, таких як виступи з доповідями та презентаціями, обговорення та дискусії, виконання навчальних вправ у складі групи та ін.; 2) набуттю та розвитку соціальних навичок відповідно до змісту багатьох ОК: «Філософія», «Історія української державності та культури», «Фахова іноземна мова», «Соціально-ринкові комунікації», «Організаційна поведінка», «Поведінка споживача» «Соціально-відповідальний маркетинг» та ін.

Навички критичного мислення та креативності, культурної обізнаності здобувачі можуть здобути на базі ІНТЛ НАУ, де створено сприятливе середовище для суб'єктів інноваційної діяльності та трансферу технологій в Університеті з метою підтримки студентських наукоємних стартап-проектів (<https://cutt.ly/xCITD3V>).

Яким чином зміст ОП ураховує вимоги відповідного професійного стандарту?

Враховання вимог Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» забезпечується включенням до змісту ОПП навчальних дисциплін, які орієнтовані на формування визначених Стандартом інтегральної, загальних та спеціальних (фахових) компетентностей. Наприклад, ОК «Маркетинг» забезпечує внесок у формування загальних компетентностей ЗК3-4; 6;12, а також фахових компетентностей ФК1-5;

12; 14 згідно Стандарту, а також ФК17 відповідно до особливостей ОПП; ОК «Основи маркетингу на транспорті» забезпечує внесок у формування загальних компетентностей ЗК3-4; 8; 12, а також фахових компетентностей ФК1; 4 згідно Стандарту, а також ФК21 відповідно до особливостей ОПП; ОК «Маркетинг інновацій» забезпечує внесок у формування загальних компетентностей ЗК3-4; 8; 9, а також фахових компетентностей ФК1-3; 6; 8-9; 13 згідно Стандарту, а також ФК16; 18-19; 21 відповідно до особливостей ОПП; ОК «Маркетингові дослідження» забезпечує внесок у формування загальних компетентностей ЗК3-4; 6; 8, а також фахових компетентностей ФК1-3; 5-6; 11-14 згідно Стандарту, а також ФК17-18; 21 відповідно до особливостей ОПП; ОК «Маркетинг в авіації» забезпечує внесок у формування загальних компетентностей ЗК3-4; 8; 9; 12-13, а також фахових компетентностей ФК3; 6; 9; 13 згідно Стандарту, а також ФК18-19; 21 відповідно до особливостей ОПП та ін. ОК, які допомагають у вирішенні складних спеціалізованих задач та практичних проблем у сфері маркетингової діяльності і передбачає застосування відповідних теорій та методів.

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

Розподіл часу між аудиторною і самостійною роботою здійснюється з врахуванням норм Положення про організацію освітнього процесу в НАУ <https://cutt.ly/xVeWW9a>.

Нормативна тривалість ОПП денної форми навчання становить зр. 10міс. із загальним обсягом кредитів ЄКТС – 240. У навчальному плані наведено календарний графік навчання, бюджет часу здобувачів, визначено обсяг годин на кожний компонент, кількість кредитів ЄКТС і форми підсумкового контролю. Для здобувачів ОС бакалавра кількість годин аудиторних занять в одному кредиті ЄКТС (денна форма навчання) становить від 33% до 50% від їх загальної кількості. У другому, четвертому семестрах до кількості ОК входять навчальна і виробнича практики, в восьмому – до ОК віднесені переддипломна практика та кваліфікаційна робота.

Самостійна робота здобувачів ВО регламентується Положенням про організацію самостійної роботи здобувачів вищої освіти (<https://cutt.ly/ySkoOsR>) та забезпечується навчально-методичними матеріалами, передбаченими для вивчення навчальної дисципліни. В умовах карантинних обмежень через COVID-19 та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, для організації самостійної роботи використовується віртуальне освітнє середовище на платформі Google Classroom.

Для корегування фактичного навантаження здобувачів ВО проводиться періодичне опитування на загальноуніверситетському рівні (<http://surl.li/dhexc>) та окремо – на факультеті (<http://surl.li/dinvs>). Результати опитування засвідчують, що студенти не перевантажені та мають достатньо часу на самостійну роботу.

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

Підготовка здобувачів ВО в НАУ за дуальною формою навчання регулюється «Положенням про дуальну форму здобуття вищої освіти в Національному авіаційному університеті» (<https://cutt.ly/vBeEzIE>). ОПП «Маркетинг» не передбачає дуальної форми освіти.

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

<https://pk.nau.edu.ua/>
<https://pk.nau.edu.ua/pravylyl-priyomu-2022/>

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

Вступ на ОПП «Маркетинг» в 2022 р. здійснювався згідно Правил прийому на навчання в НАУ (<https://cutt.ly/wVLXzEB>) на основі конкурсного відбору.

Вступ на навчання для здобуття ступеня бакалавр на ОПП «Маркетинг», здійснюється на основі повної загальної середньої освіти у формі складання національного мультипредметного тесту (НМТ) (<https://cutt.ly/QVLXOUX>), що складається з блоків: українська мова (коєф. - 0,35), математика (коєф. - 0,4) та історія України (коєф. - 0,25) (<https://cutt.ly/6VLXLWV>) або зараховуються бали ЗНО 2019-2021 рр. з трьох конкурсних предметів (українська мова і література, математика, один предмет на вибір абітурієнта).

Вступ на навчання на основі ОКР молодшого спеціаліста, молодшого бакалавра, що вступають на другий (третій) курс зараховуються бали НМТ або ЗНО 2019-2021 рр. (українська мова) та НМТ або ЗНО 2019-2021 років (математика), або на перший курс з скороченим строком навчання: НМТ або ЗНО 2019-2021 рр. з української мови та одного предмету НМТ або ЗНО 2019-2021 рр. на вибір вступника.

Вступники подають власні мотиваційні листи (<https://cutt.ly/NVLMkVA>), результати розгляду яких використовуються при формуванні рейтингового списку.

Абітурієнти мають можливість здавати вступні випробування у формі індивідуальної усної співбесіди, які підпадають під певні категорії, що зазначені у розділі 8 Правил прийому на навчання в НАУ (<https://cutt.ly/wVLXzEB>). Інформація для вступників є у відкритому доступі на сайті університету <https://cutt.ly/OVLMbZb>) та на сайті факультету (<http://surl.li/diore>).

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

На офіційному сайті університету, у вільному доступі розташовані відповідні нормативні документи, стосовно визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО (<https://cutt.ly/rVJhAcc>): «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у Національному авіаційному університеті» (http://cnt.nau.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_18_07_19.pdf); аспекти ліквідації академічної різниці регулюються «Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю» (<https://cutt.ly/gVJh6KM>); «Положення про порядок переведення (поновлення) студентів, які навчалися у вищих навчальних закладах Донецької та Луганської областей, на навчання до Національного авіаційного університету» (<https://cutt.ly/7VJhgEI>); «Тимчасове положення про порядок відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення здобувачів» (<https://nau.edu.ua/site/variables/docs/docsmenu/uchebniy%20process/Наказ.pdf>). Інформацію про можливості академічної мобільності та процедури визнання результатів навчання в інших закладах вищої освіти, здобувачі отримують у Навчально-науковому інституті міжнародного співробітництва та освіти (<https://cutt.ly/xBl7z3A>), у деканаті факультету, кураторами груп.

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

Здобувачка кафедри маркетингу Мариніна Олена, що навчається за ОПП «Маркетинг» отримала можливість здійснити академічну мобільність в рамках програми мобільності Erasmus+ на навчання у Коледжі прикладних наук «Lavoslav Ružička»/ College of Applied Science «Lavoslav Ruzicka» в Вуковарі (Хорватія) (<http://surl.li/dioxr>). Визнання результатів академічної мобільності та перезарахування кредитів ЄКТС, здійснювалось на основі «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у Національному авіаційному університеті» (<http://surl.li/sdjm>). Згідно якого, здобувач представив документ з переліком та результатами вивчення навчальних дисциплін, кількістю кредитів та інформацією про систему оцінювання навчальних здобутків здобувача вищої освіти, завіреного в установленому порядку у ЗВО-партнері.

За час існування ОПП була відпрацьована процедура визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, яка активно використовується на практиці. У 2021-2022 н.р. на третій рік навчання були переведені 4 здобувача вищої освіти з ВСП «Хмельницького-торговельно-економічного фахового коледжу Київського національного університету», ВСП «Київського індустріального фахового коледжу КНУБА», ВСП «Хмельницького політехнічного фахового коледжу національного університету Львівська політехніка», «Європейського університету». У 2022-2023 н.р. на ОПП «Маркетинг» було переведено здобувача на другий рік навчання з ВСП «Павлоградського фахового коледжу НТУ «Дніпровської політехніки».

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регулюється «Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти та/або інформальної освіти Національного авіаційного університету» (<https://cutt.ly/hBl3mG3>), «Положенням про організацію та проведення поточного та семестрового контролю» у розділі 3 (<https://cutt.ly/cBl3z7D>).

Визнання результатів неформальної освіти поширюється на нормативні дисципліни, що як правило не перевищує 10% від загального обсягу кредитів передбачених ОП, але в межах навчального року не більше 6 кредитів на бакалаврському рівні. Перезарахування може бути як повністю так і частково в межах освітньої дисципліни (модуль, тема, індивідуальне завдання, тощо). Для перезарахування результатів навчання, здобувач подає декану факультету заяву та завірені у встановленому порядку копії документів, що підтверджують участь у заході неформальної освіти (свідчення, сертифікати, дипломи), опис заходу неформальної освіти (інформаційний лист, запрошення, програма), опис змісту та результатів неформальної освіти.

Для всіх учасників освітнього процесу НАУ доступні такі сервіси неформальної освіти: безкоштовна онлайн-освіта на платформі Coursera (<https://cutt.ly/cBl7Db2>), простір неформальної освіти НАУ-хаб (<http://surl.li/brjldq>). Інформування здобувачів про можливість визнання результатів неформальної освіти здійснюється викладачами під час викладання дисциплін та кураторами групи.

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

Практики застосування вказаних правил на ОПП «Маркетинг» не було.

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Організація освітнього процесу в Університеті відбувається у відповідності до Положення (<http://surl.li/gqvm>), у якому регламентується навчальні форми та методи, які сприяють досягненню очікуваних результатів навчання. Освітній процес у ВНЗ реалізується у формах: навчальних занять, самостійної роботи, практичної підготовки,

контрольних заходів. Контактні години сформовані у вигляді лекцій, семінарів та практичних занять. Самостійна робота сприяє виявленню індивідуальних здібностей здобувачів, схильності до інформаційного пошуку, творчих підходів до виконання завдань, поглиблення рівня практичної підготовки, що формує ФК при прийнятті рішень. Основу викладання освітніх компонент, що формують ФК та ПРН, складають методики та індивідуальне проблемно-орієнтоване навчання. Проблемно-орієнтоване навчання, передбачає формулювання та вирішення проблеми під час лекцій, розв'язання ситуативних задач на практичних заняттях, дослідження під час самостійної роботи, самопідготовку із використанням мережі Інтернет, підготовку наукових доповідей, участь у наукових дискусіях, роботу у комп'ютерних класах, практичну підготовку (ПРН1-ПРН25).

Застосування зазначених навчальних методів сприяє розвитку творчих здібностей студентів, умінню генерувати нові ідеї, працювати в команді; передбачають ефективне виконання завдань інноваційного характеру. Детально форми та методи навчання і викладання розкриті у Робочих програмах та Силабусах навчальних дисциплін (<http://surl.li/dhtgr>) і Додатках 1,3.

Продемонструйте, яким чином форми і методи навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу? Яким є рівень задоволеності здобувачів вищої освіти методами навчання і викладання відповідно до результатів опитувань?

Студентоцентризований підхід освітньої програми забезпечується за допомогою індивідуальної освітньої траєкторії, яка спрямована на урахування інтересів студентів у навчальній компоненті в процесі вибору дисциплін індивідуальної траєкторії, тем курсових робіт та кваліфікаційної роботи, що має сприяти розвитку особистості кожного здобувача з урахуванням його ціннісних орієнтацій. Досяжність таких цілей уможливується шляхом вільного доступу до інформації щодо всіх складових освітньої програми (<http://surl.li/divyv>), переліку обов'язкових та вибіркових освітніх компонент, силабусів навчальних дисциплін (<http://surl.li/dhtgr>). Застосовуються зручні для здобувачів форми надання освітніх послуг в аспектах інтерактивності та мобільності, так здобувачка Мариніна Олена, здійснила у 2021 р. академічну мобільність в рамках програми Erasmus+ у Коледжі прикладних наук «Lavoslav Ružička» (Хорватія) (<http://surl.li/dioxr>). Студенти мають можливість навчатися за індивідуальним графіком. Якість реалізації ОП щодо змісту та якості освітніх послуг, показників комфортного середовища визначається шляхом опитування здобувачів на двох рівнях: загальноуніверситетське анкетування <http://surl.li/dhexc> та кафедральне опитування <http://surl.li/dinvs>. Результати опитувань здобувачів освіти, враховуються з метою підвищення якості надання освітніх послуг. Загалом результати проведених опитувань здобувачів освіти свідчить про високий рівень задоволеності освітнім процесом.

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

НАУ дотримується принципу забезпечення академічної свободи для всіх учасників освітнього процесу, який реалізується за допомогою системи менеджменту якості НАУ <http://surl.li/bfbsl> з урахуванням обмежень, встановлених Законом України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII. Система передбачає самостійність під час провадження науково-педагогічної діяльності, що відбувається на принципах проведення наукових досліджень, поширення знань і інформації, свободи слова та творчості. Для досягнення програмних результатів навчання викладачі мають можливість творчого підходу до наповнення змісту ОК, внесення змін в РП, вільного вибору методів навчання, самостійного формування послідовності викладання окремих тем у відповідності до Положення про організацію освітнього процесу в НАУ (<http://surl.li/gqvm>).

Досягнення принципів академічної свободи здобувачів забезпечується шляхом надання їм прав вільного вибору форм та методів навчання, тем курсових проектів, наукових досліджень і кваліфікаційних робіт, вільного висловлювання у дискусіях під час навчальних занять, способів апробації результатів досліджень. Здобувачі в рамках індивідуальної освітньої траєкторії мають можливість брати участь у виборі освітніх компонент, попередньо ознайомившись з каталогом вибіркових дисциплін (<http://surl.li/dhtgr>). Кафедра систематично підтримує зворотний зв'язок зі здобувачами освіти з метою постійної оптимізації форм, методів, процедур навчання.

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 *

Процеси інформування всіх учасників освітнього процесу реалізується шляхом функціонування офіційного сайту Університету, внутрішнього сайту факультетів, де міститься інформація щодо цілей, змісту, очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання для окремих освітніх компонентів, а також з використанням освітньої платформи Google Classroom корпоративної пошти НАУ, офіційної сторінки кафедри і груп в соціальних мережах і месенджерах.

У відповідності до внутрішньої нормативної документації Університету <http://surl.li/aguho> з усіх освітніх компонентів ОП наявні силабуси, які розміщені на сайті кафедри маркетингу <http://surl.li/dhtgr>. Форма оцінювання, кількість та розподіл балів за поточним та підсумковим контролем з всіх дисциплін, а також критерії оцінювання знань студентів визначаються та затверджуються НПП кафедри маркетингу в РП дисциплін та доводяться до відома студентів на першому навчальному занятті з кожної дисципліни.

Іншу інформацію здобувачі та НПП мають змогу отримати з джерел: сайт факультету ФЕБА <http://feba.nau.edu.ua/>, окремі розділи офіційного сайту НАУ «Навчальний процес», «Студенту», «Наука», «Забезпечення якості» <https://nau.edu.ua/>.

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

У відповідності до вимог Закону України «Про вищу освіту» в Університеті здобувачі мають змогу долучатися до

Ради молодих вчених <http://ysa.nau.edu.ua/>, Студентської ради НАУ <http://surl.li/avgvdd> та Студентської ради ФЕБА <http://surl.li/dibra>. Організація наукової роботи здобувачів вищої освіти на кафедрі розрахована на весь термін навчання таким чином, щоб оптимально поєднувати освітній процес згідно з ОП з напрямками наукових досліджень НПП з науковими спрямуваннями студентів. На кафедрі маркетингу функціонують два наукових гуртки: «Управління розвитком інструментів маркетингу в сучасних умовах» та «Інновації в Digital-маркетингу», у яких приймають участь студенти всіх чотирьох курсів ОС «Бакалавр». Здобувачі приймають у науково-дослідній діяльності кафедри, публікують результати наукових робіт у збірниках наукових праць, матеріалах міжнародних та вітчизняних конференцій, зокрема у науково-практичній конференції «Глобальний маркетинг: аналіз та виклики сучасності», яку щорічно проводить кафедра маркетингу (<http://surl.li/dicnj>). Студенти ОС «Бакалавр» активно приймають участь у конкурсах, олімпіадах, кейсах, зокрема у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з маркетингу, I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з маркетингу, здобувач Олександр Малукало став одним з переможців VI Всеукраїнського конкурсу дипломних робіт з маркетингу, який проводився на базі кафедри маркетингу Хмельницького національного університету у січні-червні 2022 року (<http://surl.li/dicpp>). Здобувачі приймають участь в процесах інформаційного забезпечення в рамках кафедральних науково-дослідних робіт: «Розвиток теорії та методології інноваційних маркетингових технологій в глобальному цифровому просторі» (№0121U113150, науковий керівник д.е.н., доцент Князева Т.В.); «Теоретико-методологічне забезпечення формування впливу соціальних мереж на просування в комплексі електронного маркетингу» (№0122U200385, науковий керівник к.е.н., доцент Ярмолюк О.Я.); «Інструментарій маркетингового забезпечення розвитку концепції зеленої економіки» (№0120U100123, науковий керівник: д.е.н., професор Смерічевський С.Ф.). Здобувачі мають можливість опублікувати спільні з НПП результати наукових досліджень у вітчизняних та зарубіжних фахових виданнях, зокрема функціонуючих за сприяння НПП кафедри: журналі «Проблеми системного підходу в економіці», журналі Куявсько-Поморської школи вищої освіти в Бидгощі (Польща). Результати спільних наукових та методичних досягнень впроваджуються в освітній процес кафедри маркетингу.

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

Університеті впроваджена система забезпечення якості освіти (<http://surl.li/bfbsl>), одним із основних завдань якої є здійснення моніторингу та періодичного перегляду ОП. Зміст ОП формується у відповідності до вимог норм Міністерства освіти і науки України і Стандарту вищої освіти (<http://surl.li/cnthb>). Оновлення НПП змісту освітніх компонент, силабусів, методів навчання проводиться на регулярній основі за допомогою щорічного моніторингу академічної та професійної активності викладачів, їх відповідності дисциплінам, які вони викладають в рамках ОП. Процеси оновлення освітніх компонент регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в НАУ (<http://surl.li/gqvm>) у проведенні наукових досліджень НПП, участі у конференціях, семінарах, тренінгах. Так НПП кафедри маркетингу використовують власні наукові розробки в навчальному процесі: 1) гарант ОП Сібрук В.Л. – Управління методологічним апаратом маркетингу територій на засадах Форсайт технологій в умовах глобалізаційних процесів (публікація у фаховому виданні кат. В) – в ОК34 «Маркетинг територій»; 2) професор Князева Т.В. - The impact of the transnationalization process on the consumer market of Ukraine (публікація Web of Science) – в ОК24 «Міжнародний маркетинг» 3) професор Ороховська Л.А. – Специфіка соціально-ринкових комунікацій у сфері інфлюенс-маркетингу (публікація у фаховому виданні кат. В) – в ОК11 «Соціально-ринкові комунікації»; 4) професор Полоус О.В. – Management the development of human capital of the airline using personnel logistics tools (публікація Web of Science) – в ОК12 «Організаційна поведінка». Оновленню змісту освітніх компонент сприяє впровадження результатів підвищення кваліфікації та стажування, так гарант ОП Сібрук В.Л. (Участь у 2021 р. у міжнародному освітньому проєкті академічної мобільності Erasmus+ в Коледжі прикладних наук «Lavoslav Ružička» (Хорватія) викладач ОК «Маркетинг: вступ до спеціальності» Смерічевський С.Ф. (стажування в 2021 р. у Познанській вищій школі педагогіки та адміністрації ім. Мешка I (Польща), викладач ОК «Міжнародний маркетинг» Князева Т.В. (стажування в 2019 р. у Варненському вільному університеті ім. Чорноризця Храбра (Болгарія).

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

Освітня програма набуває розвитку у відповідності до Стратегії розвитку НАУ до 2030 року <http://surl.li/didel> та Стратегії інтернаціоналізації співробітництва в галузі освіти НАУ <https://cutt.ly/lRlkXkN>. Основні напрями інтернаціоналізації:

1. Кафедра активно співпрацює в межах «Угоди про співробітництво» з European University of Business (Польща), Batumi Shota Rustaveli State University (Грузія), Вища школа бізнесу – Національний університет Лоїс (Польща), Mieszko I School of Education and Administration (Польща). В рамках даних угод кафедра є співорганізатором щорічних міжнародних науково-практичних конференцій.
2. До складу редакційної колегії журналу «Проблеми системного підходу в економіці» (категорія Б) входять і активно беруть участь у його формуванні відомі зарубіжні вчені з Республіки Польща та Великобританії (<http://surl.li/didfe>). Проф. Смерічевський С.Ф. є рецензентом журналу Куявсько-Поморської школи вищої освіти в Бидгощі (республіка Польща) (<http://surl.li/didff>).
3. Гарант освітньої програми та викладачі кафедри регулярно проходять міжнародні стажування.
4. Викладачі кафедри успішно співпрацюють із іноземними колегами у напрямках написання наукових статей, колективних монографій та приймають участь у таких заходах, як: конференції, круглі столи, результати яких впроваджуються в освітній процес.
5. В рамках англомовного проєкту дисципліни ОП «Маркетинг» викладаються англійською мовою, в тому числі і для іноземних студентів.

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

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

Система оцінювання програмних результатів здобувачів на ОПП регламентується «Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю» (<https://cutt.ly/CChK7tF>), «Положенням про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра» (<https://cutt.ly/WChLrdz>).

У межах навчальних дисциплін ОПП «Маркетинг» передбачено поточні і підсумкові контрольні заходи.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і дає змогу перевірити якість і рівень підготовленості здобувачів з певних розділів навчальної програми. Можливими видами робіт на практичних заняттях є: розв'язування задач, аналіз практичних ситуацій, дискусійне обговорення проблемних питань із теми заняття, презентації, тести.

Підсумковий контроль передбачений для усіх навчальних дисциплін і проводиться у формі іспиту або диференційованого заліку по закінченні викладання курсу. Терміни проведення підсумкового контролю визначені в навчальному плані і графіку навчального процесу.

Атестація здійснюється у формі державного іспиту та публічного захисту кваліфікаційної роботи, що передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу і потребує застосування теоретичних положень і методів. Перевіряється на плагіат та розміщується у репозитарії університету.

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

Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів забезпечуються: регулярною роз'яснювальною роботою зі здобувачами під час занять, крім того, на початку курсу кожен викладач пояснює здобувачам зміст та форму контрольного заходу. У разі виникнення непорозумінь чи неточностей здобувач може звернутися за консультацією до викладача.

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання результатів навчання прописано у робочих програмах навчальних дисциплін. Викладач розміщує робочу програму та силабус у Google-classroom ОК на початку робочого семестру.

Також силабуси ОК знаходяться у вільному доступі на сайті кафедри (<http://surl.li/dhtgr>).

Критерії оцінювання знань здобувачів та перелік питань, які виносяться на залік, диференційований залік чи іспит, затверджується на засіданні кафедри та доводиться до відома здобувачів.

Періодично проводиться опитування студентів стосовно зрозумілості форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання (<http://surl.li/dinvs>).

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

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання доводяться до здобувачів вищої освіти на першому занятті ОК викладачами. Силабуси з дисциплін, в яких визначаються контрольні заходи (методи оцінювання), що дозволяють досягти конкретних результатів навчання з дисципліни, оприлюднюються на сайті кафедри (<http://surl.li/dhtgr>).

Силабус та робоча програма публікується викладачем у Google-Classrom у кожній ОК.

Для визначення зрозумілості критеріїв оцінювання навчальних досягнень для здобувачів вищої освіти проводиться їх інтерактивне опитування щодо даного питання. Зазначені пропозиції враховуються під час перегляду ОПП. За результатами опитування критерії оцінювання є зрозумілими (<http://surl.li/dilfi>).

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

Формою атестації здобувачів вищої освіти ОПП Маркетинг є державний іспит та захист кваліфікаційної роботи, що відповідає вимогам Стандарту вищої освіти України та регулюється «Положенням про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра» (<https://cutt.ly/SChZlrb>). Згідно п.5.1. «До атестації допускаються здобувачі вищої освіти, які успішно виконали у повному обсязі розроблений університетом, відповідно до вимог стандартів вищої освіти, навчальний план теоретичної та практичної підготовки фахівця певного освітньо-кваліфікаційного рівня або освітнього ступеня за даним напрямом».

Для підготовки до державного екзамену студентам створюються необхідні умови для самостійної роботи, науково-педагогічними працівниками випускової кафедри проводяться консультації за програмою іспиту. Тематика дипломних робіт розробляється випусковими кафедрами та затверджується вченою радою факультету.

Згідно «Положенням про виявлення та запобігання академічному плагіату в Національному авіаційному університеті» (<https://cutt.ly/lCh18xJ>) всі кваліфікаційні роботи здобувачів вищої освіти обов'язково проходять перевірку на плагіат за допомогою Unicheck. Кваліфікаційні роботи зберігаються у репозитарії університету.

Форма атестації здобувачів ВО повністю забезпечує загальні та спеціальні (фахові) компетентності за спеціальністю, визначеним Стандартом.

Яким документом ЗВО регулюється процедура проведення контрольних заходів? Яким чином

забезпечується його доступність для учасників освітнього процесу?

Процедура проведення контрольних заходів регулюється «Положенням про організацію освітнього процесу в Національному авіаційному університеті» (<https://cutt.ly/JChX13o>), «Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю» (<https://cutt.ly/fChCt7O>), «Положенням про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра» (<https://cutt.ly/KChCgzy>).

Усі нормативні документи представлені на офіційному сайті університету та знаходяться у вільному доступі для всіх учасників освітнього процесу. (<https://cutt.ly/FChCzGR>). Всі зазначені документи у вільному доступі розміщені на сайті Університету.

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

Об'єктивність екзаменаторів забезпечується наявністю чітких правил, процедур та критеріїв оцінювання, оприлюднених для всіх учасників освітнього процесу на початку вивчення ОК. Перед складанням іспитів, НПП проводять консультації згідно розкладу (<http://feba.nau.edu.ua/rozklad-zanyat-iem-nau>). Контрольні заходи здійснюються тільки у письмовому вигляді та із-за застосування тестування. Усі форми контролю проводяться з дотриманням принципів академічної доброчесності (<https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/akademichna-dobrochestnist/>). В НАУ діє кодекс честі науково-педагогічного працівника і здобувача, які обов'язкові для виконання (<https://cutt.ly/zChVW4s>). У здобувачів ОПП «Маркетинг» при проведенні контрольних заходів конфлікту інтересів не виникало. У разі виникнення конфліктів, здобувачі можуть звернутися до куратора групи, декана, ректора, Студентського самоврядування (<https://nau.edu.ua/ua/menu/studentu/sr-nau.html>), до відділу із з питань запобігання та виявлення корупції (<https://cutt.ly/wBl5uTo>), та надавати інформацію через Скриньку довіри (<https://nau.edu.ua/ua/menu/un%D1%96versitet/skrinka-doviri.html>).

Якість роботи НПП також оцінюється на основі опитування студентів <http://surl.li/dhexc> та <http://surl.li/dinvs>.

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

Повторне проходження контрольних заходів регламентується «Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю» (<https://cutt.ly/AChNDUub>), Здобувач вищої освіти, який отримав під час семестрового контролю підсумкову рейтингову оцінку менше ніж 60/задовільно/Е з навчальної дисципліни, вважається таким, що має академічну заборгованість, має право повторного проходження, ліквідація якої здійснюється в установленому порядку. Для повторного складання підсумкового контролю деканат оформлює здобувачу вищої освіти індивідуальну відомість семестрового контролю де вказує термін видачі та дії проходження контрольного заходу. Оцінка, виставлена комісією з ліквідації академічної заборгованості при повторному перескладанні, є остаточною і перегляду не підлягає.

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 «Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю» (<https://cutt.ly/YBl5hUm>). Здобувач, який вважає, що на екзамені викладач оцінив не об'єктивно, у результаті чого відбулося зниження оцінки, він має право звернутися з письмовою апеляцією до завідувача кафедри, не пізніше наступного дня після оголошення оцінки. Завідувач кафедри, екзаменатор або призначені завідувачем кафедри НПП зобов'язані протягом двох днів у присутності здобувача переглянути апеляцію з метою визначення об'єктивності оцінювання. За результатом апеляції оцінка роботи не може бути зменшена, а тільки залишена без зміни або збільшена. Випадків оскарження здобувачами ОПП «Маркетинг» процедури та результатів проведення контрольних заходів не було.

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

Політика, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності у НАУ викладені у таких документах:

1. «Положення про виявлення та запобігання академічному плагіату в Національному авіаційному університеті» (<https://cutt.ly/lCh18xJ>), розробленим відповідно до Закону України «Про вищу освіту», Закону України «Про освіту», Закону України «Про авторське право і суміжні права» та Статуту Університету, затверджене на засіданні Вченої ради.
2. «Порядок перевірки академічних та наукових текстів на плагіат» (<https://cutt.ly/rCh15zN>).
3. «Положення про порядок виявлення та встановлення фактів порушення академічної доброчесності здобувачами вищої освіти» (<https://cutt.ly/AChoivi>)
4. У національному авіаційному університеті складений договір про співпрацю з ТОВ «Антиплагіат», що надає вільний доступ до сервісу «Unichek».
5. Здобувачі та НПП підписують: декларацію про дотримання академічної доброчесності здобувача вищої освіти НАУ; декларацію про дотримання академічної доброчесності науково-педагогічного, наукового, педагогічного працівника НАУ, з формою якою можна ознайомитися на сайту університету (<https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/akademichna-dobrochestnist/>).

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

Національним авіаційним університетом підписаний договір про співпрацю з ТОВ «Антиплагіат», що дозволяє отримувати вільний доступ до сервісу Unicheck (<https://unicheck.com/>) та регулюється «Порядком перевірки академічних та наукових текстів на плагіат» (<https://cutt.ly/rCh15zN>), Положенням «Про виявлення та запобігання академічному плагіату» (https://nau.edu.ua/download/Quality%20Assurance_ukr/qadobrochestnist/28_05_2020/P_pro_plagiat_zkoregovane.pdf). З метою попередження порушень академічної доброчесності проводиться інформаційно-роз'яснювальна робота з питань наукової етики, запобігання плагіату у наукових роботах серед здобувачів під час лекційних та практичних занять, науковими керівниками, кураторами груп. Всі кваліфікаційні роботи в обов'язковому порядку перевіряються на плагіат.

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

В НАУ діє кодекс Кодекс честі науково-педагогічного працівника і студента який популяризує принципи академічної доброчесності і є обов'язковим до виконання (<https://cutt.ly/zChVW4s>). Здійснюється інформування, щодо академічної доброчесності кураторами під час кураторських годин та нагадування науково-педагогічними працівниками під час викладання занять. НППІ та здобувачі в обов'язковому порядку підписують декларації про дотримання академічної доброчесності.

Також, здійснюється опитування здобувачів, де також включені питання академічної доброчесності (<http://surl.li/dinvs>).

На сайті університету у вільному доступі розміщені нормативні документи з питань академічної доброчесності (<https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/akademichna-dobrochestnist/>).

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

Порушення академічної доброчесності регулюється «Положенням про порядок виявлення та встановлення фактів порушення академічної доброчесності здобувачами вищої освіти» (<https://cutt.ly/XCkbanl>), «Положенням про виявлення та запобігання академічному плагіату» (<https://cutt.ly/CCkmALX>) та змістом статті 42 ЗУ «Про освіту». У випадку порушення принципів академічної доброчесності особи притягуються до відповідальності згідно до законодавства та діючих положень та норм.

Здобувачі можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності:

- відмова у присудженні наукового ступеня;
- повторне проходження оцінювання знань чи відповідного освітнього компонента освітньої програми або зниження результатів оцінювання;
- відрахування здобувача з університету;
- позбавлення академічної стипендії або наданих університетом пільг з оплати навчання;
- призначення додаткових контрольних заходів.

За час дії ОПІІ за спеціальністю 075 «Маркетинг» не виявлено жодного факту порушень академічної доброчесності ні серед здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра, ні серед науково-педагогічних працівників університету.

6. Людські ресурси

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

Зведена інформація про НППІ, залучених до реалізації освітньої програми розміщена в ЄДЕБО та на сайті кафедри (<http://surl.li/diiru>). Забезпечення освітнього процесу під час конкурсного відбору відбувається на засадах: законності, прозорості, колегіальності, доброчесності, дотримання рівності прав, обґрунтованості у прийнятті рішень, об'єктивного та неупередженого ставлення до кандидатів. Керуючись нормами Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Статутом НАУ, Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності (<http://surl.li/ruki>) та у відповідності до Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НППІ <http://surl.li/gsfm>, відбувається відбір НППІ на основі переліку вимог до кандидатів: освіти, наукового ступеня, вченого звання, рівня професійної та наукової активності, досвіду науково-педагогічної діяльності, наявності стажування або підвищення кваліфікації.

Обов'язковою умовою проведення конкурсного відбору є оголошення щодо його проведення в засобах масової інформації та на сайті Університету. Організації проведення конкурсу передбачає створення Конкурсної комісії для перевірки відповідності поданих документів існуючим вимогам.

До викладання освітніх компонент ОП залучаються викладачі з найвищим рівнем професійної кваліфікації. Всі НППІ мають наукові ступені, з них доктори наук – 25%, кандидати наук – 75%. Викладачі, залучені до навчального процесу на ОП, мають високий рівень професійної та наукової активності та відповідність ліцензійним умовам (табл. 2 додатку).

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

ЗВО сприяє залученню до освітнього процесу роботодавців з метою поглиблення знань та практичних навичок

здобувачів, формування необхідних ФК. В НАУ функціонує Рада роботодавців <http://surl.li/dikuw>, на факультеті діє Рада роботодавців ФЕБА (<http://surl.li/dilbv>), яку очолює С. Заводовський, начальник відділу маркетингу ДП «Національний спортивний комплекс «Олімпійський». Роботодавці приймають участь у плануванні, обговоренні, рецензуванні, періодичному перегляді ОП. У грудні 2021 на відкритому засіданні кафедри маркетингу щодо реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів ВО голова С. Заводовський разом з К. Астаховим (радник директора ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль») та М. Зайченко (головний фахівець ПрАТ «ДТЕК Київські електромережі») долучилися до обговорення вибіркового компоненту ОП (<http://surl.li/dilfi>).

Протягом 2021-2022 н.р. було проведено серію гостьових лекцій та зустрічей з практиками: лекція С. Заводовського (начальник відділу маркетингу НСК «Олімпійський») «Спортивний маркетинг – професія майбутнього?» (<http://surl.li/dimfb>); зустріч з М. Лазебником (Генеральний директор Всеукраїнської рекламної коаліції) на тему «Тренди розвитку рекламного ринку» (<https://cutt.ly/iB1pxho>), серія онлайн-зустрічей студентів 2-го курсу з представницею компанії Google Н. Черіковською (<http://surl.li/dimer>), лекція В. Марценко (акредитований консультант ЄБРР) «Актуальні стратегії продажу – як допомогти своєму бізнесу» (<https://cutt.ly/UBIafeb>) та інші.

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

В рамках ОП «Маркетинг» до аудиторних занять залучаються професіонали-практики, експерти економічного спрямування. Зокрема навчальні дисципліни ОП «Маркетинг» викладають:

- Колбушкін Ю.П. – д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу (за сумісництвом), начальник департаменту НАК «Нафтогаз України» – ОК22 «Industrial enterprise marketing» (англомовний проект);
- Астахов К.В. – старший викладач кафедри маркетингу (за сумісництвом), радник генерального директора ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» – ОК38 «Маркетинг в авіації», ВК13 «Комерційна діяльність на авіаційному транспорті»;
- Слободяник А.М. – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу (за сумісництвом), головний спеціаліст департаменту Антимонопольного комітету України – ОК20 «Маркетингове ціноутворення»;
- Крапко О.М. – к.е.н., доцент кафедри маркетингу (за сумісництвом), заступник директора ТОВ «Трансальянс Груп» – ОК31 «Commodity Science», ВК2 «Event-marketing» (англомовний проект);
- Жамойда О.А. – д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу, до червня 2022р. Директор департаменту інвестиційної діяльності ТОВ «ІНКОСТІЛ ГРУП» – ОК27 «Хеджування маркетингових ризиків».

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

У відповідності до «Положення про підвищення кваліфікації (стажування) НПП НАУ» (<http://surl.li/gsjr>) відбувається забезпечення професійного розвитку НПП за рахунок різних видів підвищення кваліфікації: стажування, семінари, тренінги. У НАУ налагоджена співпраця у даному напрямі з Університетом менеджменту освіти НАПН України (підвищення кваліфікації доц. Шевченко А.В., 2018). ННІНО НАУ <https://ino.nau.edu.ua> надає можливість НПП підвищити кваліфікацію за тематиками тренінгових програм (доц. Шевченко А.В. 2019 р., доц. Михальченко І.Г. 2021 р.). НПП кафедри маркетингу підвищують кваліфікацію (проф. Смерічевський С.Ф.: «Senior experten service, GmbH» 2019 р.; проф. Князева Т.В.: «Академія цифрового розвитку» 2022 р.; проф. Полоус О.В.: Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації «Освітній процес в умовах воєнного стану в Україні» 2022 р.; доц. Борисенко О.С.: «Senior experten service, GmbH» 2019 р.; доц. Казанська О.А.: ГО «Центр освітніх ініціатив і інновацій» 2021 р.).

Університет сприяє професійному розвитку НПП шляхом укладання угод з іншими ЗВН в т.ч. зарубіжними, інформуючи про міжнародні проекти в сфері ВО (зокрема, Програми Європейського Союзу – ERASMUS+). НПП, які забезпечують ОП проходять стажування за кордоном, наприклад: гарант ОП Сібрук В.Л. – 2020 р. Хорватія; Князева Т.В. – 2018 р. Латвія, 2019 р. Болгарія; Смерічевський С.Ф. – 2021 р. Польща; Шевченко А.В. – 2019 р. Болгарія; Михальченко І.Г. – 2021 р., Болгарія; Слободяник А.М. – 2021 р., Польща

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Система заходів зі стимулювання підвищення фаховості та викладацької майстерності НПП НАУ передбачає матеріальні й моральні заохочення, що регламентується Статутом Університету, Колективним договором <https://cutt.ly/wRijahR>, Положенням про преміювання працівників НАУ (<https://cutt.ly/IRy53UP>), Положення «Про рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічного працівника та навчально-наукового структурного підрозділу національного авіаційного університету» (<https://cutt.ly/LRy6DVm>).

Зокрема, матеріальне стимулювання може здійснюватися за підготовку кадрів вищої кваліфікації (5000 грн за підготовку кандидата наук,), видання монографій і підручників (<https://nau.edu.ua/ua/menu/science/konkurs-ridruchnikiv/>), опублікування статей у періодичних виданнях (5 000 (п'ять тисяч) гривень за кожен публікацію (статтю) у фахових виданнях, що індексуються науково-метричними базами даних Web of Science або Scopus), впровадження інноваційних інформаційних комплексів.

Моральні заохочення застосовуються за вагоми успіхи у науково-педагогічній діяльності і передбачають нагородження такими видами: нагородження нагрудним знаком «За сумлінну працю», нагрудним знаком «Ветеран Національного авіаційного університету», нагородження відзнакою університету «Подяка ректора», а також за поданням адміністрації НАУ на відзначення регіональними та відомчими відзнаками.

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

НАУ має сучасну матеріально-технічну та соціальну інфраструктуру <https://cutt.ly/pCU3Kwr>. Звіт ректора <https://cutt.ly/5CUz3ev> та інформація про фінансування <https://cutt.ly/MCU8eJU> щорічно розміщуються на сайті університету <https://cutt.ly/aRvDvOM>. Здобувачі НАУ забезпечуються безоплатним доступом до відповідної інфраструктури, інформаційних ресурсів та мережі Інтернет, стартап-школи, воркшопів англійської мови, школи лідерства та громадянської свідомості, НАУ-хабом <https://cutt.ly/GCU8puL>.

Навчальними матеріалами здобувачі забезпечуються через науково-технічну бібліотеку <https://cutt.ly/VCU8xgN>. У фондах НТБ зібрано понад два мільйона примірників друкованих та електронних видань (в тому числі іноземними мовами). У головному корпусі НТБ створено простір неформальної освіти Clever Space.

Для всіх дисциплін ОП «Маркетинг» розроблено навчально-методичне забезпечення <https://cutt.ly/QCU86da>.

Здобувачі мають можливість користуватися, навчальною, науковою, виробничою, спортивною, культурно-освітньою, побутовою та оздоровчою базами НАУ (ідальні, медичний центр НАУ, центр культури та мистецтв, спорткомплекс, редакційно-видавничий відділ та ін.)

У структурі кафедр маркетингу функціонує навчально-наукова лабораторія «Інформаційних систем маркетингу». Підготовка здобувачів ОП ведеться з використанням сучасних інформаційних освітніх технологій та обладнання (спеціальні екрани, проектори, комп'ютери з необхідним програмним забезпеченням у спеціалізованих аудиторіях) <https://cutt.ly/PCZxYP5>.

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

Освітнє середовище НАУ забезпечує організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів та включає платформу Google Classroom, електронний репозиторій, електронну бібліотеку, сервіси корпоративної електронної пошти, хмарні сервіси Microsoft. Реалізації наукової діяльності здобувачів сприяє Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених НАУ (<http://usa.nau.edu.ua/>).

Індивідуальну освітню траєкторію здобувача в НАУ допомагає забезпечувати впровадження автоматизованої системи <https://cutt.ly/iCU4iEb>. Результати наукових досліджень здобувачі можуть публікувати у науковому фаховому виданні «Проблеми системного підходу в економіці» <http://www.psaе-jrnl.nau.in.ua/>

Виявлення і врахування потреб здобувачів НАУ забезпечує: відділ по роботі зі студентами <https://cutt.ly/WCU4mHw>, який діє на основі «Положення про відділ по роботі зі студентами» <https://cutt.ly/aCU4Ysa>, сектор психолого-педагогічної роботи <https://cutt.ly/RCU4FQh>. Здобувачі можуть звернутися по надання матеріальної допомоги, що регулюється «Порядком використання коштів, передбачених для надання матеріальної допомоги та заохочення осіб, які навчаються в НАУ» <https://cutt.ly/cCU4L6K>.

З метою з'ясування потреб та інтересів здобувачів в НАУ проводяться опитування <https://cutt.ly/rBUDJXs>, результати яких аналізуються на засіданнях кафедр, вченої ради факультету та ректорату. Результати анкетування здобувачів вищої освіти, проведеного у вересні 2022 р. <http://surl.li/dhex>.

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

Безпечність освітнього середовища для життя та здоров'я здобувачів регулюється Статутом НАУ <https://cutt.ly/QRvMmKb>. Здобувачам надаються науково-методичні, культурно-просвітницькі, інформаційні, консультаційні послуги. Для забезпечення безпеки життєдіяльності здобувачів кураторами груп проводяться інструктажі з питань БЖД: охорони здоров'я, пожежної, радіаційної безпеки, безпеки дорожнього руху, реагування на надзвичайні ситуації, безпеки побуту, правил поведінки напередодні канікул та свят.

Надання медичних послуг, проведення діагностичної медичної експертизи забезпечує Медичний центр НАУ <http://medcenter.nau.edu.ua/>. У відділі безпекової діяльності створена «Електронна скринька довіри» <https://cutt.ly/GRbCBFM>

Психологічний супровід та допомогу в адаптації здобувачів забезпечує сектор психолого-педагогічної роботи <https://cutt.ly/FRQVvux>. У рамках забезпечення безпеки життєдіяльності здобувачів проводяться інструктажі з питань БЖД. Запобігання захворювань на COVID-19, на період пандемії, згідно наказів ректора НАУ було впроваджено невідкладні заходи щодо організації дистанційного навчання на платформі GoogleClassroom.

Дистанційний режим навчання триває в умовах військового стану. Усі НПП кафедри ознайомлені з розташування захисних споруд та практично відпрацювали дії у разі оголошення сигналу «Повітряна тривога» <https://cutt.ly/jCU5IpK>.

Опишіть механізми освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти? Яким є рівень задоволеності здобувачів вищої освіти цією підтримкою відповідно до результатів опитувань?

Освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів НАУ організаційно забезпечує через систему: кафедра – факультет – університет. На загальноуніверситетському рівні створені всі передумови забезпечення належних умов навчання. Для абітурієнтів на сайті НАУ розміщено інформацію приймальної комісії <http://surl.li/digap> щодо набору на 1 курс (денної і заочної форм навчання) та на 1 скорочений, 2, 3 курс, алгоритм вступу до НАУ, порядок зарахування за кошти фізичних та/або юридичних осіб, інформацію щодо ОП підготовки здобувачів <http://surl.li/bedhl>.

Освітня підтримка під час навчання здобувачів забезпечується через розподіл функцій випусковою кафедрою, зокрема гарантом ОП, завідувачем кафедри, відповідальним за наукову роботу кафедри, кураторами груп, НПП. Інформаційна підтримка забезпечується через офіційні канали розповсюдження інформації – сайти університету, Факультету економіки та бізнес-адміністрування <http://feba.nau.edu.ua/>, корпоративну пошту, репозитарій <https://er.nau.edu.ua/>, он-лайн бібліотеку, через платформу GoogleClassroom та месенджери. Організаційна та консультативна підтримка здобувачів освіти реалізується у взаємодії зі структурними підрозділами факультету (деканат, студентська рада) та університету (навчально-методичний відділ, відділ по роботі зі студентами, організаційний відділ, відділ управління інноваційними проектами освіти, Інститут новітніх технологій та лідерства, консультативним центром тощо). Згідно статуту НАУ (п. 2.3.14) забезпечується створення умов для мобільності здобувачів у межах європейського освітнянського простору та міжнародних програмах академічної мобільності (<https://cutt.ly/8CU6fQP>).

Психологічну допомогу та консультування здобувачам надає сектор психолого-педагогічної роботи. Соціальна підтримка забезпечується участю здобувачів у професійній спільноті студентів НАУ, наданням гуртожитку, стипендіями, можливістю гармонійного поєднання навчання і роботи (<http://pposa.nau.edu.ua/>).

Скарг та нарікань від здобувачів ОП «Маркетинг» щодо освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки не надходило. Анонімне анкетування здобувачів (<https://cutt.ly/zBUFw7Z>, <https://cutt.ly/6BUFsmd>) свідчить, що освітня, організаційна, інформаційна, консультативна та соціальна їх підтримка в Університеті і на кафедрі знаходиться на належному рівні.

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 НАУ створено достатні умови щодо реалізації права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами на основі: «Концепції організації інклюзивного навчання в НАУ» <https://cutt.ly/kCZlv9L>, наказу Ректора «Про затвердження Положення про порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення» <https://cutt.ly/WCZlAf9>. Для організації безбар'єрного доступу до будівель та приміщень в НАУ затверджено план-графік виконання робіт <https://cutt.ly/OCZlBNZ>, видано Розпорядження «Про закріплення аудиторій для осіб з особливими освітніми потребами під час освітнього процесу» <https://cutt.ly/vCZl52L>. Дистанційне навчання надає можливість особам з особливими освітніми потребами вчитися у власному часовому темпі за індивідуальним планом. Здобувачі забезпечуються інформаційними матеріалами, їм надається консультативна допомога при вирішенні проблемних питань у рамках навчального плану. Відповідно до медико-соціальних показань, за наявності обмежень життєдіяльності, особи, з особливими освітніми потребами, мають право на спеціальний навчально-реабілітаційний супровід і вільний доступ до інфраструктури НАУ, у т.ч. безперешкодний доступ до навчально-методичного забезпечення, бібліотечних ресурсів, наукометричних баз даних, надання їм фахової консультативної підтримки, а також через належне технічне оснащення аудиторного фонду та гуртожитків. На ОП «Маркетинг» конкретних прикладів навчання здобувачів з особливими освітніми потребами не було.

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

Захист здобувачів вищої освіти під час освітнього процесу від будь-яких форм фізичного чи психічного насильства, приниження честі та гідності, дискримінації за будь-якою ознакою, пропаганди й агітації, що завдають шкоди здобувачам вищої освіти, а також дотримання в освітньому процесі та науковій діяльності академічної доброчесності, норм педагогічної етики, моралі, поваги до гідності усіх учасників академічної спільноти регулюються: Правилами внутрішнього розпорядку <https://cutt.ly/qRmmNjd>; Антикорупційною програмою НАУ <https://cutt.ly/mCIqFp1>; Положенням про запобігання та протидію булінгу, мобінгу, кібербулінгу, харасменту в НАУ <https://cutt.ly/aCIqZdM>. У цих документах передбачено процедури врегулювання конфліктних ситуацій, у тому числі, пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією.

На забезпечення демократичних взаємин між адміністрацією, викладачами та здобувачами ВО, упередження конфліктних ситуацій, а в разі їх виникнення – розв'язання на основі неупередженого, прозорого та докладного вивчення спрямований Кодекс честі науково-педагогічного працівника і студента НАУ <https://cutt.ly/5RmQDJX>. Згідно Ст. 14 Кодексу унормовується поведінка науково-педагогічних працівників: недопущення стосунків, не передбачених чинним законодавством України, Статутом, Правилами внутрішнього розпорядку та іншими нормативними актами університету; здійснення дій, пов'язаних з впливом на хід навчального процесу будь-яких особистих, майнових, фінансових та інших інтересів, некоректне, нешанобливе ставлення до здобувачів ВО, науково-педагогічних працівників, співробітників. Згідно Ст.15 Кодексу здобувачам забезпечується право протидіяти порушенням Кодексу, повідомляти про порушення адміністрацію університету.

Консультативно-правову допомогу здобувачам надають: відділ по роботі із студентами, сектор психолого-педагогічної роботи НАУ, комісія з профілактики правопорушень, профспілкова організація студентів і аспірантів, юридичний відділ університету. Питання, пов'язані з вирішенням конфліктних ситуацій регламентуються: Положенням про відділ з питань запобігання та виявлення корупції <https://cutt.ly/yCIq9ZT>; Положенням про комісію з профілактики правопорушень НАУ <https://cutt.ly/NCIwq6l>.

Випадків сексуальних домагань, дискримінації, корупції упродовж періоду навчання здобувачів ВО, які опановують ОП «Маркетинг», не виникало.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Послідовність дотримання процедур розробки, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП встановлюється у НАУ Положенням про освітні програми (<https://cutt.ly/zRQ1UIp>) у відповідності до Методичних рекомендацій до розроблення та оформлення освітньо-професійних програм (<https://cutt.ly/jRQ1SsA>). Забезпечення якості ОП також регулюється Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності (<https://cutt.ly/ERQ19ST>), Положення про Раду з якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (<https://cutt.ly/TBAWhsL>). Рада з якості освітньої діяльності та якості вищої освіти колегіально-дорадчим органом, який координує діяльність його підрозділів, спрямовану на забезпечення ефективного функціонування та удосконалення внутрішньої системи забезпечення якості освітньої діяльності та системи якості. Рада з якості розробляє поради та рекомендації щодо стратегій якості, політики, процедур, вирішення фундаментальних питань у створенні, запровадженні, функціонуванні та вдосконаленні Системи якості Університету. У рамках моніторингу та вдосконалення ОП під час її впровадження, щорічно здійснюється моніторинг виконання програми та її складових шляхом опитування студентів та НПП, на основі чого визначається доцільність внесення змін до ОП або їх компонентів (перегляд).

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

Перегляд ОП проводиться щорічно або двічі на рік з відповідним обґрунтуванням за результатами моніторингу. Також внесення змін здійснюється: за результатами вступної кампанії; за рішенням Ради з якості НАУ; після введення в дію нормативних документів ЗВО, які регламентують процеси пов'язані з проектуванням та реалізацією ОП (<https://cutt.ly/zRQ1UIp>). Перегляд ОП можуть ініціювати всі учасники реалізації ОП. До ОП вносяться зміни відповідно до рівня інституційної структури внутрішньої СМЯ НАУ, що регламентовано «Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності НАУ» та визначається «Порядком надання пропозицій щодо перегляду освітніх програм». Моніторинг ОП здійснюється на основі результатів анкетувань усіх учасників освітнього процесу.

Процес перегляду ОП відбувається щорічно на розширеному засіданні кафедри маркетингу за участю всіх зацікавлених сторін. Згідно наказу ректора Обз/од від 09.02.2022 р. «Про щорічний перегляд освітньо-професійних програм» в ОП В 2022 р. відбулись виключно технічні зміни. В редакції 2021 р., наприклад, за пропозицією радника генерального директора ДП «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» К. Астахова щодо доцільності врахування галузевої спрямованості ОП до обов'язкових ОК запропоновано та включено ОК17 «Основи маркетингу на транспорті» та ОК38 «Маркетинг в авіації», що дало змогу підсилити фахові компетентності (ФК 1, 3, 4, 6, 9, 13, 18, 19, 21). Крім того, пропозиції начальника відділу маркетингу ДП «НСК «Олімпійський» С. Заводовського, який підтримав здобувач ВО та вказав на необхідність розширення переліку вибіркових дисциплін, знайшли своє відображення при формуванні каталогу вибіркових дисциплін на поточний навчальний рік.

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

Здобувачі ВО беруть участь у моніторингу ОП та інших процедурах щодо забезпечення якості навчального процесу шляхом анкетування та моніторингу, що оприлюднюється на сайті кафедри маркетингу (<https://cutt.ly/oBAEpGq>). Результати моніторингу аналізуються завідувачем кафедрою і гарантом ОПП, обговорюються на засіданнях кафедри, що впливає на можливість зміни ОК або викладача відповідної дисципліни. Також відбуваються регулярні зустрічі керівництва Університету, факультету, гарантів ОПП зі здобувачами.

Здобувачі та органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду ОП, її обговорення на засіданнях кафедри та Вченої ради факультету та Вченої ради НАУ, Ради якості НАУ, Комісії, входять до складу робочої групи з розроблення ОП, обговорюють ОПП на засіданнях Студентської ради. Рада з якості НАУ здійснює розгляд пропозицій Студентської ради та Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених НАУ щодо вдосконалення реалізації освітніх програм та освітнього процесу в Університеті. Здобувачі також можуть взяти участь в публічному обговоренні ОПП на сайті НАУ.

Проводяться регулярні зустрічі з деканом, на які запрошуються здобувачі всіх рівнів ВО. Під час таких зустрічей вони можуть надавати рекомендації щодо вдосконалення ОП та інших процедур для забезпечення їх якості.

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

Студентське самоврядування відіграє вирішальну роль у забезпеченні функціонування внутрішніх систем забезпечення якості освітньої діяльності НАУ. До складу Вченої ради входять представники аспірантів та керівників органів студентського самоврядування (<https://cutt.ly/vBAKUEs>), що надає їм можливість впливати на забезпечення якості ОП та відстоювати власні інтереси. Членом робочої групи розробки ОП «Маркетинг» є здобувачка ВО Тюпишева В.Ю.

Участь студентського самоврядування у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОП затверджена у Статуті НАУ, що дозволяє виявити слабкі та підсилити сильні сторони функціонування ОП. Зокрема, участь у процедурі забезпечення якості ОП та інформує та мотивує здобувачів ВО до участі в опитуваннях та анкетуванні. Регулярно

проводиться оцінка рівня внутрішньої системи забезпечення якості шляхом визначення індикаторів, що враховують якість реалізації ОП, організації навчання, технологічності навчального процесу, ступінь прозорості процедур оцінювання, міру досягнення результатів навчання тощо.

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

Відповідно до «Положення про Раду роботодавців НАУ» (<https://cutt.ly/kRT7brP>), роботодавці здійснюють оцінку якості ОП та навчальних планів підготовки здобувачів ВО та надання пропозицій щодо їх удосконалення, надають пропозицій щодо відкриття нових ОП.

На основі комплексного співробітництва Університету із зацікавленими підприємствами, організаціями та установами, провідними роботодавцями, шляхом об'єднання інтелектуального потенціалу, наукових, матеріальних, фінансових, корпоративних та інших ресурсів партнерів відбувається процес вдосконалення ОП та інших процедур забезпечення її якості. Так, 16 листопада 2021 року було проведено перше засідання Ради роботодавців факультету економіки та бізнес-адміністрування (<https://cutt.ly/3BALpig>). Роботодавці залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та входять до складу робочої групи розробки та перегляду ОП. Пропозиції збираються шляхом отримання від останніх відгуків стейкхолдерів під час опитувань, а також під час засідань кафедри, конференцій, участі у Раді роботодавців НАУ та факультету, гостьових лекціях та інших спільних заходах.

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

Збір та розгляд інформації про професійні орієнтири та траєкторії працевлаштування випускників ОП здійснюється централізовано та структурними підрозділами (факультетами, кафедрами). Однією з практик є збір, аналіз та розгляд інформації про кар'єрні шляхи випускників, збирання досвіду випускників і баз даних, а також моніторинг їхніх професійних досягнень, особливо шляхом заповнення анкет випускників. На факультеті створено групу в месенджері «Випускники ФЕБА НАУ». На сайті НАУ, кафедри маркетингу, соціальних мережах, на стендах, висвітлюються успіхи випускників. Працевлаштуванню випускників сприяє проведення ярмарок вакансій, зустрічей з роботодавцями.

На кафедрі маркетингу призначено відповідального за збір та обробку анкет випускників, які аналізуються та дана інформація відображається в річному звіті кафедри.

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

За результатами анкетування здобувачі ВО під час реалізації ОП виявили бажання отримувати більше практичних навичок через викладання та зустрічі з експертами-практиками. Результати анкетування здобувачів щодо здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності обговорюються на засіданнях кафедри, засіданнях НМК, Ради якості, Вченій раді факультету, Вченій раді Університету та враховуються під час перегляду ОП. Тому, кафедрою організовуються регулярні гостьові лекції експертів-практиків.

В ході реалізації ОП виявлено необхідність приділяти більшої уваги вирішенню практичних проблем маркетингової діяльності підприємств авіаційної галузі (ФК21, ПРН25) через введення в ОК «Маркетинг в авіації», що відображає Місію та Стратегію розвитку НАУ, та включення до каталогу вибіркових компонентів ВК «Комерційна діяльність на авіаційному транспорті». Також здобувачами ВО та стейкхолдерами було запропоновано застосувати програмні результати, які стосуються володіння інноваційними методами збору, аналізу та прогнозування результатів діяльності підприємств споживчого та промислового ринків, у т.ч. в авіаційній галузі (ФК18, 20, 21, ПРН24-25), що характеризує специфіку ОП. Тому, за їх пропозицією, були введені в ОП ОК 14 «Фінансова діяльність суб'єктів господарювання», ОК17 «Основи маркетингу на транспорті», ОК38 «Маркетинг в авіації», удосконалено ОК23 «Маркетинг інновацій», до вибіркового каталогу включено ВК «Інновації в просуванні товарів та послуг», що дозволило здобувачам розумітися, обирати та використовувати інноваційні методи, інструментарій для обґрунтування маркетингових рішень.

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

В 2012 році була акредитована спеціальність 075 «Маркетинг» за рівнем бакалавр (<https://cutt.ly/wBAJFUc>). Акредитація ОП «Маркетинг» першого рівня ВО проводиться вперше. Зовнішнє забезпечення якості вищої освіти здійснюється відповідно до вимог Національної рамки кваліфікації України, закону «Про вищу освіту». Стандарту ВО України другого (магістерського) рівня, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг». Результати акредитації освітніх програм НАУ та кафедри маркетингу зокрема у попередні роки ретельно вивчені та враховані при удосконаленні системи забезпечення якості освіти та освітнього процесу.

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

Представники академічної спільноти залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП як: члени Вченої Ради, учасники Постійної комісії з питань організації освітнього процесу, члени ГО «Об'єднання маркетологів

України», у складі спеціально створених робочих груп та експертних комісій МОНУ тощо. Представники академічної спільноти беруть участь у розробці та перегляді методичних вимог до ОП, обговореннях і рекомендаціях щодо робочих програм, перегляді навчальних курсів, погодженні друку підручників та поширенні передового досвіду в навчальний процес на ОП. Академічна спільнота приймає у круглих столах, наукових конференціях, опитуваннях. НПП з метою підвищення компетенцій проходять наукові стажування в університетах країн ЄС та України, є співавторами монографій, наукових статей, підготовлених разом з науковими співробітниками з інших вітчизняних та зарубіжних ЗВО.

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

У НАУ відповідно до «Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти НАУ» (<https://cutt.ly/xBAA84j>) діє п'ятирівнева система розподілу відповідальності за здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти: 1. здобувачі ВО; 2. кафедри, гаранті ОП, робочі групи/комісії, відповідальний за освітній компонент; 3. структурні підрозділи, які здійснюють освітню діяльність, комісія з якості факультету, організація студентського самоврядування, галузеві консультативні комітети (ради роботодавців); 4. структурні підрозділи університету, що відповідають за ВСЗЯ (рада з якості, відділ моніторингу якості освіти, навчально-методичний відділ, навчальний відділ, відділ ліцензування та акредитації, відділ аналітики та управління інформацією) та структурні підрозділи університету, що залучені до реалізації ВСЗЯ (профільні проректори, відділ по роботі зі студентами, органи студентського самоврядування), що відповідають за розроблення та апробацію загальноуніверситетських рішень, документів, процедур, проєктів, моніторинг академічної політики структурних підрозділів і університету загалом); 5. наглядова рада, Вчена рада, ректор (прийняття загальноуніверситетських рішень щодо формування стратегії і політик забезпечення якості, затвердження нормативних актів, програм дій, заходів, затвердження і закриття ОП).

9. Прозорість і публічність

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

Правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу визначені рядом документів, які розміщені у відкритому доступі на офіційній сторінці університету (<https://nau.edu.ua/ua/menu/navchannya/kreditno-modulna-sistema/>): «Положення про організацію освітнього процесу в НАУ» (<https://cutt.ly/zV9wMPf>), «Статут НАУ» (<https://nau.edu.ua/site/variables/news/2018/2/Статут%202018.pdf>); «Положення про організацію та проведення практик здобувачів вищої освіти Національного авіаційного університету» (<https://cutt.ly/WV9w25H>), «Положення про формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти» (<https://cutt.ly/wChDnvX>), «Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти та/або інформальної освіти» (<https://cutt.ly/hB13mG3>), «Положення про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра» (<https://cutt.ly/hChDPIc>), «Положення про організацію самостійної роботи здобувачів вищої освіти» (<https://cutt.ly/oChDZpv>), «Положення про організацію та проведення поточного і семестрового контролю» (<https://cutt.ly/qChD9oN>), «Положення про індивідуальний навчальний план студента Національного авіаційного університету» (<https://cutt.ly/eChFqyf>), «Положення про порядок виявлення та встановлення фактів порушення академічної доброчесності здобувачами вищої освіти» (<https://cutt.ly/sV9wRDD>).

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

Проєкти нормативних документів (<https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/proekti/proekti-normativnih-dokumentiv.html>)
Проєкти ОПП (<https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/proekti/proekti-osvitno-profesijnih-program/>) .

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

Освітня програма оприлюднена на сайті кафедри університету у вільному доступі (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu/vybirkovi-dystsypliny-opp-marketynh-bakalavr>) .

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони:

- цілі та зміст ОП повністю відповідають Концепції освітньої діяльності НАУ та Стратегії розвитку НАУ на період до

2030 року;

- основна перевага ОП «Маркетинг» - її інноваційний характер та практична спрямованість на отримання здобувачами ВО ґрунтовних знань та навиків з ефективного управління маркетингом на підприємствах різних форм власності на сучасних динамічних, конкурентних ринках, включаючи авіаційний сектор;
- унікальність ОП «Маркетинг» полягає в охопленні широкого спектру загальнонаукових та спеціальних підходів до оволодіння здобувачами необхідних теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для вирішення задач з ефективного управління маркетингом підприємств різних галузей економіки, з спрямуванням особливої уваги до суб'єктів авіаційного сектору;
- мова навчання здобувачів ВО на ОП «Маркетинг» - українська та англійська;
- наявність налагодженої співпраці з потужною мережею роботодавців та стейкхолдерів, у т.ч. авіаційних підприємств. Усі етапи розробки та навчання за ОП «Маркетинг» здійснюються при безпосередній взаємодії зі стейкхолдерами, на регулярній основі проводяться відкриті лекції та зустрічі з фахівцями-практиками, роботодавці активно залучаються до проведення аудиторних занять та участі у конференціях, круглих столах, на яких обговорюються тренди розвитку маркетингу;
- досвід та практика академічної мобільності НПП та здобувачів ВО ОП «Маркетинг»;
- потужний академічний потенціал кафедри маркетингу, який забезпечується науковим, освітнім та практичним досвідом НПП, нарощується завдяки підвищенню професійної кваліфікації, міжнародному стажуванню та високого рівня наукової та професійної активності НПП, серед яких наявність публікацій в журналах, що індексуються у міжнародних наукометричних базах Scopus та Web Of Science;
- в ЗВО сформовані чіткі та зрозумілі політика, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності, внутрішня система забезпечення якості освіти, що сприяє постійному розвитку та вдосконалення ОП;
- забезпечення можливості апробації результатів наукових досліджень здобувачів вищої освіти у виданнях Університету;
- достатня матеріально-технічна база, що передбачає вільний доступ до інтернет-ресурсів, міжнародних БД, електронних бібліотек на безоплатній основі.

Слабкими сторонами ОП є

- відзначаючи потужні простори неформальної освіти для розвитку студентських потреб та проєктів, можна відмітити недостатнє використання можливостей щодо формування компетентностей, отриманих в межах неформальної освіти саме за ОП «Маркетинг» першого рівня вищої освіти;
- епізодично здійснюється залучення іноземних фахівців до участі у освітньому процесі (гостьові лекції) та науковій діяльності за ОП;
- потреба у розширенні можливостей для академічної мобільності, закордонного стажування, складання іспитів на знання іноземної мови здобувачами ВО.

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

- подальше удосконалення програми, розширення переліку дисциплін вільного вибору здобувачами за рахунок пропозиції нових дисциплін у відповідності до освітніх та наукових світових трендів, запитів стейкхолдерів;
- розширити запровадження сучасних цифрових технологій у освітній процес підготовки за ОП;
- залучення викладачів зарубіжних ЗВО до реалізації ОП в межах програм «Visiting professor»;
- оновлення відповідного методичного забезпечення дисциплін;
- ширше використання можливостей інтернаціоналізації в освітній та науковій діяльності, перш за все шляхом залучення викладачів та здобувачів ВО до програм академічної мобільності та міжнародних грантових проєктів, отримання сертифікатів з мовної підготовки (рівня B2).

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:

Дата: 21.10.2022 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Холістичний маркетинг	курсозна робота (проект)	<i>2.1.20_MR_KR_Xolist_marketing.pdf</i>	fpw4TFjrJiVDD9s/tUG2Tzxy6uUeuSdbedVoDsrIm7w=	Для представлення результатів дослідження: мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Холістичний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>2.1.20_RP_Xolist_marketing.pdf</i>	ySJqcNgFx3k/V5cgVgcZ/7xP97MiMmGBroh7qk5Jss4=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Хеджування маркетингових ризиків	навчальна дисципліна	<i>2.1.21_RP_Xedj_mrk_rizikiv.pdf</i>	IuLpM6/H6jecMeOR+ai/tePmF8HHIqZAcZdecjaNuUQ=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Основи електронного маркетингу	навчальна дисципліна	<i>2.1.22_RP_Osnovi_elektr_market.pdf</i>	agQWtwjHWbjpfJoTKWKE2HeJyD1hNohZ5Tmlxrw7o2o=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці /

				презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Інфраструктура товарного ринку	навчальна дисципліна	2.1.23_RP_Infrastr_tovarn_rinky.pdf	+RNifVEPBZO6qWd4YEX2sYZvUtjmQcHbXqlnIooXP5M=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / аблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Маркетингові дослідження	навчальна дисципліна	2.1.24_RP_Market_doslidj.pdf	OOAK4iIKq4R9D8Er9uqfe9wbYR7FCtH9V3oK9qcXZKQ=	Лабораторія «Інформаційних систем маркетингу» з відкритим доступом до мережі Інтернет. Комп'ютери (процесор Intel Coreі3-4170 3.7GHz) – 5 шт.: Intel ® Pentium ® CPU G2020@2.90GHz – 2 шт. Intel ® Pentium ® 4CPU 3.00 GHz –1 шт. Gennue Intel ® CPU G2160@1.80GHz – 1 шт. Мультимедійне обладнання (мультимедійний проектор LCD Epson EMP-X5– 1 шт. Екран – 1 шт. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Маркетингові дослідження	курслова робота (проект)	2.1.24_MR_KR_Market_doslidj.pdf	MVckhdGGeHXrsfeQhVDddmToGOFyZUNfurLZyilDx74=	Для представлення результатів дослідження: мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу.
Товарознавство	навчальна дисципліна	2.1.25_RP_Tovarozn_austvo.pdf	Y9QVKmcaBKCpiGhO8Teh2gR2mFjCFiqnPHxgLLgVYdI=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for

				<i>Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу</i>
Поведінка споживача	навчальна дисципліна	<i>2.1.26_RP_Povedinka_spojiv.pdf</i>	H9X+7BKnQU5eAIKFVUZXExyg+P6C//KGk4VBvOeXk4s=	<i>Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу</i>
Маркетингова товарна політика	навчальна дисципліна	<i>2.1.27_RP_Mark_to var_politica.pdf</i>	on5fQUXERQnJLR63PpuGLs/U2K1YoKXBkrt+D3AwwE=	<i>Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу</i>
Логістика та управління ланцюгами постачань	навчальна дисципліна	<i>2.1.19_RP_Logist_ta_upravl_lants_postach.pdf</i>	hyRdnlq+cf8CQT8REZ287hQMCL3C4od594en7Rf1rZc=	<i>Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу</i>
Маркетингова товарна політика	курсова робота (проект)	<i>2.1.27_MR_KR_Mark_tovar_politica.pdf</i>	1oG+WooimIOkNFduT6SbHVFwTAt1IkbTVXGpGMFхJSq8=	<i>Для представлення результатів дослідження: мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу</i>

Маркетингові комунікації	навчальна дисципліна	2.1.29_RP_Market_komunik.pdf	QPSEfakJZ3HCoddkNourKoJfaGSwFXYTE NUvX77eE4=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Маркетингові комунікації	курсова робота (проект)	2.1.29_MR_KR_Market_komunik.pdf	nxbHo8mTAYDbzmZs4VCwx9twFE9hCUIf/HN/gGIM98w=	Для представлення результатів дослідження: мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Маркетинг послуг	навчальна дисципліна	2.1.30_RP_Market_poslyg.pdf	AUZ+oWPawHhhVHVjvuhjleGBt6rToNMfGi/jza/Mwus=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Брендинг	навчальна дисципліна	2.1.31_RP_Brending.pdf	S1GoZNCwTUwKc2gnZnzKWkOm3eIy3T+qaciROo7r9Bw=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Маркетинг в авіації	навчальна дисципліна	2.1.32_RP_Market_v_aviatsii.pdf	IgxUGreipkoVquGUOm9DPi7f6GDg92CMPYBE2dIU54w=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією

				Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Соціально-відповідальний маркетинг	навчальна дисципліна	2.1.33_RP_Sotsial_vidpovid_market.pdf	IUdS/uUbIxxHTzTcXLe93r+KTdEm6U6Uxmmm4gjYrn6k=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Фаховий тренінг з маркетингу	практика	2.2.1.1_RP_Fax_trening_z_market.pdf	ILhZawiRr9W5aAh+LtWv1RpmDLZmzsVC GhTipEiM2uI=	Спеціального матеріально-технічного та / або інформаційного забезпечення не потребує. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації захист звіту відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education
Маркетингово-дослідницька практика	практика	2.2.2.1_RP_Market_Doslid_praktica.pdf	qQoQolZqctXI6j2piT IgJXkHPX+Knx72BxOa8F9ofyI=	Спеціального матеріально-технічного та / або інформаційного забезпечення не потребує. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації захист звіту відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education
Переддипломна практика	практика	2.2.2.2_RP_Pereddiplom_praktica.pdf	2zKngczKqqa8EvsPB E4qfo8kjYYbv+7eT6kSIPbvWQs=	Спеціального матеріально-технічного та / або інформаційного забезпечення не потребує. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації захист звіту відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education
Кваліфікаційна робота	підсумкова атестація	2.3.1_Metod_rek_d_o_vik_DR.pdf	1WytN3SCbtmg1Y/S DE4oaHmQnp28z9Pan3jDMEkz2CQ=	Для представлення результатів дослідження: мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education

Маркетинг територій	навчальна дисципліна	<i>2.1.28_RP_Market_teritory.pdf</i>	+h9Z+Col3MkbfRcd OYGjNN6kj8oa34eN PoSXiBSh4Lc=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Міжнародний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>2.1.18_RP_Mijn_marketing.pdf</i>	8fcxsxoy6HXnBShlS YCyKRyMbKXbVykK Ytq4fHUBQok=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Маркетинг інновацій	навчальна дисципліна	<i>2.1.17_RP_Market_innovat.pdf</i>	h7cXhdylMfe9wBa19 o7TOuj8hRSl4vNLW aIa1dgPKAw=	Передбачено (опційно) запрошення здобувачів на платформу Genesis для проходження курсу «Створення та розвиток IT-продуктів» у форматі онлайн-симулятора. Під час опанування курсу, для отримання сертифікату, здобувачі використовують: Google Play, App Store, інструменти SimilarWeb, Sensortower, AppMagic, Google Trends. Завдання за моделлю Lean Canvas за допомогою інструменту будь-якого – PowerPoint, Excel, Word, Google Slides, Google Sheets, Google Doc, Figma, Miro, North Start метрика. Використання інтерактивних дошок: Jamboard (віддаємо перевагу), Padlet, Explain Everything, Figma Jam. Онлайн зустрічі у Google Meet. Робота у підгрупах у просторі Spaces (чат-кімнати), цей функціонал доданий у корпоративних облікових записях здобувачів НАУ на платформі Google GSuite for Education
Маркетинг промислового підприємства	курсозна робота (проект)	<i>2.1.16_MR_KR_Market_prom_pidpr.pdf</i>	kD55D2zYw49bAWL tVoox24433NIpYhF7 uw5D3q9wkfl=	Для представлення результатів дослідження: мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного

				навчання <i>Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics)</i> та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Історія української державності та культури	навчальна дисципліна	1.1_RP_Istoriya_ukr_derj_ta_kyult.pdf	TLXEPbIW/KhZlpAG759lFqok06M1Kt778J9BQViXt7E=	Аудиторія практичного навчання, проектор, ноутбук, Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання <i>Suite GoogleClassroom</i> та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Господарське право	навчальна дисципліна	1.2_RP_Gospod_pra vo.pdf	y9YXEvjH/H5Ee7gz3OB3Ry6Iul4sgL54gxENmX9xLvA=	Аудиторія практичного навчання, проектор, ноутбук, Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання <i>Suite GoogleClassroom</i> та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Ділова українська мова	навчальна дисципліна	1.3_RP_Dilova_ukr_mova.pdf	51H/lSkGKoDZXN3hRTU1PeM99RFUV+/ltTomJxvq5Io=	Аудиторія практичного навчання, проектор, ноутбук, Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання <i>Suite GoogleClassroom</i> та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Фахова іноземна мова	навчальна дисципліна	1.4_RP_Faxova_in_mova.pdf	hAn5chKcGJV19l6KZqCJZ2doTfygxcuon1GollGLBE=	Аудиторія практичного навчання, проектор, ноутбук, Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання <i>Suite GoogleClassroom</i> та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Філософія	навчальна дисципліна	1.5_RP_Filosofiya.pdf	DJIsYAvfb8hDbAUMNu5SYUbNug5NB6yULkvz8lQBBDj8=	Аудиторія практичного навчання, проектор, ноутбук, Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання <i>Suite GoogleClassroom</i> та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Фізичне виховання та самовдосконалення	навчальна дисципліна	1.6_RP_Fiz_vixov_t a_samovdosk.pdf	dhCUVBvcfuUXvFq1y14ZS5h5y9FEiNbGSyGM78MjCGGg=	Спортивний корпус (зали, спортивні майданчики, інвентар відповідно до видів спорту). В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається

				на корпоративній платформі дистанційного навчання Suite GoogleClassroom та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Вища математика	навчальна дисципліна	2.1.1_RP_Visha_mat em.pdf	LfZa9vCyQV4vSckf/6RBEqtehYELRIi9D67vg4lQlZQ=	Аудиторія практичного навчання, проектор, ноутбук, Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Suite GoogleClassroom та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Теорія ймовірності і математична статистика	навчальна дисципліна	2.1.2_RP_Teoriya_i movir_i matem_ statistica.pdf	mQCBVpROiw+v8Y1N7kireN3nPnuak9NFc9/cLi9en/I=	Аудиторія практичного навчання, проектор, ноутбук, Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Suite GoogleClassroom та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Інформаційно-комунікаційні системи і технології	навчальна дисципліна	2.1.3_RP_Inform_ko myn_sist_i texnol.p df	oUDolWmPtfDfV2eAgYlI8yRdq8G9qIdGjyzMBV4THNQ=	Навчально-наукова лабораторія «Інформаційних систем маркетингу» з відкритим доступом до мережі Інтернет. Комп'ютери (процесор Intel Corei3-4170 3.7GHz) – 5 шт.: Intel® Pentium® CPU G2020@2.90GHz – 2 шт. Intel® Pentium® 4CPU 3.00 GHz – 1 шт. Genuine Intel® CPU G2160@1.80GHz – 1 шт. Мультимедійне обладнання (мультимедійний проектор LCD Epson EMP-X5) – 1 шт. Екран – 1 шт. Програмне забезпечення: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, Microsoft FrontPage. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Google GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми /документи таблиці /презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу.
Маркетинг: Вступ до спеціальності	навчальна дисципліна	2.1.4_RP_Marketing_vstup_do_spets.pdf	7EdAexVcFqcfjrjrpV6Amj0PW6+x9y7AO8gJUTfzQMl=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Google GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу

Соціально-ринкові комунікації	навчальна дисципліна	2.1.5_RP_Sots_rink_komyn.pdf	SCAR1FL787VoguB1zL9OJLiB4S+ZtjVVcOnAf+OoV1I=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Організаційна поведінка	навчальна дисципліна	2.1.6_RP_Organ_po vedinka.pdf	FcQPAP4DCA1b9ouD2sJQJ5AYIoX9uq+m7OsF3aoHLgA=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	навчальна дисципліна	2.1.7_RP_Ekon_gosp_dayaln_syb_rinr_vidnosin.pdf	iXCEzTgLn43NphSgNZmekwQBIRPMMogEuttTWjnXJ7w=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	навчальна дисципліна	2.1.8_RP_Finan_da yaln_cyb_gospodar.pdf	Ly5nC8cNAOyNLB1DATw2+tXHPxSNUaBVQVWQx94ovXfU=	Програма автоматизації бухгалтерського обліку «1С: Бухгалтерія», Програма звітності до державних органів та обміну електронними документами з контрагентами М.Е.Дос
Маркетинг	навчальна дисципліна	2.1.9_RP_Marketing.pdf	Lg4FQiEa3gu/N1Fhw2szH4jJdWtYdtQ+UQAGtSAIQCUCU=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Маркетинг	курсова робота	2.1.9_MR_KR_Mark	22YfVFLZyeb1vAWZ	Для представлення результатів

	(проект)	<i>eting.pdf</i>	JuXnFn0N5YBKzeP w8LnCIKc5bY=	дослідження: мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Облік і оподаткування	навчальна дисципліна	<i>2.1.10_RP_Oblik_i_o podatk.pdf</i>	dSyb+xcKKwWwDkk 1A3b8e8sqmX8H8W NoYbdfR/NLNRa=	Програма автоматизації бухгалтерського обліку «1С: Бухгалтерія», Програма звітності до державних органів та обміну електронними документами з контрагентами M.E.Doc
Основи маркетингу на транспорті	навчальна дисципліна	<i>2.1.11_RP_Osnovi_m ark_na_trans.pdf</i>	zrEq2CmA8gYxW3LI zZUnr9wJN5UXCxL oHFK8rQzFVIY=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Бізнес-планування та бюджетування	навчальна дисципліна	<i>2.1.12_RP_Biznec_pl an_ta_budjet.pdf</i>	DUIYJkz75clPOJkwu Pv44/RrSfTXBRnKu LP/y6Xo9hM=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Міжнародні ринки і світова торгівля	навчальна дисципліна	<i>2.1.13_RP_Mijn_rin ki_i_svit_torgivlya.p df</i>	gVu/6c8nUbDTc829 oFKYDchokGTxzu7u mbLvViYIN+k=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу

Маркетингове ціноутворення	навчальна дисципліна	2.1.14_RP_Market_t sinoytv.pdf	VIMPtYEMXVfUw5 WKCKTy34cSHwVgd HqNFfehJbL87I=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Маркетинг розподілу	навчальна дисципліна	2.1.15_RP_Market_r ozpod.pdf	xiObyq9Eslhoyt40Mr LyyM84cR7dmku2+ a9v+u1MuAY=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Маркетинг промислового підприємства	навчальна дисципліна	2.1.16_RP_Market prom_pidpr.pdf	IN2oqCJe4gBkLo2E3 bLYdpVEGiJWlCDz O2CAxEcIdAw=	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран настінний), доступ до мережі Інтернет. В період карантину та в умовах надзвичайної ситуації воєнного характеру, спричиненої збройною агресією Російської Федерації навчання відбувається на корпоративній платформі дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу

* наводяться відомості, як мінімум, щодо наявності відповідного матеріально-технічного забезпечення, його достатності для реалізації ОП; для обладнання/устаткування – також кількість, рік введення в експлуатацію, рік останнього ремонту; для програмного забезпечення – також кількість ліцензій та версія програмного забезпечення

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

ІД викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування
103914	Дячук Тетяна Миронівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій	Диплом кандидата наук ДК 020886, виданий 12.11.2003, Атестат доцента 12ДЦ 039856, виданий 23.09.2014	23	Ділова українська мова	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 23 роки наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.

Член науково-методично-редакційної ради факультету лінгвістики та соціальних комунікацій
Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:
п.п.1
1. Сенчило-Татліліоглу Н. О., Литвинська С. В., Дячук Т. М. Від малюнка до інтерактивності: дитяча книга на початку ХХІ століття. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / [редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, В. Льницький, І. Зимодря]. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 50. С. 208–214.
2. Дячук Т.М., Литвинська С.В., Сенчило-Татліліоглу Н.О. Структурні типи авіаційних термінів Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Вип. 36. 2021. 254 с. С.67-90
3. Дячук Т.М. Авторські новотвори як джерело збагачення літературної мови та професійної лексики// Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. Збірник наукових праць. Вип. 38. 2018. С.10-15.
4. Дячук Т.М., Бурлакова І.В. Проблема багатозначності в термінології (на прикладі соціально-економічної термінології)// Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. Збірник наукових праць. Вип.40. 2020. С.10-15.

5. Дячук Т.
Структурно-семантичні типи інновацій у мові сучасних ЗМІ// Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. Збірник наукових праць. 2020. Вип.41. С.12-17.

П.п.4
1.Литвинська С. В., Стецик Х. М., Дячук Т. М. Ділова українська мова : практикум. Київ : НАУ, 2022. 64 с.
2.Дячук Т.М., Сенчило-Татліліоглу Н.О., Добровольська Л.А. Ділова українська мова : Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів . К., 2021. 48с.

П.п.7
1. Член науково-методично-редакційної ради факультету лінгвістики та соціальних комунікацій
2. Член державної комісії МОН України з атестації осіб щодо вільного володіння українською мовою та щодо набуття громадянства України

П.п.8
Відповідальний виконавець НДТ № 64 -2021/12.01.01 «Українська мова та культура в соціокомунікативному вимірі (у технічних ЗВО): стан і перспективи»

П.п. 9
1. Член державної комісії МОН України з атестації осіб щодо вільного володіння українською мовою та набуття громадянства України

П.п.12
1. Дячук Т. М. Новітні мовознавчі напрями та їх назви в аспекті впорядкування. Філологічні науки в умовах сучасних трансформаційних процесів. 12-13 листоп. Львів. С. 74– 76.
2. Андрейшина А. В., Дячук Т. М. Сучасний стан української мови в діаспорі Канади. Актуальні проблеми науки, освіти та технології: проблеми, тенденції, напрями: Міжнародна науково-практична конференція. 02.11.2021. Полтава. С.

- 19–21.
3. Дячук Т. М., Гаркавенко В. А. До витоків становлення української наукової мови. The XX Scientific Conference International “Problem of science and ways to solve them”. May 24-27. 2022. Warsaw. С. 622–626.
4. Дячук Т. М., Гудим А. Ю. Внесок Івана Огієнка в українське мовознавство. ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки. Гуманітарні науки: тези доповідей XXI Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених: [у 2-х т.]. Т. 2 (м. Київ, 18-20 травня 2022 р.) / [ред. кол. : Н. В. Ладогубець, А. М. Кокарева та ін.]; Національний авіаційний університет. Київ : НАУ, 2022. С. 260–261.
5. Дячук Т. М., Ченчик В. І. Проблема оброблення природної мови машиною в аспекті еволюції. ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки. Гуманітарні науки: тези доповідей XXI Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених : [у 2-х т.]. Т. 2 (м. Київ, 18-20 травня 2022 р.) / [ред. кол. : Н. В. Ладогубець, А. М. Кокарева та ін.]; Національний авіаційний університет. Київ : НАУ, 2022. С. 263–265.
6. Дячук Т.М. Явище омонімії та його вивчення студентами-іноземцями// Світові виміри освітніх тенденцій: науково-методичні проблеми підготовки іноземних громадян: Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції. м. Київ, 23 квітня 2021. К. : НАУ, 2021. 135 с. С.82-84.
7. Дячук Т.М., Бичковська В.В. Сленгова лексика в словнику сучасного студента (на прикладі мовлення студентів НАУ)// Політ. Сучасні проблеми науки : зб.

						<p>наук. матеріалів XXI Міжнародної наук.-прак. Конф. м. Київ. К.: НАУ, 2021. 148 с. С.17.</p> <p>8. Дячук Т.М., Маришева І.С. Професіоналізми в мовленні комп'ютерників// Політ. Сучасні проблеми науки : зб. наук. матеріалів XXI Міжнародної наук.-прак. Конф. м. Київ. К.: НАУ, 2021. 148с. С. 82.</p> <p>9. Дячук Т.М., Міх А. Ю. Деякі нормативні тенденції в лексико-семантичній системі сучасної української літературної мови// Політ. Сучасні проблеми науки : зб. наук. матеріалів XXI Міжнародної наук.-прак. конф. м. Київ. К.: НАУ, 2021. 148 с. С.84.</p> <p>10. Дячук Т.М., Юрченко М.М. Роль метафори у формуванні української авіаційної термінології // Політ. Сучасні проблеми науки : зб. наук. матеріалів XXI Міжнародної наук.-прак. Конф. м. Київ. К.: НАУ, 2021. 148 с. С.135.</p> <p>П.п.14</p> <p>1. Керівництво роботою трьох студентських наукових гуртків - «Я на сторожі коло їх поставлю слово...» (Тарас Шевченко і сьогодні), «Українська мова в історичному вимірі: художньо-стильові парадигми», «Українська культура в контексті європейського мистецького дискурсу».</p>	
393522	Суворова Ірина Миколаївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет транспорту, менеджменту і логістики	Диплом спеціаліста, Кіровоградський інститут комерції, рік закінчення: 2001, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом кандидата наук ДК 002793, виданий 22.12.2011, Атестат доцента 12ДЦ 043033, виданий	5	Логістика та управління ланцюгами постачань	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 18 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п 11</p> <p>1. Наукове консультування на підприємстві ТОВ</p>

				30.06.2015			<p>«ГІС Флюїде Сервіс» П.п 12. 1. Суворова І. М., Демус А.О. Оцінка рівня конкурентоспроможн ості логістичного підприємства // Наука, освіта і суспільство: нові дослідження і перспективи: збірник тез доповідей міжнародної науково- практичної конференції (Полтава, 6 травня 2022 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2022. 71 с. С.27-30 2. Суворова І. М., Швець В.В. Підвищення конкурентоспроможн ості підприємства на основі внутрішніх резервів //Сучасні проблеми економіки: VIII практична конференція, 15 квітня 2017 р, Київ, НАУ [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://iem.nau.edu.ua/ news/i/2017/23102017/ 23102017conf.pdf 3. Суворова І. М., Король К.М. Методи підвищення конкурентоспроможн ості продукції // Перспективи розвитку національної економіки: II Міжнародна науково- практична конференція, 13-14 травня 2017 року, м. Запоріжжя, Східноукраїнський інститут економіки та управління С.57-60 П.п.19 Українська асоціація з розвитку менеджмент та бізнес –освіти. Свідоцтво № 1110</p>
167095	Фісун Юлія Володимирів на	Старший викладач (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес- адмініструванн я	Диплом спеціаліста, Національний авіаційний університет, рік закінчення: 2002, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 063178, виданий 30.11.2021	16	Холістичний маркетинг	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 16,9 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Ярмолюк О.Я. Концептуальні підходи до стійкого розвитку промислових підприємств на засадах холістичного</p>

маркетингу.
Інфраструктура
ринку. Електронне
науково-практичне
фахове видання. Вип.
№ 66. URL:
[http://www.market-
infr.od.ua/uk/66-2022](http://www.market-infr.od.ua/uk/66-2022)
2. Борисенко О.С.,
Фісун Ю.В. Маркетинг
відносин як сучасна
концепція
маркетингу.
Технології та дизайн.
Електронний фаховий
науково-практичний
журнал
«Інфраструктура
ринку», 2017. Вип.
7/2017. URL: [market-
infr.od.ua/uk/](http://www.market-infr.od.ua/uk/)
3. Ярмолук О.Я.,
Фісун Ю.В.,
Шаповалова А.А.
Соціальні мережі як
сучасний інструмент
просування.
Підприємство та
інновації. Науковий
журнал з питань
економіки та бізнесу.
Випуск 11, 2020.
Частина 2. С. 62-66.
DOI:
[https://doi.org/10.3732
0/2415-3583/11.28](https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.28)
4. Борисенко О.С.,
Фісун Ю.В., Ткаченко
А.Я. Інструменти
маркетингових
Інтернет-комунікацій
як складник
механізму управління
комунікаційним
середовищем
підприємства.
Електронне науково-
практичне фахове
видання
«Інфраструктура
ринку». 2020. № 50.
URL:
[http://www.market-
infr.od.ua/journals/202
0/50_2020_ukr/16.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/50_2020_ukr/16.pdf)
.
5. Фісун Ю.В., Арбора
І.В. Використання
маркетингових
інструментів у
роздрібній торгівлі
будівельними
товарами.
Підприємство та
інновації. Науковий
журнал з питань
економіки та бізнесу.
Випуск 11, 2020.
Частина 2. С. 51-56.
DOI:[https://doi.org/10.
37320/2415-3583/11.26](https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.26)
6. Фісун Ю.В.
Пріоритетні напрями
стратегічного
розвитку підприємств
туристичної
інфраструктури.
Актуальні проблеми
економіки. 2021. № 4.
С. 36–48. URL:

science.net/issue/№4-238-квітень-2021-р/
7. Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Чорна Д.О. Теоретико-методологічні аспекти організації та впровадження маркетингового менеджменту на підприємствах. Приазовський економічний вісник: електронне наукове видання. 2021. Вип. № 2(25). URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2021/2_25_ukr/

8. Ярмолюк О.Я., Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Теоретико-методологічні аспекти таргетованої реклами, як інструменту комплексного інтернет-маркетингу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2022. Вип. 46. URL: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej>

П.п.3

1. Борисенко О.С., Шевченко А.В., Фісун Ю.В., Крапко О.М. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. Київ: НАУ, 2022. 204 с.

П.п.4

1. Стратегічний маркетинг: методичні рекомендації до виконання курсової роботи / уклад.: Смерічевський С.Ф., Ю.П. Колбушкін, Г.А. Радченко, А.В. Шевченко, О.М. Рибак, Ю.В. Фісун. – К.: НАУ, 2016. – 66 с.

2. Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Шевченко А.В., Крапко О.М. Товарознавство. Практикум. К.: НАУ, 2022. 48 с.

3. Шевченко А.В., Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Крапко О.М. Маркетингова товарна політика. Практикум. К.: НАУ, 2022. 68 с.

П.п.5

1. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук відбувся 27.09.2021 на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 08.893.01 в Університеті митної справи та фінансів в м.

Дніпро; спеціальність 08.00.04 економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності»; тема дисертації: «Стратегія розвитку підприємств туристичної інфраструктури»

П.п.8

1. Відповідальний виконавець наукової-дослідної теми 0122U200385 «Теоретико-методологічне забезпечення формування впливу соціальних мереж на просування в комплексі електронного маркетингу», 2022-2023 рр.

П.п.10

1. Тренінг «Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері маркетингового менеджменту» відповідно до угоди №39-2019/UA-BP від 07.10.2019 р. між «Senior experten service, GmbH» (Німеччина) та Національним авіаційним університетом. З 21.10.2019 по 09.11.2019 р.;

П.п.12

1. Fisun Y., Yaremenko V. Problems and elements of holistic marketing in the activities of domestic enterprises. Abstracts I International scientific-practical conference «Economic and business administration development:scientific currencies and solutions», Kiev, NAU, October 22, 2020.

2. Фісун Ю.В., Вестова А.В. Маркетингова стратегія в управлінні розвитком підприємства за умови стратегічних змін // Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України: наук.-практ. Конф., 7 грудня 2017 р. частина II: тези доп. – К., 2017. – С. 94-98.

3. Раменська С.Є., Фісун Ю.В. Аспекти вибору стратегії розвитку авіаційної компанії. Журнал «Веснік Беларускага дзяржаўнага

університета». Минск, Беларусь, 2018. № 1 (126). С. 122-130.

4. Фісун Ю.В., Шворак А.С. Теоретичні підходи щодо створення програм лояльності. Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України: наук.-практ.конф., 8 грудня 2018 р.: тези доп. – К., 2018. – С. 109-111.

5. Фісун Ю.В. Маркетинг взаємовідносин як дієвий інструмент формування маркетингу територій. International Scientific-Practical Conference Global marketing: analysis and the challenges of our time: Conference Proceedings, May 16-17, 2019. Batumi, Georgia, 244 pages. – С. 67-70. ISBN 978-99-41956-51-5.

6. Фісун Ю.В., Марчук В.В. Особливості застосування сучасних маркетингових інструментів в українському ритейлі // Глобальний маркетинг: Аналіз і виклики сучасності: III Міжнародна науково-практична конференція, 27 травня 2021 р.: тези доп. – К.: НАУ, 2021. – С. 122-125

7. Фісун Ю.В., Швець Я.В. Digital-маркетинг як сучасний інструмент просування. Глобальний маркетинг: Аналіз і виклики сучасності: III Міжнародна науково-практична конференція, 27 травня 2021 р.: тези доп. – К.: НАУ, 2021. – С. 60-62.

8. Фісун Ю.В. Стратегічний розвиток підприємств туристичної інфраструктури // Маркетингова освіта в Україні: Збірник матеріалів V Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 7-8 жовтня 2021р. – К.: КНЕУ, 2021. – С. 321-325.

9. 12. Fisun Y., Yaremenko V. Specific impacts of the external environment for the development of enterprises in the

						<p>tourist industry. Majesty of marketing. XVII міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. м. Дніпро 09.12.2021р. URL: https://mk.nmu.org.ua/ua</p>	
422807	Жамойда Олексій Анатолійович	Професор (0,75 ставки), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом магістра, Донецький державний технічний університет, рік закінчення: 2001, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом доктора наук ДД 008565, виданий 01.07.2010, Диплом кандидата наук ДК 026127, виданий 10.11.2004, Атестат доцента 12ДЦ 026483, виданий 20.01.2011</p>	3	Хеджування маркетингових ризиків	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 10,5 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.1 Жамойда О.А. Сучасні інструменти хеджування маркетингових ризиків підприємства для забезпечення його конкурентоспроможності. Проблеми системного підходу в економіці. Вип. № 1, 2022 (прийнято до друку) (фахове видання кат. Б) п.п. 12 Жамойда О.А. Система подання пропозицій як інструмент збереження конкурентоспроможності авіаційного підприємства. Безпека в авіації та космічні технології: X Всесвітній конгрес «Авіація у XXI столітті», 28-30 вересня 2022 р.: тези доп. Київ, НАУ, 2022. Режим доступу: https://conference.nau.edu.ua/index.php/Congress/Congress2022/scheduledConf/presentations п.п.20 Досвід практичної роботи за спеціальністю складає 21 рік (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 09.2019 - 06.2022: Директор департаменту інвестиційної діяльності ТОВ «ІНКОСТІЛ ГРУПІ» (м. Київ); 02.2006 - 07.2019: Директор дирекції з операційного управління активами ПрАТ «Донецьксталь»</p>

							<p>- металургійний завод» / представник акціонера, член правління компанії «T Machinery a.s.» (Чехія); 07.2003 - 02.2006 Директор ТОВ «Деревообробний комплекс «Проммоноліт» (м.Краматорськ); 02.2003 - 07.2003 Заступник начальника фінансового управління Промислово-інвестиційної корпорації "Укрпідшипник" (м.Донецьк); 08.2001 - 02.2003 Експерт з фінансових питань Промислово-інвестиційної корпорації "Укрпідшипник" (м.Донецьк).</p>
155260	Борисенко Олена Сергіївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом кандидата наук ДК 058878, виданий 14.04.2010, Атестат доцента 12/ДЦ 029358, виданий 23.12.2011	19	Основи електронного маркетингу	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 20 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам Гарант освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» Член науково-методично-редакційної ради НАУ: голова секції «Економіка та управління».</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Ярмолюк О.Я., Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Теоретико-методологічні аспекти таргетованої реклами, як інструменту комплексного інтернет-маркетингу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Херсон.: ХДУ, 2022. Вип. 46. Режим доступу до видання: http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej (фахове видання кат.</p>

Б)
2. Shevchenko A., Borysenko O. Marketing Approach to the Formation of Management System for Enterprise Strategic Development in the Context of Globalisation JILC (Journal of International Legal Communication). 2021. 1(1), 272 p. P. 186-196. URL: <https://jilc.e-science.space/wp-content/v1/JILC17.pdf> (журнал зареєстрований в країні (Республіка Польща), що входить до ЄСР)

3. Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Ткаченко А.Я. Інструменти маркетингових інтернет-комунікацій як складові механізму управління комунікаційним середовищем підприємства. Інфраструктура ринку: електронне науково-практичне фахове видання. О.: ПНДІЕІ, 2020. Вип. № 50. URL: <https://doi.org/10.32843/infract50-14> (фахове видання кат. Б)

4. Борисенко О.С., Табачук Н.О. Теоретичні основи та еволюція розвитку комплексу маркетинг. Електронне наукове фахове видання «Східна Європа: економіка, бізнес та управління». Д.: ПДАБА, 2018. № 3 (14). URL: www.easterneurope-bm.in.ua (фахове видання кат. Б)

5. Борисенко, О.С., Тарабан М.В. Роль маркетингу в управлінні інноваційною діяльністю підприємств в умовах глобалізації економіки. Електронне фахове видання «Інфраструктура ринку». О.: ПНДІЕІ, 2017. № 14. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/14-2017> (фахове видання кат. Б)

П.п. 3
1. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В.

Фісун, О. М. Крапко.
К.: НАУ, 2022. 204 с.
2. Борисенко О.С.,
Шевченко А.В. Новий
вектор розвитку
концепції маркетингу:
Сучасні тренди та
інструменти.
Сучасний маркетинг:
тренди, інновації,
інструменти:
монографія / за заг.
ред. Є. В. Ромата та С.
Ф. Смерічевського.
Київ.: Студцентр,
2021. 308 с. С.6-17
3. Промисловий
маркетинг: навч.
посібник / В.М.
Загорулько, А.В.
Шевченко, О.С.
Борисенко. К.: НАУ,
2015. 356 с. Гриф.
МОНМС (лист № 1/11
– 477 від 16.01.2012)
П.п.4
1. Маркетингова
товарна політика:
практикум / уклад.:
А.В. Шевченко, О.С.
Борисенко, Ю.В.
Фісун, О.М. Крапко.
К.: НАУ, 2022. 68 с.
2. Товарознавство:
практикум / уклад.:
Ю. В. Фісун, О. С.
Борисенко, А. В.
Шевченко, О. М.
Крапко. К.: НАУ,
2022. 48 с.
П.п.8
1. Відповідальний
виконавець науково-
дослідної теми № 11-
2022/11.01.03
(державний
реєстраційний номер:
0122U200385)
«Теоретико-
методологічне
забезпечення
формування впливу
соціальних мереж на
просування в
комплексі
електронного
маркетингу».
П.п. 10
1. Науково-
педагогічне
стажування: квітень
2018р. Mieszko I
School of Education
and Administration.
Тема: «Innovation in
international
marketing».
Сертифікат WSPiA-
WK/2612/2018/1
2. Участь у
міжнародному
тренінгу 21.10.2019-
09.11.2019 в рамках
угоди № 39-2019/UA-
BP від 07.10.2019 між
«Senior experten
service, GmbH»
(Німеччина) та
Національний
авіаційний
університетом. Тема:

Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері маркетингового менеджменту».
П.п.12

1. Borysenko O.S. Digital technologies in marketing activity // Business intelligence: models, methods and techniques: International scientific-practical internet conference, March 3-5, 2021. K: NAU, 2021. P. 127-128.
2. Борисенко О.С., Лазебник М.Р. Інформаційні системи маркетингу в управлінні діяльністю підприємства. Економіка та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: Міжн. науково-практ. конференція, 21 жовтня 2021 р.: тези доп. К.: НАУ, 2021. С. 251-253
- 3 Борисенко О.С., Ткачук М.В. Сучасні тенденції в цифровому маркетингу // Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності: III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 27 травня 2021р.: тези доп. К.: НАУ, 2021. С. 47-48.
4. Borysenko O.S. Digital marketing as a tool to improve the efficiency of enterprise communication policy // Proceedings of the International Scientific and Practical Internet Conference "Business Intelligence: Models, Methods And Techniques", March 4 - 6, 2020. K.: NAU, 2020. P. 172-175.
5. Борисенко О.С. Інтернет-бренд на електронному ринку // Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності. II Міжнародна науково-практична конференція, 22 травня 2020 р.: тези доп. К.: НАУ, 2020. С. 16-19.
6. Борисенко О.С., Батовкіна Н.І. Роль та значення маркетингових інтернет-комунікацій в діяльності підприємств // Перспективи і

						<p>виклики глобального маркетингу: Міжнародна науково-практична конференція, 24 жовтня 2018 р. К.: НАУ. С.16-19. URL: http://feba.nau.edu.ua/component/k2/24-10-2018-kafedra-marketynhu-provela-mizhnarodnu-naukovo-praktychnu-konferentsiiu-perspektyvy-i-vyklyky-hlobalnoho-marketynhu</p>	
374550	Салькова Ірина Юрївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом спеціаліста, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 006165, виданий 17.05.2012, Атестат доцента 12ДЦ 040415, виданий 22.12.2014</p>	15	Інфраструктура товарного ринку	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 15 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Член вченої ради Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ Член реакційної колегії фахового збірника наукових праць (Економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці». Фахова реєстрація (Категорія «Б») Член реакційної колегії науковго журналу «Journal of Innovations and Sustainability» (Пловдів, Республіка Болгарія) https://is-journal.com/is/Salkova Член реакційної колегії збірника «Вісник післядипломної освіти»: збірник наукових праць, серія «Соціальні та поведінкові науки» (Категорія «Б»)</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1</p> <p>1. Salkova I. Кон'юнктура ринку м'яса птиці в Україні. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2017. № 3(4). С.124-134.</p> <p>2. Прямухіна Н.В., Салькова І.Ю. Особливості формування міжрегіонального економічного простору в Україні: можливості та</p>

перешкоди.
Економіка. Фінанси.
Менеджмент:
актуальні питання
науки і практики.
2018. №11. С. 7–16
3. Прямухіна Н.В.,
Салькова І.Ю. Стан
ринку яєць в Україні
та перешкоди його
ефективного
розвитку. Економіка.
Фінанси.
Менеджмент:
актуальні питання
науки і практики.
2019. № 4. С. 19-25.
4. Сахно А.А.,
Салькова І.Ю., Гриб
О.О. Особливості
функціонування
промислового яєчного
птахівництва в
Україні. Регіональна
бізнес-економіка та
управління. 2018. №3
(59). С. 11-19.
5. Салькова І.Ю.,
Фуштей Л.Л. (2018)
Теоретичні основи та
можливості розвитку
м'ясопродуктового
підкомплексу
України. Глобальні та
національні проблеми
економіки. 2018 № 22.
С. 226-230.
6. Sakhno A., Salkova
I., Polishchuk N.,
Kucher L. Stashko I.
Efficiency of managing
liabilities of enterprises
of different types of
economic activities.
European Journal of
Sustainable
Development. 2020.
No.9 (1), Pp. 423-423
DOI:10.14207/ejsd.202
0.v9n1p423 (Web of
Science&Scopus)
7. Sakhno A.,
Hryvkivska O., Salkova
I., Kucher L. Evaluation
of the Efficiency of
Enterprises by the
Method of Analysis of
Functioning
Environment. Journal
of Environmental
Management and
Tourism. 2019. Vol. X.
No. 3 (35). Pp. 499–
507. DOI:
[https://doi.org/10.14505/jemt.v10.3\(35\).04](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.3(35).04)
(Scopus)
8. Сахно А.А.,
Салькова І.Ю.
Дослідження сталого
розвитку
м'ясопродуктового
підкомплексу та ринку
м'яса в Україні. Вісник
Хмельницького
національного
університету.2021.№
6. С. 199-203.
П.п.3
1. Слободяник АМ.,
Могилевська О.Ю.,

Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.

2. Сахно А.А., Салькова І.Ю. Мотивація економічної діяльності підприємств сільськогосподарського машинобудування: монографія. Вінниця: ТОВ «Твори», 2020. 308 с.

3. Aleskerova Yu., Salkova I., Fedoryshyna L., Todosiichuk V. Insurance management: a textbook. Vinnytsia: VNAU, 2020. 295p.

4. Salkova I. Factors and principles of effective activity of tour operators and agents on the tourist services market/ Trends and prospects for the world economy and international economic relations: Collective monograph. – 2020, Pp. 35-46.

П.п.7
Офіційний опонент здобувачів на присудження ступеня: - доктора філософії : Охота Ю.В. (2021). - кандидата економічних наук: Мосієнко О.В. (2021), Абдуллаєва А.Є. (2018), Попов М.О. (2015), Слободяник А. М. (2014).

П.п.8
1. Член реакційної колегії науковго журналу «Journal of Innovations and Sustainability» (Пловдів, Республіка Болгарія) <https://is-journal.com/is/Salkova>

2. Член реакційної колегії фахового збірника наукових праць (Економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)

3. Член реакційної колегії збірника «Вісник післядипломної освіти»: збірник наукових праць, серія «Соціальні та поведінкові науки» (Категорія «Б»)

П.п. 9
1. Експерт Національного агентства із забезпечення якості

вищої освіти з 2021 р.
П.п.10
1. Член реакційної
колегії науковго
журналу «Journal of
Innovations and
Sustainability»
(Пловдів, Республіки
Болгарія) [https://is-
journal.com/is/Salkova](https://is-journal.com/is/Salkova)
2. З 13 по 20 травня
2021 р. пройшла
підвищення
кваліфікації в
Державному
університеті
інфраструктури та
технологій в рамках
проекту Erasmus+
«Інжиніринг криз та
ризиків у сфері
транспортних послуг»
(сертифікат № 0093).
3. 20.05-03.06.22 р.
учасник серії круглих
столів на тему
“Відновлення
ланцюгів постачання
галузі харчової
промисловості в
умовах воєнного та
післявоєнного стану в
Україні”
TradeMasterGroup, за
підтримки Програми
USAID з аграрного і
сільського розвитку
(АГРО).
П.п. 12
9. Салькова І. Ю.,
Довгань Ю. В.
Маркетингове
дослідження
глобального попиту на
продукцію
підприємств олійно-
жирового
підкомплексу.
Міжнародний
науковий журнал
"Інтернаука". 2018. №
10(3). С. 27-30.
10. Salkova I. Current
trends of realization of
export potential of
agricultural sector of
Ukraine. Conference
Proceedings of the 7 th
International Scientific
Conference Problems
and Prospects of
Territories' Socio-
Economic Development
(April 4-7, 2018, Opole,
Poland) / The Academy
of Management and
Administration in
Opole. - Opole, 2018. -
P. 59-60.
11. Sakhno A., Salkova I.
Broyaka A.,
Priamukhina N.
A Methodology for the
Impact Assessment of
the Digital Economy on
Agriculture
Development.
International Journal of
Recent Technology and
Engineering (IJRTE).
2019. Vol. 8. Pp. 160-

						<p>163. 12. Sakhno, A. A., Polishchuk, N. V., Salkova, I. Y., Kucher, L. Y., & Kudyрко, O. M. (2020). Mortgage lending system of agricultural enterprises of Ukraine. Revista Espacios, 2020. Vol. 41 (Issue 15). Page 7</p> <p>13. Янчук Т.В., Салькова І.Ю., Буга Н.Ю. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства засобами сучасних інформаційних технологій. Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development Collective monograph.. –Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. – 716 р.</p> <p>П.п. 19 Член польського економічного товариства</p>	
374550	Салькова Ірина Юрївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом спеціаліста, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 006165, виданий 17.05.2012, Атестат доцента 12/ДЦ 040415, виданий 22.12.2014</p>	15	Маркетингові дослідження	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 15 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Член вченої ради Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ</p> <p>Член реакційної колегії фахового збірника наукових праць (Економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)</p> <p>Член реакційної колегії наукового журналу «Journal of Innovations and Sustainability» (Пловдів, Республіка Болгарія) https://is-journal.com/is/Salkova</p> <p>Член реакційної колегії збірника «Вісник післядипломної освіти»: збірник наукових праць, серія «Соціальні та поведінкові науки» (Категорія «Б»)</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Salkova I.</p>

Кон'юнктура ринку м'яса птиці в Україні. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2017. № 3(4). С.124-134.

2. Прямухіна Н.В., Салькова І.Ю. Стан ринку яєць в Україні та перешкоди його ефективного розвитку. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. № 4. С. 19-25.

3. Сахно А.А., Салькова І.Ю., Гриб О.О. Особливості функціонування промислового яєчного птахівництва в Україні. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2018. №3 (59). С. 11-19.

4. Салькова І.Ю., Фуштей Л.Л. Теоретичні основи та можливості розвитку м'ясопродуктового підкомплексу України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018 № 22. С. 226-230.

5. Sakhno A., Salkova I., Polishchuk N., Kucher L. Stashko I. Efficiency of managing liabilities of enterprises of different types of economic activities. European Journal of Sustainable Development. 2020. No.9 (1), Pp. 423-423 DOI:10.14207/ejsd.2020.v9n1p423 (Web of Science&Scopus)

6. Sakhno A., Hryvkivska O., Salkova I., Kucher L. Evaluation of the Efficiency of Enterprises by the Method of Analysis of Functioning Environment. Journal of Environmental Management and Tourism. 2019. Vol. X. No. 3 (35). Pp. 499–507. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.3\(35\).04](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.3(35).04) (Scopus)

7. Saienko, V., Mezentseva, I., Tolchieva, H., Salkova, I. (2020). Efficiency of tourism operators' and tourism agents' activities in the market of tourist services of Ukraine. Journal of Environmental Management and Tourism, Volume XI, Issue 8(48): 1960-1966.

DOI:
[https://doi.org/10.14505/jemt.v11.8\(48\).00](https://doi.org/10.14505/jemt.v11.8(48).00)
(Scopus)

8. Сахно А.А., Салькова І.Ю. Дослідження сталого розвитку м'ясопродуктового підкомплексу та ринку м'яса в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. 2021. № 6. С. 199-203.

П.п.3

1. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.

2. Salkova I. Factors and principles of effective activity of tour operators and agents on the tourist services market/ Trends and prospects for the world economy and international economic relations: Collective monograph. – 2020, Pp. 35-46.

П.п.7

Офіційний опонент здобувачів на присудження ступеня: - доктора філософії : Охота Ю.В. (2021). - кандидата економічних наук: Мосієнко О.В. (2021), Абдуллаєва А.Є. (2018), Попов М.О. (2015), Слободяник А. М. (2014).

П.п.8

1. Член реакційної колегії науковго журналу «Journal of Innovations and Sustainability» (Пловдів, Республіка Болгарія) <https://is-journal.com/is/Salkova>

2. Член реакційної колегії фахового збірника наукових праць (Економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)

3. Член реакційної колегії збірника «Вісник післядипломної освіти»: збірник наукових праць, серія «Соціальні та поведінкові науки» (Категорія «Б»)

П.п. 9

1. Експерт Національного агентства із забезпечення якості

вищої освіти з 2021 р.
П.п.10
1. Член реакційної
колегії науковго
журналу «Journal of
Innovations and
Sustainability»
(Пловдів, Республіки
Болгарія) [https://is-
journal.com/is/Salkova](https://is-journal.com/is/Salkova)
2. З 13 по 20 травня
2021 р. пройшла
підвищення
кваліфікації в
Державному
університеті
інфраструктури та
технологій в рамках
проекту Erasmus+
«Інжиніринг криз та
ризиків у сфері
транспортних послуг»
(сертифікат № 0093).
3. 20.05-03.06.22 р.
учасник серії круглих
столів на тему
“Відновлення
ланцюгів постачання
галузі харчової
промисловості в
умовах воєнного та
післявоєнного стану в
Україні”
TradeMasterGroup, за
підтримки Програми
USAID з аграрного і
сільського розвитку
(АГРО).
П.п. 12
1. Салькова І. Ю.,
Довгань Ю. В.
Маркетингове
дослідження
глобального попиту на
продукцію
підприємств олійно-
жирового
підкомплексу.
Міжнародний
науковий журнал
"Інтернаука". 2018. №
10(3). С. 27-30.
2. Salkova I. Current
trends of realization of
export potential of
agricultural sector of
Ukraine. Conference
Proceedings of the 7 th
International Scientific
Conference Problems
and Prospects of
Territories' Socio-
Economic Development
(April 4-7, 2018, Opole,
Poland) / The Academy
of Management and
Administration in
Opole. - Opole, 2018. -
P. 59-60.
3. Sakhno A., Salkova I.
Broyaka A.,
Priamukhina N.
A Methodology for the
Impact Assessment of
the Digital Economy on
Agriculture
Development.
International Journal of
Recent Technology and
Engineering (IJRTE).
2019. Vol. 8. Pp. 160-

						<p>163.</p> <p>4. Sakhno, A. A., Polishchuk, N. V., Salkova, I. Y., Kucher, L. Y., & Kudyrko, O. M. (2020). Mortgage lending system of agricultural enterprises of Ukraine. Revista Espacios, 2020. Vol. 41 (Issue 15). Page 7</p> <p>5. Янчук Т.В., Салькова І.Ю., Буга Н.Ю. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства засобами сучасних інформаційних технологій. Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development Collective monograph.. –Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. – 716 р.</p> <p>П.п. 19 Член польського економічного товариства</p>	
377643	Григоренко Інна Василівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом спеціаліста, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050301 Товарознавство та комерційна діяльність, Диплом магістра, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, рік закінчення: 2006, спеціальність: 050301 Товарознавство та комерційна діяльність, Диплом кандидата наук ДК 023889, виданий 23.09.2014, Атестат доцента АД 003042, виданий</p>	14	Товарознавство	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 16 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1</p> <p>1. Т. Artyukh, I. Hryhorenko, A. Ternova, S. Yaheliuk, M. Cernavca Influence of the alloy composition on determining the millesimal fineness of gold by X-ray fluorescent and assay analysis / Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2018. № 5/12 (95). P. 6-18 (фахове видання, SCOPUS)</p> <p>2. Т. Artyukh, G. Kupalova, V. Bazylevych, I. Hryhorenko, A. Ternova Improving a procedure for determining the assay of gold in a precious alloy of different composition using a touchstone. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2019. №2/12(98)2019</p>

(фахове видання, SCOPUS)

3. А. Tanasiichuk, S. Kovalchuk, O. Hromova, I. Hryhorenko. Evaluation of the Convergence of International Markets for Agricultural Enterprises of Ukraine under International Diversification Conditions / European Journal of Sustainable Development. 2020. № 9. 2. P.467-487 (Web of Science)

4. Artyukh T., Hryhorenko I., Ternova A., Yaheliuk S., Verenikin O., Cernavca M. Identification of white jewelry alloy based on silver and platinum for testing purposes. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2021. Vol. 2. № 5 (113). Pp. 47-59, 97, 98. URL: <http://journals.uran.ua/eejet/article/view/243179/241496> (фахове видання, категорія А, SCOPUS)

5. Артюх Т.М., Григоренко І.В., Тернова А.С. Товарознавча оцінка засобів по догляду за взуттям різних виробників на ринку України / Товарознавчий вісник, 2020. 1(13). С.91-107.

6. Артюх Т.М., Григоренко І.В., Тернова А.С. Оцінка конкурентоспроможності шкільної форми / Товарознавчий вісник. 2020. 1(13). С.75-90.

7. Артюх Т.М., Григоренко І.В., Тернова А.С. Оцінка митних ризиків при митному оформленні холодильників та формування профілів ризику на них // Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. Volume 8. No. 3/2020. P. 8-14

8. Тернова А.С., Григоренко І.В. Стан та перспективи розвитку ринку електричних прасок в Україні //Україна. Інфраструктура ринку. 2020. № 44. С. 49-54. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/44-2020>

9. Артюх Т.М., Григоренко І.В.,

						<p>Тернова А.С. Товарознавча експертиза механічних олівців // Товарознавчий вісник, 2021, 1(14), С.123-134. 10. Артюх Т.М., Григоренко І.В., Тернова А.С. Товарознавча оцінка якості бітумних покрівельних матеріалів. Товарознавчий вісник. 2022. Вип. 15. Ч. 1. С. 148-165 (фахове видання, категорія Б) П.п.3 1. Міжнародне технічне регулювання. Навчальний посібник / Т.М. Артюх, Г.І. Купалова, І.В. Григоренко, О.М. Веренікін – К.: КомПринт, 2022. – 312с. П.п.10 1. Сертифікаційна програма з вивчення англійської мови. Термін: 02.10.2017 – 30.05.2018р. Certificate of completion of an english language course, Spolechna Academia Nauk, Lango Agnieszka Kopec Centrum Jezykowe, Cracow, англійська мова – В2. Сертифікат від 30.05.2018, № 82/17/18/к – 80 год. 2. Курс «Інтернет-маркетинг» у комп'ютерній академії «Шаг» (15.06.2021 – 04.12.2021, загальна кількість годин – 128, довідка). 3. Курс «Категорійний менеджмент» на базі навчального центру LABA (17.01.2022-22.02.2022, диплом від 24.02.2022 (15 годин). П.п.20 2010 - 2015 - технічний директор ТОВ Соломія-Інвест 2015 - 2022 - управляючий партнер ТМ Steel Evolution (ФОП Григоренко І.В.)</p>	
110237	Смерічевський Сергій Францевич	Декан (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом доктора наук ДД 007691, виданий 14.10.2009, Диплом кандидата наук КН 014589, виданий 25.04.1997, Аттестат	27	Поведінка споживача	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 26 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Член вченої ради

доцента ДЦАЕ
001720,
виданий
02.11.1999,
Атестат
професора
12ПР 006593,
виданий
20.01.2011

Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ
Головний редактор фахового збірника наукових праць (Економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)
Член журі EFFIE AWARDS 2020
Член-кореспондент Академії економічних наук України
Член ДАК МОН України з «Маркоеконіміки» 2009-2016
Голова спеціалізованої вченої ради Д 26.062.02 для захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора (кандидата) економічних наук за спеціальностями 08.00.03 - економіка та управління національним господарством та 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) в Національному авіаційному університеті /НАУ/ Міністерства освіти і науки України

Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:
П.п.1
1. Smerichevskiy S., Kniazieva T., Kolbushkin Yu., Reshetnikova I., Olejniczuk-Merta Anna. Environmental orientation of consumer behavior: motivation component. Problems and Perspectives in Management. 2018. Vol 16, No 2. pp. 424-437. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(2\).2018.38](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(2).2018.38) (Scopus)
2. Kniazieva T., Smerichevskiy S., Kolbushkin Yu. Method of Strategic Planning and Management Decisions Making Considering the Life Cycle Theory. Baltic Journal of Economic Studies. 2017. Vol 3, No 5. pp. 175-182. DOI: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-175-182> (Web of Science)
3. Dergachova V.,

Smerichevskiy S.,
Kniazieva T.,
Smerichevska S. Tools
for formation and
development of the
environmentally
friendly food products
market: regional aspect
in Ukraine.
Environmental
Economics, 2020. 11(1),
P. 96-109.
[http://dx.doi.org/10.2151/ee.11\(1\).2020.09](http://dx.doi.org/10.2151/ee.11(1).2020.09)
(Фахове видання кат.
Б)

4. Smerichevskiy S, I.V.
Kryvovyazyuk, .V.V
.Prokhorova, W.
Usarek, A.I.
Ivashchenko.
Expediency of
symptomatic
diagnostics application
of enterprise export-
import activity in the
disruption conditions of
world economy
sustainable
development/ IOP
Conference Series:
Earth and
Environmental Science,
2021. Vol. 628 No.1.
Pp.012040
.DOI:10.1088/1755
1315/628/1/012040(Scopus)

5. Smerichevskiy S,
Kryvovyazyuk I.,
Prokhorova V.
Expediency of
symptomatic
diagnostics application
of enterprise export-
import activity in the
disruption conditions of
world economy
sustainable
development. Earth and
Environmental IOP
Conference Series:
Earth and
Environmental Science,
SCOPUS IOP
Publishing. Том 628
Выпуск 1. 2021.012040
p. (Scopus)

6. Smerichevskiy S,
Oleksii Dzhusov, Sergii
Sardak, Olena Klimova,
Olga Benenson .The
Application Features of
Seasonal-Cyclic
Patterns in
International Financial
Markets. Academy of
Accounting and
Financial Studies
Journal, 2019. Vol. 23
No.5. Pp.1-10 SCOPUS
DOI :
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3951556>.
(Scopus).

7. Смерічевський С.Ф.,
А. В. Шевченко, М. С.
Савельєв.Оцінка
лояльності
споживачів до
торгової марки.

Науковий погляд:
економіка та
управління. - 2020. -
№1 (67). - С. 105 –
111(фахове видання
кат. Б)
П.п.3
1. Смерічевський С.Ф.,
Шевченко А.В.,
Малахівська Г.В.,
Колесник М.В
Маркетингові
інструменти
управління
лояльністю клієнтів
авіакомпаній України:
монографія. К.:
Видавничий дім
«Кондор» 2020/1, 272
с.
2. Cluster model of
innovative development
of the national
economy: infrastructure
and investment
aspects. Collective
monograph under the
editorship of S.
Smerichevska,
Wydawnictwo
Naukowe, WSPIA,
Poznan, Poland. 382p.-
2020/12, 352-364
3. Kniazieva T.,
Smerichevskiy S,
Ramenska S. Methods
of management by
enterprise corporate
social responsibility
development: ecological
component //
Conceptual aspects
management of
competitiveness the
economic entities:
collective monograph. –
Przeworsk: WSSG,
2019. – Vol. 1. – pp. 30-
42.
4. Smerichevskiy S,
Kolbushkin U.,
Shevchenko A.,
Britchenko I.
Information
environment of
international marketing
// Conceptual aspects
management of
competitiveness the
economic entities:
collective monograph /
edited by M.
Bezpartochnyi, I.
Britchenko, in 2 Vol. /
Higher School of Social
and Economic. –
Przeworsk: WSSG,
2019. – Vol. 1. – pp. 85-
92.
5. Smerichevskiy S,
Byezgina O. Coal
producer's energy
efficient potential
assessment//
Conceptual aspects
management of
competitiveness the
economic entities:
collective monograph. –
Przeworsk: WSSG,
2019. – Vol. 1. – pp.

148-161.

6. Ризик-менеджмент логістичної системи машинобудівних підприємств: монографія / І.В. Кривов'язюк, Смерічевський С.Ф., Ю.М. Кулик. К.: Видавничий дім «Кондор», 2018. – 200 с.

7. Smerichevskiy S, Kniazieva T., Dielini M., Kovalova M. Conception of Social orientation of Marketing on Macro and Micro Level as a tool for managing the competitiveness of objects // Scientific development and achievements: колективна монографія – Європейське видавництво «Science Publishing London», Лондон, Великобританія, 2018. – Р. 396-407.

8. Research of development of machine-building industry of Ukraine: state and prospects. – Multi-authored monograph. / Edited by Smerichevskiy S, – Latvia: “Izdevnieciba “Baltija Publishing”, 2017. – 200 p. (16/200).

9. Бренд-менеджмент: навч. Посібник / Смерічевський С.Ф., С.Є. Петропавловська, О.А. Радченко. – К.: НАУ, 2019. – 156 с.

10. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник / Т.В. Князева, Ю.П. Колбушкін, С.В. Петровська, Смерічевський С.Ф., В.Л. Сібрук. К, НАУ, 2018. 179 с.

П.п.4

1. Методичні рекомендації до виконання та захисту дипломних робіт / уклад.: Смерічевський С.Ф А.В. Шевченко, Г.А. Радченко, Ю.П. Колбушкін. – К.:НАУ, 2016. – 54 с.

2. Стратегічний маркетинг: методичні рекомендації до виконання курсової роботи / уклад.: Смерічевський С.Ф, Ю.П. Колбушкін, Г.А. Радченко, А.В. Шевченко, О.М. Рибак, Ю.В. Фісун. – К.:НАУ, 2016. – 66 с.

П.п.7

1. Голова спеціалізованої вченої ради Д 26.062.02 НАУ;

2. Член спеціалізованої вченої ради Д 11.107.01 ДонДУУ

3. Офіційний опонент здобувачів на присудження ступеня: - доктора економічних наук: Рижаков Д.А. (2020), Чуприна Н. (2020), Дрокіна Н.І. (2020); - кандидата економічних наук: Сінковська В.М. (2020), Хоменко О.М. (2020), Пимоненко Т.В. (2019 р), Чупурна О.П. (2019 р), Седляр М.О. (2015р.).

П.п.8

1. Головний редактор фахової збірки НАУ, яка входить до переліку міжнародних наукометричних баз «Проблеми системного підходу в економіці» (категорія Б)

2. Член редакційної колегії Наукового журналу «Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління» (категорія Б)

3. Член редакційної колегії Наукового журналу «Маркетинг і цифрові технології» (категорія Б)

4. Член редакційної колегії науково-практичного журналу «Экономика строительства и менеджмент» (Азербайджанский архитектурно-строительный университет).

5. Науковий керівник наукової-дослідної теми №98/11.01.03 «Розвиток теорії та методології інноваційного маркетингу на основі концепції холистичного маркетингу», 2019-2021 рр.

6. Науковий керівник наукової-дослідної теми 0119U103194 «Маркетингове забезпечення управління розвитком території в умовах євро інтеграційних процесів», 2019-2021 рр.

7. Науковий керівник наукової-дослідної теми 0120U100123 «Інструментарій

маркетингового забезпечення розвитку концепції зеленої економіки», 2020-2022 рр

П.п. 9

1. Голова спеціалізованої вченої ради Д 26.062.02 НАУ;

2. Член спеціалізованої вченої ради Д 11.107.01 ДонДУУ

3. Член експертної ради ДАК МОН України з макроекономіки, 2009-2016 рр.

П.п.10

1. Рецензент журналу Куявсько-Поморської школи вищої освіти в Бидгощі (республіка Польща) 2018-2020 (<https://kpsw.edu.pl/aktualnosci/rekpsw-en-list-of-reviewers>)

2. Тренінг «Системний підхід до гармонізації стандартів – гарантія успіху європейських бізнес моделей в Україні», спільний проект НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського» ERASMUS+ Jean Monnet Fund та виконавчого агентства з питань освіти, аудіо візуальних засобів і культури, Київ, 21-25 березня 2019.

3. International intership programme for university lectures "European Responses to Global Educational Challenges» January13- January 24 , 2020, Poznan, Poland: WSBiP

4. International internship programme for university lectures «The New Challenges of the Modern Higher Education and Science», Department of Social Science, February 01- March 05, 2021 Poland: Warsaw Branch of WSPiA

5. Підвищення кваліфікації НПП у сфері маркетингово менеджменту. У рамках проекту, який проодився відповідно до угоди «39-2019/UA-BP від 07.10.2019 між «Senior experten service, GmbH» (Німеччина) та НАУ з 21.10.2019 по 09.11.2019

6. Certificate №M214019. International internship programmer for university lectures «The new Challenges of the Modern Higher

Education and Science.
7. Тренінг «Системний підхід до гармонізацій стандартів-гарантія успіху європейських бізнес моделей в Україні» у рамках спільного проекту НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського», Erasmus+Jean Monnet Fund та виконавчого агентства з питань освіти, аудіовізуальних засобів і культури, який підтримано Європейською Комісією «Європейські бізнес моделі, трансформація, гармонізація та реалізація в Україні» №587138-EPP-1-2017-1-UA-EPPJMO-MODULE

8. Certificate № M213136 «European Responses to Global Educational Challenges». Workload: instructional contract 60 hours, independent research 120 hours. January 13th January 24th 2020. Awarded: 6(six) ECTS points with an examination result of very good. Poznan. 24.01.2020

9. Certificate №214019, «The new Challenges of the Modern Higher Education and Science». Workload-180 hours. Awarded: 6(six) ECTS points with an examination result of very good. Warsaw, 05.03.2021

10. Участь у тренінгу «Системний підхід до гармонізацій стандартів- гарантія успіху європейських бізнес моделей в Україні. У рамках спільного проекту НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського» Erasmus+Jean Monnet Fund та Виконавчого агентства з питань освіти, аудіовізуальних засобів і культури, який підтримано Європейською Комісією «Європейські бізнес моделі: трансформація, гармонізація та реалізація в Україні» №587138-EPP-1-2017-1UA-EPPJMO-MODULE(м.Київ, 21-25.03.2019. Разом 108

год.

11. Участь у тренінгу «Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері стратегій міжнародного менеджменту та сучасних систем освіти» у рамках проекту, який проводився відповідно до угоди №55-2019/UA-BP від 17.12.2019 р. між «Senior experten service, GmbH (Німечинна) та Національним авіаційним університетом з 03.02.2020 по 21.02.2020р. за темами: 1) Процеси навчання протягом усього життя як необхідність в стратегічному менеджменті, 2) Стратегічний міжнародний менеджмент європейських організацій, 3) Передові освітні концепції в управлінні бізнесом, 4) Сучасні методи маркетингового менеджменту. Разом 30 годин. (21 лютого 2020 р.)

12. Участь у тренінгу «Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері стратегій міжнародного менеджменту та сучасних систем освіти» у рамках проекту, який проводився відповідно до угоди №55-2019/UA-BP від 17.12.2019 р. між «Senior experten service, GmbH (Німечинна) та Національним авіаційним університетом з 21.10.2019 по 09.11.2019 року за темами: 1) Глобальні та мультинаціональні маркетингові стратегії, 3)Сучасні тенденції електронного маркетингу, 4)Маркетингові стратегії ціноутворення, 5)Стратегічний бренд менеджмент, 6)Лідерство в організаціях. Разом 60 годин. (09 листопада

						<p>2019 р) П.п.14 1. Керівництво студенткою, Садовська І.В, яка зайняла II місце на II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» (м. Одеса). 2. Голова журі I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» (м. Київ, НАУ) 3. Член журі Effie Awards Ukraine 2020 4. Керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком «Сучасні проблеми розвитку маркетингу в Україні»</p>
165101	Шевченко Анна Валеріївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом кандидата наук ДК 038358, виданий 14.12.2006, Атестат доцента 12ДЦ 022065, виданий 23.12.2008	20	<p>Маркетингова товарна політика</p> <p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 20 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам Гарант освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти «Міжнародний маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Hanna O. Prymachenko, Olha O. Shapatina, Oksana S. Pestremenko-Skrypka, Anna V. Shevchenko, Maryna V. Halkevych. Improving the technology of product supply chain management in the context of the development of multimodal transportation systems in the European union countries. International Journal of Agricultural Extension. Issues of Legal Regulation in Agrarian and Tourism Space. Int. J. Agr. Ext. (2022). Special Issue (01), pp. 77-89. DOI: 10.33687/ijae.010.00.3866 (Scopus)</p>

2. Шевченко А.В., Марчук В.В., Адеєва Г.В. Стандарти забезпечення маркетингових досліджень в умовах цифрової економіки. Проблеми системного підходу в економіці. Вип 1(87), 2022. С. 115-122. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2022-1-17> (фахове видання кат. Б)

3. Kniazieva, T., Shevchenko, A., Radchenko, H., Komova, O., & Pankova, L. The impact of transnationalization on the global consumer market. *Baltic Journal of Economic Studies*, 7(5), 2021, p. 268-276. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-5-268-276> (Web of Science)

4. Kniazieva, T.V., Shevchenko, A.V., Inshyn, M.I., Yakovlyev, O.A. Current trends in the formation and development of insurance marketing in Ukraine. *Risk Management and Insurance Review*, 2021. <https://doi.org/10.1111/rmir.12185> (Scopus)

5. Shevchenko A., Borysenko O. Marketing Approach to the Formation of Management System for Enterprise Strategic Development in the Context of Globalisation *JILC (Journal of International Legal Communication)*. 1(1), 2021. 272 p. (p. 186-196). <https://jilc.e-science.space/wp-content/v1/JILC17.pdf> (Журнал зареєстрований в країні (Республіка Польща), що входить в ОЕСР)

6. Шевченко А.В., Савченко А.Ю., Квітко Д. Інтегрований підхід до вивчення досвіду споживачів. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр. Випуск 1(81)/2021. С. 105-111. (фахове видання кат. Б)

7. Смерічевський С.Ф., Шевченко А.В., Савельєв М.С. Оцінка лояльності споживачів до торгової марки. Науковий погляд:

економіка та управління: науковий журнал. Випуск 1 (67), 2020. – 198 с. С. 105-111. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-67-17> (фахове видання кат. Б)

8. Шевченко А.В., Табачук Н.О. Сучасний стан ринку молочної продукції та забезпечення її якості в умовах євроінтеграції України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Випуск № 27. Частина 2. Ужгород, 2019. 128 с. (С. 101-107).

9. Smerichevskiy S., Kniazieva T., Smerichevska S., Shevchenko A. Assortment Portfolio Price Positioning of a Transnational Corporation in the Ukrainian Market / SHS Web of Conferences. Volume 67 (2019). Fifteenth Scientific and Practical International Conference “International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics” (NTI-UkrSURT 2019) URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196706048>

10. Шевченко А.В., Жембоцький М.В. Маркетинговий підхід до управління діяльністю виробничих підприємств. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр. Випуск 4(66) 2018. С. 161-168 (фахове видання кат. Б)

11. Шевченко А.В., Путінцева А.А. Управлінські рішення щодо використання інструментів маркетингу для забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ. Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 7/8 (206-207) 2018. 145 с. (С. 97-103) (фахове видання кат. Б)

12. Шевченко А.В., Рубан І.В. Сучасні

інструменти маркетингу в управлінні процесом просування періодичних видань. Вісник Одеського національного університету. Економіка. Том 23. Випуск 4 (69) 2018. 165 с. (С. 91-94) (фахове видання кат. Б)

13. Шевченко А.В., Кобізов А.А., Левковська Т.А. Інформаційне забезпечення збутової діяльності підприємств агропромислового комплексу. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Випуск № 21. Частина 2. Ужгород, 2018. 148 с. (С. 124-128) (фахове видання кат. Б)

П.п.3

1. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. К.: НАУ, 2022. 204 с.

2. Борисенко О.С., Шевченко А.В. Новий вектор розвитку концепції маркетингу: сучасні тренди та інструменти. Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: монографія / [Ромат Є.В., Бабаченко Л.В., Багорка М.О., Білоткач І.А. та ін.]; за заг. ред. Є.В. Ромата та С.Ф. Смерічевського. Київ.: Студцентр, 2021. 308 с.

3. Маркетингові інструменти управління лояльністю клієнтів авіакомпаній України: монографія / С.Ф. Смерічевський, А.В. Шевченко, Г.В. Малахівська та ін.; за заг. ред. С.Ф. Смерічевського. К.: Видавничий дім «Кондор», 2020. 272 с. (С. 83-120).

П.п.4.

1. Маркетингова товарна політика: практикум / уклад.: А.В. Шевченко, О.С. Борисенко, Ю.В. Фісун, О.М. Крапко. К.: НАУ, 2022. 68 с.

2. Товарознавство:

практикум / уклад.:
Ю. В. Фісун, О. С.
Борисенко, А. В.
Шевченко, О. М.
Крапко. К.: НАУ,
2022. 48 с.

3. Маркетинг:
Методичні
рекомендації до
виконання
кваліфікаційної
роботи для здобувачів
ОС «Бакалавр» та ОС
«Магістр» галузі
знань 07 «Управління
та адміністрування»
спеціальності 075
«Маркетинг» ОПП
«Маркетинг»,
«Електронний
маркетинг»,
«Міжнародний
маркетинг». / Уклад.:
Т.В. Князева, О.В.
Полоус, Г.А. Радченко,
А.В. Шевченко, І.Г.
Михальченко. К: НАУ,
2022. 85 с.

П.п.6
Наукове керівництво
аспірантом:
Малахівська Ганна
Володимирівна.
Присуджено науковий
ступінь кандидата
економічних наук
(наказ МОН №1301
від 15.10.2019)
П.п.8
1. Відповідальний
виконавець наукової-
дослідної теми
«Розвиток теорії та
методології
інноваційного
маркетингу на основі
концепції
холістичного
маркетингу»
№0119U103672
(термін виконання
01.10.2019-30.06.2021)
2. Відповідальний
виконавець наукової-
дослідної теми
«Розвиток теорії та
методології
інноваційних
маркетингових
технологій в
глобальному
цифровому просторі»
№0121U113150
(термін виконання
01.10.2021-30.06.2023)
П.п.10
Міжнародне
стажування 14-23
вересня 2019 р. у
Варненському
вільному університеті
імені Чорноризця
Храбра (м. Варна,
Болгарія) на тему
«Інновації в науці:
виклики сучасності» в
обсязі 180 годин / 6,0
кредитів (сертифікат
міжнародного зразка
Сертифікат С-
9799/22.09.2019)

П.п.12
1. Смілянець В.В., Шевченко А.В. Маркетингові інновації як елементи інноваційної діяльності авіакомпаній. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення» (м. Київ, 20-25 травня 2022 р.) Том 1. К.: НАУ, 2022. 232 с. (С. 126-127)

2. Соколова М.Р., Шевченко А.В. Інноваційність як глобальна ціль економічного розвитку. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами», м. Київ, 21 жовтня 2021 р. Том 1. К.: НАУ, 2021. 402 с. (С. 332-333).

3. Шевченко А.В., Серьоженко О.Я. Сучасні Digital-тренди маркетингу. Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 27 травня 2021 року). К.: НАУ. С. 44-46.

4. Шевченко А.В., Сапон А. В. Tik Tok, як площадка для просування продуктів і брендів в Інтернеті. Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 27 травня 2021 року). К.: НАУ. С. 10-11.

5. Shevchenko A., Yureskul D. Social networks as a method of promoting goods and services. Abstracts I International scientific-practical conference «Economic and business administration development: scientific currencies and solutions». Editorial board SvitlanaPetrovska, Olha Vovk [and others], Kiev, 2020, National Aviation University.. К:

NAU, 2020. Р. 394-395

6. Шевченко А.В.,
Нетребко М.В.
Сучасне значення
маркетингового
управління бізнес-
організаціями.
«Інноваційно-
інвестиційні
проблеми
кластеризації
економіки України:
матеріали
Міжнародної науково-
практичної
конференції (м. Київ,
6 грудня 2019 р.). – К.:
Національний
авіаційний
університет, 2019. С.
85-87.

7. Шевченко А.В.,
Маловічко С.
Інформаційні
технології
забезпечення
маркетингової
діяльності.
Перспективи і
виклики глобального
маркетингу:
матеріали
Міжнародної науково-
практичної
конференції (м. Київ,
24 жовтня 2018 р.). К.:
НАУ. 116 с. (С.9-11).

8. Шевченко А.В.
Використання
системного підходу у
проведенні
маркетингових
досліджень.
Матеріали VIII
Міжнародної науково-
практичної
конференції «Сучасні
проблеми економіки».
К.: НАУ, 2017.С. 48.

9. Шевченко А.В.,
Геращенко Ю.В.
Основні тренди в
маркетингових
стратегіях розвитку
компаній.
«Інноваційно-
інвестиційні
проблеми розвитку
економіки України:
матеріали V
Всеукраїнської
науково-практичної
конференції (м. Київ,
8 грудня 2016 р.). К.:
Національний
авіаційний
університет, 2016. 216
с. (С. 29-32).

10. Шевченко А.В.,
Шеховцов С.В.
Способи підвищення
конкурентоспроможн
ості підприємств.
«Інноваційно-
інвестиційні
проблеми розвитку
економіки України:
матеріали V
Всеукраїнської
науково-практичної
конференції (м. Київ,

						<p>8 грудня 2016 р.). К.: Національний авіаційний університет, 2016. 216 с. (С. 172-173). П.п.14 1. Керівництво студентом (Табачук Наталія), яка посіла I місце у Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за рівнем вищої освіти магістр, 28 квітня 2020 р., Хмельницький національний університет. 2. Керівництво студентом (Гузевська Л.С.), яка отримала Диплом II ступеня II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти (10-12 травня 2018 р., Одеський національний економічний університет). 3. Керівництво студентом (Петренко Анна), яка зайняла III місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» (Секція «Магістр», 14 лютого 2019 р., Національний авіаційний університет). 4. Керівництво студентом (Колосс Іванна), яка зайняла II місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» (Секція «Бакалавр», 14 лютого 2019 р., Національний авіаційний університет). 5. Робота у складі організаційного комітету з організації та проведення науково-практичних конференцій</p>	
193183	Сібрук Віктор Леонідович	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом спеціаліста, Київський національний університет будівництва і архітектури, рік закінчення:	19	Маркетинг територій	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 20 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним

2000,
спеціальність:
0502
Менеджмент у
виробничій
сфері, Диплом
кандидата наук
ДК 038225,
виданий
09.11.2006,
Атестат
доцента 12ДЦ
023252,
виданий
17.06.2010

навчальним
дисциплінам
Гарант освітньо-
наукової програми
першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти за
спеціальністю 075
«Маркетинг»

Підпункти п. 38
Ліцензійних умов
провадження
освітньої діяльності:

П.п.1
1. Burlakova, Sibruk A.,
Khalinovska L., Sibruk
V. Terminological
modelling of the
aviation terms system
in the context of
globalized information
space and security of
aviation industry. –
2020 IOP Conf. Ser.:
Mater. Sci. Eng. Volume
918. DOI:
<https://doi.org/10.1088/1757-899X/918/1/012085>
(Scopus)
2. A.Sibruk,
N.Senchylo-Tatlilioglu,
S.Lytvynska,
V.Varenko,
L.Storozhenko,
V.Sibruk. Information
and communicative
component of an
international scientific
discourse. Globalization
and its Socio-Economic
Consequences. SHS
Web of Conferences
129, 10012 (2021).
<https://doi.org/10.1051/shsconf/20211291001>
(Web of Science Core
Collection)
3. A.Sibruk,
S.Lytvynska,
L.Khalinovska,
N.Senchylo-Tatlilioglu,
K.Stetsyk, V.Sibruk.
The problem of air
transport terminology
(safety aspect)
ScienceDirect
Transportation
Research Procedia 63
(2022) pp. 2803–2811.
<https://trid.trb.org/view/1993771> (Scopus)
4. Сібрук В.Л.,
Радченко Г.А. Кутліна
І.Ю. Формування
підходів до
управління
маркетингом
територій на засадах
теорії обмеження
систем / Проблеми
системного підходу в
економіці: зб. наук.
праць. – К.: НАУ,
2019. – Вип. 4 (72). –
С.193-199. (фахове
видання кат. Б)
5. Сібрук В.Л.,
Нікітчук А.Б.
Управління

методологічним апаратом маркетингу територій на засадах Форсайт технологій в умовах глобалізаційних процесів - Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2020. – Вип. 1 (75). – С.117-124. (фахове видання кат. Б)

6. Бурцева О.Є. Радченко Г.А., Сібрук В.Л. Маркетинговий потенціал в системі інноваційного розвитку національної економіки - Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2020. – Вип. 4 (78). – С.162-169.

П.п. 3

1. Marketing. : навч. посіб. / Раменська С.Є., Сібрук В.Л., Балацька Н.І.. – К.:НАУ, 2018 – 164 с.

2. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т.В. Князева, Ю.П. Колбушкін, С.В. Петровська, С.Ф. Смерічевський, В.Л. Сібрук. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.

3. Сібрук. В.Л., Радченко О.А. Методологічні аспекти управління розвитком територій на засадах маркетинг-менеджменту. Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. С.200-217.

П.п. 8

1. Відповідальний виконавець НДР № 24/11.01.03 «Теоретико-методологічні основи розвитку маркетингу територій в умовах децентралізації управління» (01.09.2018 – 30.06.2019)

2. Відповідальний виконавець НДР № 94/11.01.03 «Інституційне забезпечення формування конкурентних стратегій підприємств на засадах соціально-відповідального маркетингу» (01.09.2018 –

30.06.2019)
3. Відповідальний виконавець науково-дослідної роботи «Маркетингове забезпечення управління розвитком території в умовах євроінтеграційних процесів» № 0119U103194 (термін виконання: 10.2019 – 07.2021)
П.п. 10
Участь у міжнародному освітньому проекті академічної мобільності Erasmus+ в Коледжі прикладних наук “Lavoslav Ružička“ (Хорватія) 11-15 жовтня 2021 р.
П.п.12
1. Сібрук В.Л., Раменська С.Є. Implementation of marketing of territories under decentralization conditions in Ukraine / GLOBAL MARKETING: ANALYSIS AND CHALLENGES OF OUR TIME: Міжнародна науково-практична конференція, 16-17 травня 2019 р.: тези доп. – Батумі.: Грузія, 2019. – 244 с.
2. Сібрук В.Л. Analysis of the interdependent influence between air travel demand and tourist demand / XIV Міжнародна науково-технічна конференція «AVIA-2019», 23-25 квітня 2019.: тези доп. – К.: НАУ, 2019.
Режим доступу:
<http://conference.nau.edu.ua/index.php/AVIA/AVIA2019/paper/view/5855/5155>
3. Сібрук В.Л. Особливості застосування теорії обмежень систем в практиці управління територіальними кластерами / Інноваційно-інвестиційні проблеми клатеризації економіки України: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 6 грудня 2019 р.). – Київ : Національний авіаційний університет, 2019. – 148 с.
4. Сібрук В.Л., Сібрук А.В. Розвиток маркетингу територій з використанням методології Форсайт -

						<p>Proceedings of the 4th International Scientific and Practical Conference «Science and Practice: Implementation to Modern Society» (May 6-8, 2020). Manchester, Great Britain: Peal PressLtd., 2020. 460 p.</p> <p>5. Сібрук В.Л., Assessment of investment attractiveness of territories - ГЛОБАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: АНАЛІЗ І ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ. II Міжнародна науково-практична конференція, 22 травня 2020 р.: тези доп. – К.: НАУ, 2020. – 143 с.</p> <p>6. Сібрук В.Л., Сібрук А.В. Methodological aspects of business modeling. The 12th International scientific and practical conference “Modern directions of scientific research development” (May 18-20, 2022) BoScience Publisher, Chicago, USA. 2022. 930 p.</p> <p>П.п. 13 Проведення навчальних занять з дисциплін Commodity Market Infrastructure, Social Market Communication, Merchandising, Marketing Product Policy, Marketing of Territories, Marketing of Services, Marketing of Distribution, англійською мовою)</p> <p>П.п.14 1. Керівництво студенткою, яка зайняла призове місце у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з маркетингу від «25» січня 2021 року. 2. Керівництво роботою наукових студентських гуртків: «Розвиток інструментів маркетингу в сучасних умовах» та «Інновації Digital-маркетингу»</p>	
69713	Петропавловська Світлана Євгенівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом кандидата наук ЭК 028066, виданий 29.03.1989, Атестат доцента ДЦ 007938, виданий 19.06.2003	22	Маркетингові комунікації	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 22 роки наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.

Член Української
Асоціації Маркетингу.

Підпункти п. 38
Ліцензійних умов
провадження
освітньої діяльності:

П.п.1

1.Петропавловська
С.Є., Садовська І.І.

Особливості та
основні відмінності
комунікаційної
політики на B2B та
B2C ринках .

Електронне наукове
фахове видання.

Східна Європа:
економіка, бізнес та
управління. 2019.

№3 (20). С.327 -334.

2. Петропавловська
С.В., Ковтун К.Ю.

Маркетингові
комунікації в мережі
Інтернет як
інноваційний

інструмент стратегії
просування. Науковий

вісник ПУЕТ. Серія:
«Економічні науки».

2021.№ 3 (104). С.96-

116.

3.Петропавловська
С.Є., Радченко О.А.

Стратегії
позиціонування
бренду. [Електронний
ресурс] //

Інфраструктура
ринку. 2017. №7.

4.Петропавловська
С.Є., Лисак Н.Ю.,

Малахівська Г.В.

Соціальні медіа як
інструмент управління
лояльністю

споживачів.
Проблеми системного

підходу в економіці:
зб. наук. праць – К.:

НАУ, 2018. №1(63).

С.166-174.

5. Петропавловська
С.Є. Садовська І.І.

Вплив вибору
соціальної мережі та
контенту на
ефективність

взаємодії та
залученості цільової
аудиторії.

[Електронний ресурс]

// Приазовський
економічний вісник.

2020р. No 6(23).

П.п.3

1. Бренд-менеджмент:
навч. Посібник /

Смерічевський С.Ф.,
С.Є. Петропавловська,

О.А. Радченко. – К.:

НАУ, 2019. – 156 с.

П.п.4

1.Маркетингові
комунікації:
Методичні

рекомендації до
практичних занять та

виконання курсової
роботи/ Уклад.: С.Є.

Петропавловська,
О.А.Радченко - К.:
НАУ, 2018, - 48с
2.«Бренд-
менеджмент».
Практикум/ Уклад.:
С. Є.
Петропавловська, О.
В. Хмельницька. – К.:
Вид-во Нац. авіац. ун-
ту «НАУ-друк», 2018.
– 48 с.
3.Рекламний
менеджмент:
методичні
рекомендації до
практичних занять та
виконання
домашнього
завдання/ Уклад.: С.Є.
Петропавловська,
Ю.В. Фісун - К.: НАУ,
2018, - 48с.
П.п.12
1.Петропавловська
С.Є., Романюк Ю.
Комунікаційні
аспекти формування
бренду територій.
Маркетингова освіта в
Україні : матеріали V
міжнар. наук.-практ.
конф., Київ, 7-8
жовтня 2021р. Київ
2021. С.129-132.
2.Петропавловська
С.Є. Правила
результативної
реклами. Розвиток
економіки та бізнес-
адміністрування:
наукові течії та
рішення. : матеріали
III міжнар. наук.-
практ. конф., Київ, 20-
25 травня 2022. Київ
2022. с.102-103
3.Петропавловська
С.Є. Маркетингові
технології просування
бренду в
міжкультурному
просторі. Розвиток
економіки та бізнес-
адміністрування:
наукові течії та
рішення : матеріали
міжнар. наук.-практ.
конф., , м. Київ, 21
жовт. 2021р. Київ.
2021. С. 316 – 317.
4.Петропавловська
С.Є. Ковтун К. Ю. Сайт
як інструмент
маркетингових
комунікацій. The 10th
International scientific
and practical
conference “Dynamics
of the development of
world science” :
матеріали міжнар.
наук.-практ. конф.,
Vancouver, June 10-12,
2020. Perfect
Publishing, Vancouver,
Canada. 2020. S. 631 -
636.
5.Петропавловська С.
Є. Інтернет як канал
просування у сфері

роздрібної торгівлі.
CHALLENGES IN
SCIENCE OF
NOWADAYS :
матеріали V Міжнар.
наук.-практ. конф., м.
Вашингтон, 16-18
липня 2020 р. м.
Вашингтон, США
,2020. С. 6-15.

6.Петропавловська
С.Є., Колбушкін Ю.П.
Економічна
психологія як основа
маркетингових
стратегій.
Перспективи і
виклики глобального
маркетингу: тези доп.
міжнародної наук.-
практ. конф.,м. Київ,
24 жовтня 2018 р.
Київ , 2018. С.14-16.

7.Петропавловська
С.Є., Лисак Н.Ю,
Малахівська Г.В.
Практичні аспекти
таргетованої реклами
в SYCNFUHFV та
FACEBOOK.
INNOVATION
MANAGEMENT IN
MARKETUNG.
MODERN TRENDS
AND STRATEGIC
IMPERATIVES:
матеріали
міжнародної наук.-
практ. конф. Roznan,
Poland. 2018. С.246-
248.

8. Петропавловська
С.Є. Акентьева Л.О.
Імідж міста як
стратегічний фактор
Ефективного
маркетингу території.
The 10th International
scientific and practical
conference
“Perspectives of world
science and education” :
матеріали міжнар.
наук.-практ.
конф.,Osaka, June 17-
19, 2020. CPN
Publishing Group,
Osaka, Japan2020. S.
413- 423.

9.Петропавловська
С.Є., Акентьева Л.О.
Ефективність
маркетингових
можливостей в
контексті
національних культур.
The 10th International
scientific and practical
conference Topical
issues of the
development science :
матеріали міжнар.
наук.-практ. конф.,
Sofia, June 4-6. 2020.
Publishing House
«ACCENT», Sofia ,
Bulgaria,2020. С.609-
619.

П.п.19
Член Української
Асоціації Мркетингу з

374550	Салькова Ірина Юрївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом спеціаліста, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 006165, виданий 17.05.2012, Атестат доцента 12ДЦ 040415, виданий 22.12.2014	15	Маркетинг послуг	<p>2020 року</p> <p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 15 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Член вченої ради Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ</p> <p>Член реакційної колегії фахового збірника наукових праць (Економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)</p> <p>Член реакційної колегії науковго журналу «Journal of Innovations and Sustainability» (Пловдів, Республіка Болгарія) https://is-journal.com/is/Salkova</p> <p>Член реакційної колегії збірника «Вісник післядипломної освіти»: збірник наукових праць, серія «Соціальні та поведінкові науки» (Категорія «Б»)</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p> <p>П.п.1</p> <p>1. Saienko, V., Mezentseva, I., Tolchieva, H., Salkova, I. (2020). Efficiency of tourism operators' and tourism agents' activities in the market of tourist services of Ukraine. Journal of Environmental Management and Tourism, Volume XI, Issue 8(48): 1960-1966. DOI: https://doi.org/10.14505/jemt.v11.8(48).00 (Scopus)</p> <p>2. Sakhno A., Salkova I., Polishchuk N., Kucher L. Stashko I. Efficiency of managing liabilities of enterprises of different types of economic activities. European Journal of Sustainable Development. 2020. No.9 (1), Pp. 423-423 DOI:10.14207/ejsd.2020.v9n1p423 (Web of Science&Scopus)</p> <p>3. Sakhno A., Hryvkivska O., Salkova I., Kucher L. Evaluation</p>
--------	-----------------------	---	---	---	----	------------------	---

of the Efficiency of Enterprises by the Method of Analysis of Functioning Environment. Journal of Environmental Management and Tourism. 2019. Vol. X. No. 3 (35). Pp. 499–507. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.3\(35\).04](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.3(35).04) (Scopus)

4. Sakhno A., Salkova I., Broyaka A., Priamukhina N., A Methodological Analysis for the Impact Assessment of the Digitalisation of Economy on Agricultural Growth. International Journal of Advanced Science and Technology, v. 29, n. 8s, p. 242 - 249, 18 Apr. 2020. (Scopus)

5. Hryvkivska S., Polishchuk N., Salkova I., Kucher L. Human Capital in the Formation of Efficiency of Enterprises Activity. European Journal of Sustainable Development. 2019. No.8 (3). Pp. 499-509. (Web of Science) DOI: <https://doi.org/10.14207/ejsd.2019.v8n3p499>

П.п.3

1. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.

2. Сахно А.А., Салькова І.Ю. Мотивація економічної діяльності підприємств сільськогосподарського машинобудування: монографія. Вінниця: ТОВ «Твори», 2020. 308 с.

3. Aleskerova Yu., Salkova I., Fedoryshyna L., Todosiichuk V. Insurance management: a textbook. Vinnytsia: VNAU, 2020. - 295 p.

4. Salkova I. Factors and principles of effective activity of tour operators and agents on the tourist services market/ Trends and prospects for the world economy and international economic relations: Collective monograph. – 2020, Pp. 35-46.

П.п.7
Офіційний опонент

здобувачів на присудження ступеня:
- доктора філософії :
Охота Ю.В. (2021).
- кандидата економічних наук:
Мосієнко О.В. (2021),
Абдуллаєва А.Є. (2018),
Попов М.О. (2015), Слободяник А. М. (2014).
П.п.8
1. Член реакційної колегії науковго журналу «Journal of Innovations and Sustainability» (Пловдів, Республіка Болгарія) <https://is-journal.com/is/Salkova>
2. Член реакційної колегії фахового збірника наукових праць (Економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)
3. Член реакційної колегії збірника «Вісник післядипломної освіти»: збірник наукових праць, серія «Соціальні та поведінкові науки» (Категорія «Б»)
П.п. 9
1. Експерт Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти з 2021 р.
П.п.10
1. Член реакційної колегії науковго журналу «Journal of Innovations and Sustainability» (Пловдів, Республіки Болгарія) <https://is-journal.com/is/Salkova>
2. З 13 по 20 травня 2021 р. пройшла підвищення кваліфікації в Державному університеті інфраструктури та технологій в рамках проекту Erasmus+ «Інжиніринг криз та ризиків у сфері транспортних послуг» (сертифікат № 0093).
3. 20.05-03.06.22 р. учасник серії круглих столів на тему “Відновлення ланцюгів постачання галузі харчової промисловості в умовах воєнного та післявоєнного стану в Україні” TradeMasterGroup, за підтримки Програми USAID з аграрного і сільського розвитку (АГРО).

						<p>П.п. 12</p> <p>1. Янчук Т.В., Салькова І.Ю., Буга Н.Ю. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства засобами сучасних інформаційних технологій. Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development Collective monograph.. –Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. – 716 р.</p> <p>2. Сахно А.А., Салькова І.Ю., Слободянюк А.О. (2018) Особливості оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2018. № 1. С. 77-87</p> <p>3. Сахно А.А., Салькова І.Ю., Коваль О.І. Значення конкурентоспроможності як об'єкту управління. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2018. №2. 77-87</p> <p>П.п. 19</p> <p>Член польського економічного товариства</p>	
168416	Михальченко Інна Григорівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом магістра, Національний авіаційний університет, рік закінчення: 2008, спеціальність: 050103 Міжнародна економіка, Диплом кандидата наук ДК 029299, виданий 30.06.2015	11	Маркетинг в авіації	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 10 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p> <p>П.п.1</p> <p>1. Polous O., Mykhalchenko I., Krapko O. Personnel marketing in the system of airline anticrisis management (в процесі індексації). (Web of Science)</p> <p>2. Mykhalchenko I. G. Economic Effects of Foreign Direct Investment in Host-Country Markets. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. 2021. Випуск 7. С. 108-116. (Фахове видання кат. Б)</p>

3. Казанська О.О.,
Михальченко І.Г.,
Радченко Г.А.
Особливості розробки
маркетингової
програми
підприємства в умовах
цифрового ринку.
Наукові інновації та
передові технології
(Серія «Економіка»),
№ 7(9). 2022. С. 158-
168. (фахове видання
кат. Б)

4. Казанська О.О.,
Михальченко І.Г.
Стратегічні орієнтири
маркетингової
концепції
франчайзингового
підприємства. Наукові
перспективи (Серія
«Державне
управління», Серія
«Право», Серія
«Економіка», Серія
«Медицина», Серія
«Педагогіка», Серія
«Психологія»). 2021.
№ 12(18). С. 303-314.
(фахове видання кат.
Б)

5. Михальченко І.Г.,
Кривак А.В.
Підвищення
продуктивності праці
в міжнародних ІТ-
компаніях у концепції
маркетингу
персоналу. Вчені
записки Таврійського
національного
університету імені В.І.
Вернадського. 2021.
Том 32 (71). № 4. С.
58-62. (фахове
видання кат. Б)

П.п.3
1. Polous Olga,
Hrychkoiedova Maryna,
Mykhalchenko Inna.
Formation of
competency clusters as
a means of enterprises
human capital
development in the
digital economy. Cluster
Policy of Innovative
Development of the
National Economy:
Integration and
Infrastructure Aspects:
monograph / under the
editorship of professor
Svitlana Smerichevska.
Poznań: Wydawnictwo
naukowe WSPIA, 2020.
P. 323-334.

2. Polous O.,
Mykhalchenko I.
Competence-oriented
approach to the
intellectualization of
human capital in the
context of global
economic
transformations.
Pandemic Economic
Crisis: Changes and
New Challenges to
Society: scientific

monograph / edited by M. Bezpartochnyi. Sofia: VUZF Publishing House "St. Grigorii Bogoslov", 2020. P. 179-188.

3. Mykhalchenko I. Tendencies of foreign trade of Ukraine: pandemic crisis? Trends and prospects for the world economy and international economic relations: collective monograph / Edited by Walery Okulicz-Kozaryn. Częstochowa: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, 2020. P. 112-123.

П.п.4

1. Маркетинг: методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи / уклад.: Т.В. Князева, О.В. Полоус, А.В. Шевченко, Г.А. Радченко, І.Г. Михальченко. К: НАУ, 2021. 76 с.

2. Глобальна економіка: практикум / уклад.: І.Г. Михальченко, О.В. Полоус. К: НАУ, 2019. 48 с.

П.п.10

University of Finance, Business and Entrepreneurship, Sofia, Bulgaria, Certificate №BG/VUZF/930-2021, 'Modern business models and innovative technologies in the field of economics, marketing and international economic relationships: European experience and global trends', 01 September 2021 – 30 November 2021 (180 hours).

П.п.11

1. Наукове консультування ТОВ «ВОЙМАС» (довідка №11-04/5 від 04.01.2022)

2. Наукове консультування ТОВ «ПРАЙМ КОНЕКТ» (довідка №11-04/6 від 05.01.2022)

П.п.12

1. Mykhalchenko I., Glonti V. Digital marketing transportation innovations. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: зб. матеріали II Міжн. наук.-практ. конф., м. Київ, 7-8 жовтня 2021 р. Т.1. К.: НАУ, 2021. С.

383-384.
2. Лишилєнко Ю. Т.,
Михальченко І.Г. The
role of transportation
innovations.
Перспективи розвитку
територій: теорія і
практика: зб.
матеріалів V міжн.
наук.-практ.
конференції здоб.
вищої освіти і
молодих учених, м.
Харків, 18-19
листопада 2021 р.
ХНУМГ ім. О. М.
Бекєтова, 2021.С. 424-
426.
3. Устимєнко Д.,
Михальченко І.
Ключові тенденції та
перспективи розвитку
електронної комерції.
Теоретичні та
практичні
дослідження молодих
науковців: зб. тез доп.
XV міжнар. наук.-
практ., м. Харків, 1-3
грудня 2021 р. Харків:
НТУ «ХПІ», 2021. С.
241-242.
4. Михальченко І.Г.
Специфіка inbound та
outbound маркетингу.
Маркетингова освіта в
Україні: зб. матеріалів
V міжнар. наук.-практ.
Інтернет-конф., м.
Київ, 7-8 жовтня 2021
р. К.: КНЕУ, 2021. С.
213-214.
5. Mykhalchenko I.
Transnationalization of
developing markets.
Глобальний
маркетинг: аналіз і
виклики сучасності:
зб. тез доп. III міжн.
наук.-практ. конф.
(Київ, 27 травня 2021
р.). К.: НАУ, 2021. С.
82-83.
П.п.13
2022-2023 н.р.
Fundamentals of
Marketing on Transport
(51 година)
Sales Management (51
година)
Industrial Enterprise
Marketing (17 годин)
Marketing Pricing (68
годин)
Marketing of Services
(57 годин)
2021-2022 н.р.
Information Support of
Marketing Activity (34
години)
Fundamentals of
Marketing on Transport
(51 година)
Marketing in Aviation
(57 годин)
Marketing of Industrial
Enterprise (72 години)
Organization of
marketing activity in
Aviation (48 годин)
П.п.19

							Член Польського економічного співтовариства
69713	Петропавловська Світлана Євгенівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом кандидата наук ЭК 028066, виданий 29.03.1989, Атестат доцента ДЦ 007938, виданий 19.06.2003	22	Брендинг	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 22 роки наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Член Української Асоціації Маркетингу.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1.Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Стратегії позиціонування бренду. [Електронний ресурс] // Інфраструктура ринку. 2017. №7. 2.Петропавловська С.Є., Лисак Н.Ю., Малахівська Г.В. Соціальні медіа як інструмент управління лояльністю споживачів. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць – К.: НАУ, 2018. №1(63). С.166-174. 3. Петропавловська С.Є., Ткачук М.Ю. Застосування онлайн-брендингу у створенні іміджу міста. Проблеми системного підходу в економіці. Фаховий збірник наукових праць. Економічні науки. 2019. № 2(2). С. 156-161. 4. Петропавловська С.Є., Ткачук М.Ю. "Геокультурний брендинг міст. Науково-практичний журнал "Економічні студії". 2020. № 3(29). С.83-91. 5.Petropavlovskaya S., Beznitska D. The digital economy of the region in the context of conditions to increase its competitiveness. Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ. 2020. №2(12). С .22-26. 6. Petropavlovskaya Svitlana, Sydorov Andri Етика та нейромаркетинг. Ethics and Neuromarketing/ Проблеми системного підходу в економіці. 2021. №5(85). С. 75-81. П.п.3 1. Бренд-менеджмент:</p>

навч. Посібник / Смерічевський С.Ф., С.Є. Петропавловська, О.А. Радченко. – К.: НАУ, 2019. – 156 с.

П.п.4

1.Маркетингові комунікації: Методичні рекомендації до практичних занять та виконання курсової роботи/ Уклад.: С.Є. Петропавловська, О.А.Радченко - К.: НАУ, 2018, - 48с

2.«Бренд-менеджмент». Практикум/ Уклад.: С. Є. Петропавловська, О. В. Хмельницька. – К.: Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ-друк», 2018. – 48 с.

3.Рекламний менеджмент: методичні рекомендації до практичних занять та виконання домашнього завдання/ Уклад.: С.Є. Петропавловська, Ю.В. Фісун - К.: НАУ, 2018, - 48с.

П.п.12

1.Петропавловська С.Є., Романюк Ю. Комунікаційні аспекти формування бренду територій. Маркетингова освіта в Україні : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 7-8 жовтня 2021р. Київ 2021. С.129-132.

2.Петропавловська С.Є. Правила результативної реклами. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення. : матеріали III міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 20-25 травня 2022. Київ 2022. с.102-103

3.Петропавловська С.Є. Маркетингові технології просування бренду в міжкультурному просторі. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 21 жовт. 2021р. Київ. 2021. С. 316 – 317.

4.Петропавловська С.Є. Ковтун К. Ю. Сайт як інструмент маркетингових комунікацій. The 10th International scientific and practical

conference “Dynamics of the development of world science” : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Vancouver, June 10-12, 2020. Perfect Publishing, Vancouver, Canada. 2020. S. 631 - 636.

5.Петропавловська С.Є. Інтернет як канал просування у сфері роздрібно торгівлі. CHALLENGES IN SCIENCE OF NOWADAYS : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вашингтон, 16-18 липня 2020 р. м. Вашингтон, США ,2020. С. 6-15.

6.Петропавловська С.Є., Колбушкін Ю.П. Економічна психологія як основа маркетингових стратегій. Перспективи і виклики глобального маркетингу: тези доп. міжнародної наук.-практ. конф.,м. Київ, 24 жовтня 2018 р. Київ , 2018. С.14-16.

7.Петропавловська С.Є., Лисак Н.Ю, Малахівська Г.В. Практичні аспекти таргетованої реклами в SYCNFUHFV та FACEBOOK. INNOVATION MANAGEMENT IN MARKETUNG. MODERN TRENDS AND STRATEGIC IMPERATIVES: матеріали міжнародної наук.-практ. конф. Roznan, Poland. 2018. С.246-248.

8. Петропавловська С.Є. Акентьєва Л.О. Імідж міста як стратегічний фактор Ефективного маркетингу території. The 10th International scientific and practical conference “Perspectives of world science and education” : матеріали міжнар. наук.-практ. конф.,Osaka, June 17-19, 2020. CPN Publishing Group, Osaka, Japan2020. S. 413- 423.

9.Петропавловська С.Є., Акентьєва Л.О. Ефективність маркетингових можливостей в контексті національних культур. The 10th International scientific and practical

						conference Topical issues of the development science : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Sofia, June 4-6. 2020. Publishing House «ACCENT», Sofia , Bulgaria, 2020. С.609-619. П.п.19 Член Української Асоціації Мркетингу з 2020 року	
234489	Князєва Тетяна В`ячеславівна	Завідувач кафедри (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом магістра, Донецька державна академія управління, рік закінчення: 2003, спеціальність: 050206 Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності, Диплом доктора наук ДД 006035, виданий 13.12.2016, Диплом кандидата наук ДК 053935, виданий 08.07.2009, Аттестат доцента 12/ДЦ 029206, виданий 23.12.2011	17	Соціально-відповідальний маркетинг	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 17 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам Гарант освітньо-наукової програми третього рівня вищої освіти (доктор філософії) за спеціальністю 075 «Маркетинг» Член вченої ради Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Galkin A., Popova Y., Kyselov V., Kniazieva T., Kutsenko M. and Sokolova N. Comparison of Urban Conventional Delivery and Green Logistics Solutions, 13th International Conference on Developments in eSystems Engineering (DeSE), 2020, pp. 95-99, doi: 10.1109/DeSE51703.2020.9450776 (Scopus) 2. Smerichevskiy S., Kniazieva T., Kolbushkin Yu., Reshetnikova I., Olejniczuk-Merta Anna. Environmental orientation of consumer behavior: motivation component. Problems and Perspectives in Management. 2018. Vol 16, No 2. pp. 424-437. http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(2).2018.38 (Scopus) 3. Kniazieva T., Smerichevskiy S., Kolbushkin Yu. Method of Strategic Planning and Management Decisions Making Considering the Life Cycle Theory. Baltic

Journal of Economic Studies. 2017. Vol 3, No 5. pp. 175-182. DOI: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-175-182> (Web of Science)

4. Князева Т.В., Алексеевко І.М. Маркетингова стратегія розвитку соціального підприємництва. Проблеми системного підходу в економіці. Вип. № 1 (81), 2021. <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-12> (Фахове видання кат. Б)

5. Dergachova V., Smerichevskiy S., Kniazieva T., Smerichevska S. Tools for formation and development of the environmentally friendly food products market: regional aspect in Ukraine. Environmental Economics, 2020. 11(1), P. 96-109. [http://dx.doi.org/10.21511/ee.11\(1\).2020.09](http://dx.doi.org/10.21511/ee.11(1).2020.09) (Фахове видання кат. Б)

6. Князева Т.В., Радченко Г.А. Теоретичне підґрунтя формування інструментарію маркетингового забезпечення розвитку концепції «зеленої» економіки. Інтеллект ХХІ: науковий економічний журнал. Вип. 2, 2020. С. 85-90. http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2020/2020_2/16.pdf (Фахове видання кат. Б)

7. Князева Т.В. Системний підхід в стратегічному маркетингу та управлінні бізнес-процесами. Проблеми та перспективи забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку: зб. наук. праць Донецького державного університету управління, сер. «Економіка». Т. ХІХ, Вип. 309. Маріуполь, ДонДУУ, 2018. С. 77-84. <https://old.dsum.edu.ua/fahove-vydannya-zbirnyk-naukovyh-prats/> (Фахове видання кат. Б)

П.п. 3

1. Smerichevskiy S.,

Kniazieva T., Ramenska S. Methods of management by enterprise corporate social responsibility development: ecological component. Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph. Przeworsk: WSSG, 2019. Vol. 1. pp. 30-42.

2. Князева Т.В. Економічні аспекти вирішення глобальних екологічних проблем. Світове господарство та міжнародні економічні відносини : сучасні трансформації та перспективи розвитку: монографія / за редакцією Мізюк С. Г. К. Видавничий дім «Кондор», 2019. 392 с. С. 100-154.

3. Kniazieva T., Dielini M., Kovalova M. Conception of Social orientation of Marketing on Macro and Micro Level in Accordance with International Standards. Scientific development and achievements: collective monograph. London: Sciemcee Publishing London. 2018. P. 396-407.

4. Князева Т.В. Міжнародна екологічна політика: теорія, методологія, сценарії розвитку. Монографія. Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2014. 384 с. П.п. 7

Член спеціалізованих вчених рад з присудження наукового ступеня доктора наук:

1. Д 26.056.10 (Київський національний університет будівництва та архітектури) – спеціальності 08.00.03, 08.00.04, 08.00.06

2. Д 26.062.02 (Національний авіаційний університет) – спеціальності 08.00.03, 08.00.04, 08.00.08

3. Офіційний опонент на захисті дисертації Предуна К.М. на здобуття ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.06 – Економіка

природокористування та охорони навколишнього середовища на тему «Теоретико-методологічні основи екологічного менеджменту стейкхолдерів енергопостачання на ґрунті біосферосумісності» (2020р., КНУБА, спеціалізована вчена рада Д 26.056.10)
П.п. 8

1. Член редакційної колегії фахового видання НАУ (економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці», секція «Маркетинг». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)
2. Науковий керівник та відповідальний виконавець науково-дослідної роботи «Теоретико-методологічне забезпечення еколого-відповідального маркетингу в умовах децентралізації управління» (термін виконання 01.09.2017-30.06.2019)
3. Виконавець науково-дослідної роботи «Інструментарій маркетингового забезпечення розвитку концепції зеленої економіки» № 0120U100123 (термін виконання: 01.2020 – 12.2022)

П.п. 10

1. Член керівного комітету Програми малих грантів Глобального екологічного фонду Програми розвитку ООН (з 2018 р.)
2. Членство у Польському економічному співтоваристві (з 2020 р.)
3. Науково-педагогічне стажування 23-27 липня 2018 р. у Балтійському науково-дослідному інституті проблем трансформації економічного простору (м. Рига, Латвія) на тему «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління» в обсязі

150 годин / 5,0 кредитів (сертифікат міжнародного зразка Сертифікат С 20180717)

4. Науково-педагогічне стажування 14-23 вересня 2019 р. у Варненському вільному університеті імені Чорноризця Храбра (м. Варна, Болгарія) на тему «Інновації в науці: виклики сучасності» в обсязі 180 годин / 6,0 кредитів (сертифікат міжнародного зразка Сертифікат С 9775)

П.п.12

1. Князева Т., Зайченко М. Маркетинговий аналіз зацікавлених сторін та їх залучення у розвиток корпоративної соціальної відповідальності. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції: тези доп. 20-25 травня 2022 р. Київ, НАУ. С. 57-58.

2. Князева Т.В., Чернишова Т.В. Зелений маркетинг у системі формування соціальної відповідальності бізнесу. Маркетинг: виклики та рішення: міжнар. наук.-практ. конф., 21-23 квітня 2021 р.: тези доп. Одеса: ОНЕУ, 2021. С.55-57.

3. Князева Т.В. Роль принципів екологічної відповідальності бізнесу у формуванні стратегії підприємства // Глобальний маркетинг: аналіз и вызовы современности: міжнар. наук.-практ. конф., 16-17 мая 2019 г.: тезисы докл. Батуми, 2019. С. 107-110.

4. Kniazieva T., Moneva I. Implementation of foreign environmental practices in strategic development of Ukrainian corporations // Сучасні проблеми глобалізаційних процесів в світовій економіці: XII міжнар. наук.-практ. конф., 11 листопада 2019 р.: тези доп. Київ: НАУ, 2019.

						<p>5. Князева Т.В. Розвиток сегменту екологічно орієнтованих споживачів в Україні // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: VII міжнар. наук.-практич. конф., 14-15 вересня 2018 р.: тези доп. Одеса, 2018. С. 11-12.</p> <p>П.п. 13 Сертифікат з курсів англійської мови, рівень B2, виданий Centrum Językowe «LANGO» Agnieszka Koręć (Польща), 30.10.2017 р.</p> <p>П.п. 19 1. Член Громадської організації «Об'єднання Маркетологів України» 2. Членство в українській асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти 3. Член Всеукраїнської Громадської Організації Українська Асоціація Економістів-Міжнародників</p>	
234489	Князева Тетяна В`ячеславівна	Завідувач кафедри (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом магістра, Донецька державна академія управління, рік закінчення: 2003, спеціальність: 050206 Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності, Диплом доктора наук ДД 006035, виданий 13.12.2016, Диплом кандидата наук ДК 053935, виданий 08.07.2009, Аттестат доцента 12ДЦ 029206, виданий 23.12.2011</p>	17	Міжнародний маркетинг	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 17 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам Гарант освітньо-наукової програми третього рівня вищої освіти (доктор філософії) за спеціальністю 075 «Маркетинг» Член вченої ради Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Tetiana V. Kniazieva, Anna S. Maryna, Anna V. Shevchenko, Ella M. Prydatko, Olena G. Tkachenko. Correlation of monetization with macroeconomic development indicators. Economic Alternatives, 2022, Issue 2. PP. 264-279. https://doi.org/10.37075/EA.2022.2.06 (Scopus) 2. Tetiana V. Kniazieva,</p>

Anna V. Shevchenko, Hanna A. Radchenko, Olena S. Komova, Liliia O. Pankova. The impact of the transnationalization process on the consumer market of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 7, No 5. 2021. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-5-268-276> (Web of Science)

3. Holod Andrii P., Shevchuk Andriy V., Korkuna Oryslava I., Kniazieva Tetiana V., Shevchenko Anna V. Spatial aspects of modernization of regional tourist systems. *Turismo: Estudos & Práticas (UERN), Mossoró/RN, Caderno Suplementar* 05, 2020. (Web of Science)

4. Kniazieva T., Smerichevskiy S., Atia Walid. Assessment of marketing activity management in territorial units: theoretical-methodological approach. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol 4. No 4. pp. 326-333. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-4-326-333> (Web of Science)

5. Kniazieva T., Smerichevskiy S., Kolbushkin Yu. Method of Strategic Planning and Management Decisions Making Considering the Life Cycle Theory. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2017. Vol 3, No 5. pp. 175-182. DOI: <http://dx.doi.org/10.30525/2256-0742/2017-3-5-175-182> (Web of Science)

6. Князева Т.В., Кириченко О.О., Сиволап О.Ю. Глобалізаційні процеси в економіці та їх вплив на розвиток банківського середовища України. *Проблеми системного підходу в економіці*. Вип. № 1 (75), 2020. С. 75-82. (фахове видання кат. Б)

7. Князева Т.В., Шевченко А.В. Організаційно-економічні заходи зовнішньоекономічного регулювання захисту споживчого ринку України.

Проблеми системного підходу в економіці. Вип. № 2 (76), 2020. С. 161-169. <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-24> (фахове видання кат. Б)

П.п. 3

1. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т.В. Князева, Ю.П. Колбушкін, С.Ф. Смерічевський, В.Л. Сібрук. К.: НАУ, 2019. 164 с.

2. Smerichevskiy S., Klimova O., Kniazieva T. Mechanisms to ensure the activation of the market of products of aircraft building based on clustering and outsourcing. Cluster Policy of Innovative Development of the National Economy: Integration and Infrastructure Aspects: collective monograph / under the editorship of professor Svitlana Smerichevska. Poznań: Wydawnictwo naukowe WSPiA, 2020. P. 352-364.

П.п. 4

1. Маркетинг: Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів ОС «Бакалавр» та ОС «Магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг», «Електронний маркетинг», «Міжнародний маркетинг». / Уклад.: Т.В. Князева, О.В. Полоус, Г.А. Радченко, А.В. Шевченко, І.Г. Михальченко. К: НАУ, 2021. 85 с.

2. Маркетинг: Методичні рекомендації до проектування для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». / Уклад.: Т.В. Князева, А.В. Шевченко, Ю.П. Колбушкін. К.:НАУ, 2019. 56 с.

3. Маркетинговий аналіз міжнародної діяльності суб'єктів господарювання : методичні рекомендації до виконання

домашнього завдання/уклад. Т. В. Князева. К.: НАУ, 2019. 24 с

4. Маркетинговий аналіз міжнародної діяльності суб'єктів господарювання: практикум / уклад. : Т. В. Князева, А. В. Шевченко. К. : НАУ, 2019. 52 с.

П.п. 7

Член спеціалізованих вчених рад з присудження наукового ступеня доктора наук:
- Д 26.056.10 (Київський національний університет будівництва та архітектури) – спеціальності 08.00.03, 08.00.04, 08.00.06
- Д 26.062.02 (Національний авіаційний університет) – спеціальності 08.00.03, 08.00.04, 08.00.08

П.п. 8

1. Член редакційної колегії фахового видання НАУ (економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці», секція «Маркетинг». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)

2. Науковий керівник та відповідальний виконавець науково-дослідної роботи «Теоретико-методологічне забезпечення еколого-відповідального маркетингу в умовах децентралізації управління» (термін виконання 01.09.2017-30.06.2019)

3. Виконавець науково-дослідної роботи «Інструментарій маркетингового забезпечення розвитку концепції зеленої економіки» № 0120U100123 (термін виконання: 01.2020 – 12.2022)

П.п. 10

1. Член керівного комітету Програми малих грантів Глобального екологічного фонду Програми розвитку ООН (з 2018 р.)

2. Членство у Польському економічному співтоваристві (з 2020

р.)
3. Науково-педагогічне стажування 23-27 липня 2018 р. у Балтійському науково-дослідному інституті проблем трансформації економічного простору (м. Рига, Латвія) на тему «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління» в обсязі 150 годин / 5,0 кредитів (сертифікат міжнародного зразка Сертифікат С 20180717)
4. Науково-педагогічне стажування 14-23 вересня 2019 р. у Варненському вільному університеті імені Чорноризця Храбра (м. Варна, Болгарія) на тему «Інновації в науці: виклики сучасності» в обсязі 180 годин / 6,0 кредитів (сертифікат міжнародного зразка Сертифікат С 9775)
П.п.12
1. Князева Т., Устименко Д. Сталій розвиток економіки в умовах глобальної пандемії та цифровізації. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції: тези доп. 20-25 травня 2022 р. Київ, НАУ. С. 150-153.
2. Kniazieva T., Hu Peiyao. Theoretical aspects of marketing management in international corporations. Міжнародне економічне співробітництво: механізми та стратегії розвитку: міжнародна науково-практична конференція 21 листопада 2020 р. Львів: ГО «Львівська економічна фундація», 2020. С. 21-24.
3. Kniazieva T. , Yur O. Ukraine in the world market of goods and services. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та

						<p>рішення: Міжнародна науково-практична конференція: 22 жовтня 2020 р. Київ: НАУ. С.98-101.</p> <p>4. Kniazieva T. Marketing strategy of the business project of the enterprise. Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності: міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 22 травня 2020 р.: тези доп. Київ, НАУ, 2020. С.115-117.</p> <p>5. Князева Т.В. Адаптації українського споживчого ринку до процесу транснаціоналізації. Сучасні проблеми глобалізаційних процесів в світовій економіці: XII міжнар. наук.-практ. конф., 11 листопада 2019 р.: тези доп. Київ: НАУ, 2019. С. 48-50.</p> <p>П.п. 13 Сертифікат з курсів англійської мови, рівень B2, виданий Centrum Językowe «LANGO» Agnieszka Koreś (Польща), 30.10.2017 р.</p> <p>П.п. 19 1. Член Громадської організації «Об'єднання Маркетологів України» 2. Членство в українській асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти 3. Член Всеукраїнської Громадської Організації Українська Асоціація Економістів-Міжнародників</p>	
422252	Армаш Надія Олексіївна	Професор (0,5 ставки), Сумісництво	Юридичний факультет	<p>Диплом спеціаліста, Запорізький державний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: 060101</p> <p>Правознавство, Диплом магістра, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Український центр правничих студій Української Правничої Фундації, рік</p>	18	Господарське право	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 18 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1. 1. Mikichurova, Olga (Mikichurova, Olga) ; Klyuyeva, Yevgeniya (Klyuyeva, Yevgeniya) ; Armash, Nadiia (Armash, Nadiia) Transport in the circular economy /</p>

закінчення:
2000,
спеціальність:
060101
Правознавство,
Диплом
доктора наук
ДД 003453,
виданий
26.06.2014,
Диплом
кандидата наук
ДК 030052,
виданий
30.06.2005,
Атестат
доцента 12ДЦ
016181,
виданий
22.02.2007

Turismo-estudos e praticas, № 1, FEB 2021 // <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000625009000007> (Web of Science Core Collection)
2. Армаш Н.О. Правова природа збору винагороди за репрографічне відтворення творів та приватне копіювання / Юридичний вісник. Повітряне та космічне право. Том 2 № 63 (2022). С. 143-151
3. Армаш Н.О. Корупція в Україні як спадщина радянського державного управління / Юридичний вісник. Повітряне та космічне право. Том 2 № 47 (2018). С. 89-94.
4. Армаш Н.О. Демократія як елемент кадрового забезпечення органів виконавчої влади / DICTUM FACTUM. Випуск 3 (8) (2020). С. 16-19.
5. Armash, Nadiia Political posts nuances in the public service system / Юридичний вісник. Повітряне та космічне право. № 1 (2018). С. 11-14
П.п.3.
1. Адміністративно-правова реформа в Україні/за заг. ред. СВ Петкова–Київ: КНТ, 2022–180 с.
2. Адміністративне право України. Повний курс: підручник Київ: Академія адміністративно-правових наук, 2020. 466 с.
П.п.6.
Циганенко А.М., 2020, к.ю.н., спеціальність 12.00.07, КНТЕУ, Хамзін Т.Р. (2020, к.ю.н., спеціальність 12.00.07, Університет митної справи та фінансів, Тимченко Л.М., 2020 к.ю.н., спеціальність 12.00.07, Червенкова М,В., 2019 к.ю.н., спеціальність 12.00.07, Університет митної справи та фінансів, Москаленко С.І. 2019 д.ю.н., спеціальність 12.00.07, МАУП.
П.п.7.
Опонування:

Солошенко, 2021,
к.ю.н., спеціальність
12.00.07, Університет
митної справи та
фінансів; Токарєва
К.С. 2021 д.ю.н.,
спеціальність
12.00.07, НАУ, Горінов
П.В., 2021, д.ю.н.,
спеціальність
12.00.07, НАУ; Кожура
Л.О., 2021, Бевз С.І.,
2020, д.ю.н.,
спеціальність
12.00.07, НАУ.
П.п.8.
Член редакційної
колегії фахового
збірника наукових
праць (Юридичні
науки) «DICTUM
FACTUM» (Україна)
Член редакційної
колегії збірника
наукових праць
EURÓPSKA VEDA:
Vedecký časopis
(Словаччина)
Член редакційної
колегії збірника
наукових праць
Společnostwo i
Polityka. Pismo
edukacyjne (Польща)
П.п. 11.
Виконання науково-
правових експертиз та
експертиз
менеджменту на
підставі:
- Меморандуму про
співпрацю та
взаємодію від 10
серпня 2019 року з
ВГО «Союз експертів
України»;
- Меморандум про
співпрацю між
Юридичним
факультетом НАУ та
ВСП ДП
«Інформаційні судові
системи» «Центр
судової експертизи та
експертних
досліджень» від 2018
р.
П.п. 19.
Віце-президент з
нормативно-
правового напрямку та
експертних
досліджень
Всеукраїнської
громадської
організації «Союз
експертів України»;
Член Союзу юристів
України;
П.п. 20.
Заступник директора
відокремленого
структурного
підрозділу
державного
підприємства
«Інформаційні судові
системи» «Центр
судової експертизи та
експертних
досліджень»

						Державної судової адміністрації України	
30108	Радченко Ганна Анатоліївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом магістра, Донецька державна академія управління, рік закінчення: 2002, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 000111, виданий 10.11.2011, Атестат доцента 12/ДЦ 037110, виданий 17.01.2014	17	Маркетинг інновацій	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 19 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Відповідальний редактор фахового збірника наукових праць (Економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)</p> <p>Член Громадської організації «Об'єднання маркетологів України» посвідчення № 0179 дійсне до 31.12.2025 р</p> <p>Член Польського Економічного Товариства</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p> <p>П.п.1</p> <p>1. Kosova, T., Smerichevskiy, S., Kostyrko, L., Kostyrko, R., Radchenko, H., & Bondarenko, O. (2021). Financial and integrated reporting of ukraine energy holdings in the categories of sustainable development and marketing innovations. Academy of Accounting and Financial Studies Journal, 25(S5), 1-16. (Scopus)</p> <p>2. Kosova T., Smerichevskiy, S., Ivashchenko A., & Radchenko, H. (2021). Theoretical aspects of risk management models in economics, marketing, finance and accounting. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 3(38), 409–418. https://doi.org/10.18371/fcaptp.v3i38.237474 (Web of Science)</p> <p>3. Kniazieva, T., Shevchenko, A., Radchenko, H., Komova, O., & Pankova, L. (2021). The impact of transnationalization on the global consumer market. Baltic Journal of Economic Studies, 7(5), 268-276. https://doi.org/10.3052</p>

5/2256-0742/2021-7-5-268-276 (Web of Science)
4. Hrynko, P., Grinko, A., Shtal, T., Radchenko, H., & Pokolodna, M. (2021). Formation of an innovative business model of a trade organization in the context of economic globalization. Scientific Horizons, 24(6), 92-98. [https://doi.org/10.48077/scihor.24\(6\).2021.92-98](https://doi.org/10.48077/scihor.24(6).2021.92-98) (Scopus)
5. Tkachenko, T., Pohrebniak, A., Radchenko, H., Liubokhynets, L., & Budnik, M. (2022). Methodical principles of the competitiveness assessment of industrial enterprises in the conditions of the circular economy formation. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, 44(1), 95-102. <https://doi.org/10.15544/mts.2022.10> (Web of Science)
6. Раменська С.Є., Хороших В.В., Радченко Г.А. Поєднання децентралізації влади в Україні і маркетингу територій. Проблеми системного підходу: зб. наук. праць. Випуск № 2(76)/2020). К. НАУ, 2020. С. 74-79 DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-2-12>

П.п.3
1. Радченко Г.А., Смерічевський С.Ф., Ахузянов О.В., та інші, всього 14 осіб
Закономірності і перспективи розвитку малого підприємництва в структурі національної інноваційної системи України, Монографія. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 224 с.
2. Маркетинг «зелених» технологій: інноваційні споживчі потреби та інтелектуалізація людського капіталу/ Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти. Монографія. Київ, Студцентр. 2021/6.

C.57-67
3. Tetiana Kniazieva,
Hanna Radchenko
Ecological factor in the
development of
international economic
relations in the context
of transnationalization.
Trends and prospects
for the world economy
and international
economic relations:
Collectivemonograph/
Edited by Walery
Okulicz-Kozaryn, dr.
hab., MBA, Professor,
School of
Entrepreneurship,
Wroclaw University of
Environmental and Life
Sciences.2020. 179 p.
ISBN 978-83-65343-
19-2
4. Сібрук В.Л.,
Радченко Г.А., Сібрук
А.В. Методологічні
аспекти управління
розвитком територій
на засадах маркетинг-
менеджменту
Economics,
management and
administration in the
coordinates of
sustainable
development: Scientific
monograph. Riga,
Latvia: Baltija
Publishing, 2021. С.
200-216 DOI:
<https://doi.org/10.30525/978-9934-26-157-2-11>
П.п.4
1. Радченко Г.А.,
Смерічевський С.Ф.,
Колбушкін Ю.П.,
Шевченко А.В., та
інш. Стратегічний
маркетинг. Методичні
рекомендації до
виконання курсової
роботи.К.: НАУ,
2017.66 с
2. Маркетинг:
методичні
рекомендації до
виконання
кваліфікаційної
роботи / уклад.: Т.В.
Князева, О.В. Полоус,
А.В. Шевченко, Г.А.
Радченко, І.Г.
Михальченко. К: НАУ,
2022. 80 с.
П.п.8
1. Відповідальний
редактор фахового
збірника наукових
праць (економічні
науки) «Проблеми
системного підходу в
економіці». Index
Copernicus,Crossref
DOI, CiteFactor,
Eurasian Scientific
Journal Index. Фахова
реєстрація (Категорія
«Б»):
2. Відповідальний
виконавець

кафедральної науково-дослідної роботи 23-01-2020 (№ 0120U100123) «Інструментарій маркетингового забезпечення розвитку концепції зеленої економіки» Термін виконання НДР 23.01.2020 – 31.12.2022.
П.п.12
1. Ковтун К. Ю., Радченко Г.А. Електронний маркетинг як інноваційний інструмент брендингу. Бренд-менеджмент : маркетингові технології [Електронне видання] : Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. в. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С. 318-320.
2. Колосс І.І., Радченко Г.А. Актуальні комунікаційні інструменти онлайн простору молодіжної аудиторії. Бренд-менеджмент : маркетингові технології [Електронне видання]: Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. в. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С. 160-162.
3. Котовська Н.В., Радченко Г.А. Роль і значення маркетингових технологій в рекламній діяльності. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення». 21 жовтня 2021 р. Том 1. К.: НАУ, 2021. С. 287-289.
4. Кручок К.В., Радченко Г.А. Діджитал тенденції розвитку фітнес-індустрії. Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності : тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27 травня 2021 р.). Київ : НАУ, 2021. С. 53-55.
5. Радченко Г.А. Штучний інтелект в

роботі маркетологів. Маркетингові аспекти управління соціально-економічними системами: сучасний вимір та перспективи: матеріали Всеукраїнської наукової Інтернет-конференції /Хороших В.В. (укладач) / Донецький державний університет управління. Маріуполь, 2020. С. 108-109

6. Радченко Г.А. Цифровізація та трансформації бізнесу та галузей економіки України. Глобальний маркетинг:аналіз і виклики сучасності. II міжнародна науково-практична конференція, 22 травня 2020 р.: тези доп. К.: НАУ, 2020. С. 63-65

7. Радченко Г.А. Цифрова грамотність як передумова ефективного використання інноваційних технологій в освіті. «I Всеукраїнська науково-практична конференція «Дистанційна освіта в Україні: інноваційні, нормативно-правові, педагогічні аспекти».16 червня 2020 р.: тези доп. К НАУ, 2020. С. 141-143

8. Sokolova M., Radchenko H. Relevance of cooperation and outsourcing. Abstracts I International scientific-practical conference «Economic and business administration development:scientific currencies and solutions». Editorial board SvitlanaPetrovska, Olha Vovk [and others], Kiev, 2020, National Aviation University.. K: NAU, 2020. P. 392- 394

9. Marchuk V., Radchenko H. The impact of the pandemic on globalization. Abstracts I International scientific-practical conference «Economic and business administration development:scientific currencies and solutions». Editorial board SvitlanaPetrovska, Olha Vovk [and others], Kiev, 2020, National Aviation

University.. K: NAU,
2020. P. 384- 386
10. Радченко Г.А.
Тренди розвитку
цифрових
трансформацій
України.
.Інноваційно-
інвестиційні
проблеми
клатеризації
економіки України:
матеріали
Міжнародної науково-
практичної
конференції (м. Київ,
6 грудня 2019 р.). Київ
: Національний
авіаційний
університет, 2019. С.
79-81
11. Радченко Г.А.
Використання
скорингу для
підвищення
ефективності програм
лояльності клієнтів.
International Scientific-
Practical Conference
Innovation
Management in
Marketing: Modern
Trends and Strategic
Imperatives:
Conference
Proceedings, April 12-
13th, 2018. Poznan,
Poland: WSPiA
Publishing, 308 pages.
p. 286-288.
12. Радченко Г.А.,
Федоренко О.О.
Особливості
інвестиційної та
маркетингової
діяльності при
просуванні стартапів.
XII Всеукраїнська
конференція «В2В
МАРКЕТИНГ» (м.
Київ, 2018 р. КПІ ім.
Ігоря Сікорського. 124
с. С.112-113
13. Vladimer Glonti,
Радченко Г.А. Нативна
реклама як сучасна
маркетинговий
інструмент
просування бренду.
Перспективи і
виклики глобального
маркетингу:
матеріали
Міжнародної науково-
практичної
конференції (м. Київ,
24 жовтня 2018 р.). К.:
НАУ. 116 с. URL:
[http://feba.nau.edu.ua/
component/k2/24-10-
2018-kafedra-
marketynhu-provela-
mizhnarodnu-naukovo-
praktychnu-
konferentsiiu-
perspektyvy-i-vyklyky-
hlobalnoho-
marketynhu](http://feba.nau.edu.ua/component/k2/24-10-2018-kafedra-marketynhu-provela-mizhnarodnu-naukovo-praktychnu-konferentsiiu-perspektyvy-i-vyklyky-hlobalnoho-marketynhu) С. 9-11.
П.п.14
1. Керівництво
командою у творчому

						<p>турнірі в галузі реклами (creative battle) XV-й «Рекламний полігон», в рамках Всеукраїнського IV-го Фестивалю Реклами «Реклама-Фест» 4-6 липня 2019 р. м. Одеса. (студенти кафедри маркетингу ФЕБА Садовська І., Євченко А., Цалко Б.). Результат - Диплом II ступеню.</p> <p>2. Міжнародний рекламний конкурс креатив-батл «Рекламний полігон» осінь 2020 (Київ) – 2 місце.</p> <p>3. Керівництво студенткою (Кириленко А.) для участі у V Всеукраїнському студентському фестивалі соціальної реклами «Призма». 2017 р. Номінація «Радіореклама». Диплом II ступеня.</p> <p>4. Марафон інтелектуальної власності «IP MARATHON» 2018 – 1-е місце (студент маркетолог (Євченко Альберт) у складі команди НАУ спеціальності комп'ютерних інформаційних технологій комп'ютерних інформаційних технологій).</p>	
6296	Захарчук Олег Миколайович	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій	Диплом кандидата наук ДК 007931, виданий 20.09.2000, Атестат доцента ДЦ 008520, виданий 23.10.2003	22	Історія української державності та культури	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 22 роки наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Член Міжнародного наполеонівського товариства (La international Napoleonic society) Член Національної спілки краєзнавців України</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.3 1. Захарчук О.М. Українські землі у складі Російської та Австро-Угорської імперій (наприкінці XVIII–XIX ст.. Історія та культура України. Методичні рекомендації з підготовки до</p>

семінарських занять для студентів усіх спеціальностей / Уклад.: І.І. Тюрменко, О.М. Захарчук, О.Г. Лькова та ін. Тернопіль: «Бескід», 2018. С. 29–45.

2. Захарчук О.М. Вступ, методичні рекомендації до написання контрольної роботи, спи рекомендованої літератури. Історія та культура України. Методичні рекомендації з підготовки до занять та виконання контрольної роботи для студентів Навчально-наукового інституту неперервної освіти для усіх спеціальностей / для студентів усіх спеціальностей / Уклад.: І.І. Тюрменко, О.М. Захарчук, О.Г. Лькова та ін. Тернопіль: «Бескід», 2018.С. 32–33, 120–128.

3. Захарчук О.М. Суспільно-політичні процеси в українських землях у складі Російської та Австро-Угорської імперій (1900–1917 рр.). Історія української державності та культури : практикум для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» усіх спеціальностей / уклад Л.В. Божук, В.М. Гребенніков, О.М. Захарчук та ін. К.: НАУ, 2021. С. 33 – 37.

4. Захарчук О.М. Україна в роки Другої Світової війни (1939–1945 рр.). Історія української державності та культури : практикум для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» усіх спеціальностей / уклад Л.В. Божук, В.М. Гребенніков, О.М. Захарчук та ін. К.: НАУ, 2021. С. 45 – 49.

П.п.7
Опонент:
1. 2021 - Шкабура Юлія Ярослав Іванович «Франція в соціально-політичній та дипломатичній діяльності Х. Раковського (1891–1927 рр.)», кандидат наук 27.01.21.

Дніпропетровській національний університет імені Олеся Гончара. Д 08051.14. м. Дніпро. П.п.8

1. Виконавець держбюджетної кафедральної науково-дослідної теми: «Авіація і космонавтика: історія та сучасність» №5/12.01.09 (термін виконання 01.09.2015 – 30.06.2020);
2. Керівник держбюджетної кафедральної науково-дослідної теми: «Безпілотна авіація: історія, сучасність, перспективи» №70-2021/12.01.09 (термін виконання 01.09.2020– 30.06.2023).
П.п.12

1. Захарчук О.М. Роль Василя Юнгмейстера у розвитку авіації в 1918 – 1920 //Авіація в роки Української революції (1917–1921 рр.) / за ред. В.М. Гребеннікова : матеріали науково-практичної конференції, присвяченої 100-річчю проголошення УНР; Київ, 12 квітня 2017 р. К.: НАУ, 2017. 52 – 55.

2. Zaharchuk O. Aviator Ievgraph Kruten: known and unknown pages of his life and career // The VIII World Aviation in the XXI-st century «Safety in Aviation and Space Technologies» (October 10–12). К.: NAY, 2018. P.13.3.75–13.3.80.

3. Захарчук О.М. Франко Петро Іванович // Енциклопедія історії України / Редкол. В.А. Смолій (голова) та ін. Інститут історії НАН України. К., 2019. // [Електронний ресурс].

Режим доступу: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21C

О.
4. Захарчук О.М. «Наполеоніда» // Енциклопедія історії України / Редкол.: В.А. Смолій (голова)

та ін. Інститут історії
НАН України. К., 2019.
// [Електронний
ресурс]. Режим
доступу:
http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21C O L O R T E R M S = 0 & S 2 1 S T R = N a p o l e o n i d y _ p l a n o v a n i
5. Захарчук О.М.
Наполеон I Бонапарт
// Енциклопедія
історії України /
Редкол.: В.А. Смолій
(голова) та ін. Інститут
історії НАН України.
К., 2021. //
[Електронний ресурс].
Режим доступу:
http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21C O L O R T E R M S = 0 & S 2 1 S T R = N a p o l e o n _ I
П.п.14
У червні 2020 р.
експерт науково-
дослідницьких робіт
НАН України у
науковому відділенні
«Історія».

1. Бондаренко Богдана
Ковалівський ліцей
Васильківського
району. Тема роботи:
«Формування
світогляду військово-
політичних
переконань Романа
Шухевича (Тараса
Чупринки).

2. Дяченко Уляна
учениця 9 класу
Фастівська ЗОШ 1-3
ступенів №7. Тема
роботи: «Культурна
дипломатія українців
на прикладі
Рейнського євангелія
першого зразка
встановлення
культурних відносин
між Україною та
Францією».

П.п.20
Член Міжнародного
Наполеонівського
товариства (La
international
Napoleonic society)
Член Національної
спілки краєзнавців
України

395060	Дишлева Світлана Миколаївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій	Диплом спеціаліста, Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, рік закінчення: 2000, спеціальність: 030502 Англійська мова і зарубіжна література, Диплом кандидата наук ДК 051491, виданий 28.04.2009, Аттестат доцента 12ДЦ 031939, виданий 26.09.2012	22	Фахова іноземна мова	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 34 роки наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п 1. 1. Дишлева С. М. Антонімія в англійському поетичному мовленні. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов. Вип. 14. К.: НПУ, 2017. С. 63-70. 2. Дишлева С. М. Своєрідність реалізації синтаксичних конструкцій з дієсловами бажання в англійській мові. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов. Вип. 16. К.: НПУ, 2017. С. 61-68. 3. Дишлева С.М., Хижун Я.В. Розвиток діалогічного мовлення у студентів ВНЗ: аспекти та перспективи використання. Наукові записки: {збірник наукових статей}. М-во освіти і науки України. НПУ імені М.П. Драгоманова, упор. Л. Л. Макаренко. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2019. – Випуск СХХХІІІ (143). 256 с. – Серія педаг. науки). С. 197-202. 4. Дишлева С.М., Хижун Я.В. Принципи навчання студентів немовних ВНЗ читання англійською мовою для ділового спілкування. Наукові записки: {збірник наукових статей}. М-во освіти і науки України. НПУ імені М.П. Драгоманова, упор. Л. Л. Макаренко. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2020. – Випуск СХХХХVІ I
--------	-----------------------------	---	---	---	----	----------------------	---

(147). – Серія педаг. науки). С. 45-55.

5. Дишлева С. М. Типологічна своєрідність та комунікативна репрезентація питальних висловлювань англійської мови. Науковий вісник Одеського Міжнародного гуманітарного університету (International Index Serpnicus). Одеса: Видавничий дім "Гельветика", 2021. Вип. 49. С. 50-54.

6. Дишлева С. М., Хижун Я. В. Структурно-функціональні характеристики еліптичного речення в англійській мові. Актуальні питання іноземної філології: зб. наук. праць Волинського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, 2021. № 15. С. 49-54.

П.п. 3

1. Ніколаєнко В. В., Петько Л. В., Дишлева С. М. Англійська мова для вступників до магістратури зі спеціальності 8.010106 "Дефектологія": Навчальний посібник для викладачів, бакалаврів та студентів ВНЗ / За ред. В.І. Гончарова. Видання друге: виправлене і доповнене. К.: Ун-т „Україна”, 2018. 197 с.

2. Дишлева С. М. Англійська мова: навчальний посібник для студентів I-II курсів факультету політології і права. 2-ге вид., виправл. та доп. К.: «ЦП «Компринт», 2019. 168 с.

3. Дишлева С. М., Карпенко О. В. Англійська мова. Навчальний посібник для студентів I-II курсів Інституту корекційної педагогіки і психології. К.: «ЦП «Компринт», 2020. 168 с.

П.п. 12

1. Дишлева С. М. Синтаксична репрезентація семантики і модальності речень з

дієсловами бажання.
Світ мови – світ у мові: зб. тез доп. IV міжнар. наук. конф., м. Київ, 26-27 жовтня 2017 р. Київ, 2017. НПУ ім. М. П. Драгоманова. С. 46-49.

2. Дишлева С. М. Використання інтерактивного навчання для формування англомовної компетенції студентів немовних вузів. Технології та перспективи розвитку науки науки і освіти в умовах глобалізації: зб. наук. праць XXXIV міжнар. наук. інтернет-конф. Вип. 34. м. Переяслав-Хмельницький, 2018. С. 475-477.

3. Дишлева С. М. Formation of English lexical competence on the basis of educational strategies. Безпека в авіації та космічні технології: тези доповідей VIII Всесвітнього конгресу “Авіація у XXI столітті”, м. Київ, 10-12 жовтня 2018 р. Київ, 2018. Національний авіаційний університет. С. 13.1.32.- 13.1.34.

4. Дишлева С. М. Семантико-синтаксична організація речень з локальними і темпоральними компонентами в англійській мові. Лінгвістичні та методологічні аспекти викладання іноземних мов професійного спрямування: тези доповідей VII між нар. наук.-практ. конфер. м. Київ, 20 березня 2019 р. Київ, 2019. Національний авіаційний університет. С. 344-347.

5. Дишлева С. М. Розвиток діалогічного мовлення у студентів ВНЗ: аспекти та перспективи використання. Актуальні проблеми мовно-літературної освіти у середній та вищій школах: тези доповідей II Всеукраїнської наук.-практ. конфер. м. Київ, 4-5 квітня, 2019 р. Національний авіаційний університет. С. 197-

202.
6. Дишлева С. М.
Особливості навчання студентів немовних вузів читання англійською мовою для ділового спілкування. Лінгвістичні та методологічні аспекти викладання іноземних мов професійного спрямування: тези доповідей II міжнар. наук.-практ. конфер. м. Київ, 25-26 березня 2020 р. Київ, 2020. Національний авіаційний університет. С. 33-34.
7. Дишлева С. М.
Методи тестового контролю рівня володіння англомовними компетентностями студентів гуманітарних спеціальностей. Теорія і технологія іншомовної освіти: тези доповідей IV (VII) Міжнародної науково-практичної конференції. м. Київ, 30 жовтня 2020 р. НПУ ім. М. П. Драгоманова. С. 45-47.
8. Дишлева С. М. Final control of professionally original reading skills in English in a non-language higher educational institution. Лінгвістичні та методологічні аспекти викладання іноземних мов професійного спрямування: тези доповідей III міжнар. наук.-практ. конфер. м. Київ, 31 березня 2021 р. Київ, 2021. Національний авіаційний університет. С. 24-25.
9. Дишлева С. М.
Технологія тестування з англійської мови студентів нефілологічних спеціальностей як форма контролю професійної компетенції / С.М. Дишлева // Подолання мовних та комунікативних бар'єрів: освіта, наука, культура: тези доповідей IX Міжнародної науково-практичної конференції: – Київ: НАУ, 2021. – С. 125-129.
10. Дишлева С. М.
Проблема індивідуалізації тестового контролю англомовної

						<p>компетенції студентів немовних спеціальностей. International scientific innovations in human life. The 4-th International scientific and practical conference "International scientific innovations in human life" (October 20-22, 2021). Cognum Publishing House, Manchester. United Kingdom. 2021. P.345-350</p> <p>11. Дишлева С. М. Individualization of test control of the level of English language competence of students economic specialities // Роль іноземних мов у соціокультурному становленні особистості в умовах війни: тези доповідей V Міжнародного круглого столу: – Київ: НАУ, 2022. – С. 38-42.</p> <p>12. Дишлева С. М. Principles of test control of speaking English productive competencies by students of non-language universities // Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасних університетів: тези доповідей VIII Міжнародної наукової конференції – Київ: ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», 2022. – С. 55-58.</p> <p>П.п.19 Участь у роботі ТОВ «Дінтернал Ед'юкейшн» у 2018-2020 р.</p>	
330514	Орденів Сергій Сергійович	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій	Диплом спеціаліста, Товариство з обмеженою відповідальністю "Міжрегіональна фінансово-юридична академія", рік закінчення: 2008, спеціальність: 060101 Правознавство, Диплом кандидата наук ДК 040223, виданий 13.12.2016, Аттестат	8	Філософія	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 8 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Член редколегії фахового збірника наукових праць (філософські науки) «Вісник національного авіаційного університету Серія: Філософія: Культурологія». Фахова реєстрація</p>

доцента АД
007845,
виданий
29.06.2021

(Категорія «Б»)

Підпункти п. 38
Ліцензійних умов
провадження
освітньої діяльності:
П.п.1
1. Ordenov S., Kleshnia
H. Demodernization as
a Hybrid Form of
Modernization of
Traditionalist Society in
the Globalized World //
Humanities & Social
Sciences Reviews. –
2019. – № 7 (4). – P.
1241-1247
2. Ordenov S., Encheva
G., Alpatova A., Skyba
O., Veselska O.
Specificity of political
and legal
communication in
transitive societies of
the globalized world //
CEUR Workshop
Proceedings. – 2019. –
Vol. 2588. – P. 507-518.
Proceedings of the
International Workshop
on Conflict
Management in Global
Information Networks
(CMiGIN 2019),
November 29, 2019. –
Lviv, 2019.
3. Ordenov S.,
Honyukova L.,
Kleshnya H., Skyba I.
Social development
axiological
fundamentals in the
information age // E3S
Web of Conferences. –
2020. – Vol. 157. – Key
Trends in Transporta-
tion Innovation (KTTI-
2019), October 24-26,
2019.
4. Ordenov S.,
Polishchuk O., Skyba I.,
Shorina T. Clarification
of problems in modern
society in the processes
of informatization and
globalization // E3S
Web Conferences. –
2020. – Vol. 164. –
Topical Problems of
Green Architecture,
Civil and
Environmental
Enginee-ring 2019
(TPACEE 2019),
November 19-22, 2019.
5. Gudmanian A.,
Drotianko L., Shostak
O., Kleshnia H.,
Ordenov S.,
Transformation of
ecological
consciousness in the
process of solving
global ecological
problems // E3S Web
Conferences. – 2020. –
Vol. 175. – XIII
International Scientific
and Practical
Conference “State and
Prospects for the

Development of Agribusiness”, February 26-28, 2020.
6. Gudmanian A., Drotianko L., Sydorenko S., Ordenov S., Chenbai N. Diversification of Higher Educational Institutions as a Factor of Sustainable Development of Education // E3S Web Conferences. – 2020. – Vol. 208. – First Conference on Sustainable Development: Industrial Future of Territories (IFT 2020), September 28-29, 2020.
П.п.3
Дротянко, Л.Г., Абисова, М.А., Пода, Т.А., Орденів, С.С. Філософія діалогу в комунікативних практиках інформаційного суспільства // Social communications of the information society: theoretical and applied aspect. Київ. Талком, 2020 DOI: 10.18372/42478
П.п.4
1. Філософія правової комунікації
Практикум для здобувачів вищої освіти ОС «Магістр» спеціальності 033 «Філософія». – К.: НАУ, 2021. – 40 с.
2. Філософія політичної комунікації
Практикум здобувачів вищої освіти ОС «Магістр» спеціальності 033 «Філософія». – К.: НАУ, 2021. – 36 с.
3. Наукова фахова комунікація
Практикум здобувачів вищої освіти ОС «Магістр» спеціальності 033 «Філософія». – К.: НАУ, 2021. – 52 с.
4. Філософія комунікації
Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційних робіт. – К.: НАУ, 2021. – 56 с.
П.п.8
Член редколегії фахового збірника наукових праць (філософські науки) «Вісник національного авіаційного університету Серія: Філософія:

						Культурологія». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)	
104508	Орленко Наталія Анатоліївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій	Диплом спеціаліста, Донецький державний інститут здоров'я, фізичного виховання і спорту, рік закінчення: 2000, спеціальність: 010201 Фізичне виховання, Диплом кандидата наук ДК 061295, виданий 06.10.2010, Атестат доцента 12ДЦ 035691, виданий 04.07.2013	22	Фізичне виховання та самовдосконалення	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 22 роки наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Експерт Національного фонду досліджень України Тренер збірної команди НАУ зі стренфлексу</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1</p> <p>1. Орленко Н.А. Організаційно-методичні проблеми побудови навчального процесу з фізичної підготовки студентів військового факультету/Коротя В.В., Величенко М.А., Старостіна К.В./Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Педагогіка. Психологія: зб. наук. праць. – К. : НАУ, 2017. –Вип.2(11). С. 96-99.</p> <p>2. Орленко Н.А. Державний соціальний стандарт у сфері обслуговування закладами фізичної культури і спорту як підґрунтя надання якісних фізкультурно-спортивних послуг в системі вищої освіти / Панченко В.Ф., Коротя В.В./ Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Педагогіка. Психологія: зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2017. –Вип.10. С. 108-113.</p> <p>3. Орленко Н.А. Спортивні танці як засіб підготовки студентів НАУ / В.В. Гарнусова, Л.О. Шип, К.В. Старостіна // Innovations and prospects of world science. - Proceedings of the 3rd International scientific and practical conference. - Perfect Publishing. - Vancouver, Canada. 2021. - Pp. 466-471 (Web of Science).</p>

4. Н. Орленко, М. Веліченко, Л. Шип, К. Старостіна (2019). Фактори впливу на професійну підготовку майбутніх пілотів цивільної авіації. Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Педагогіка. Психологія: зб. наук. праць. К. НАУ, 2019. № 14. с.78-83
<https://doi.org/10.18372/2411-264X.14.13717>.

5. Дослідження щодо визначення функціональних можливостей організму та біологічного віку серед студентів I курсу НАУ//Н. Орленко, В. Гарнусова, Л. Шип. Наука і техніка сьогодні. №6(6). 2022. с.222 – 233.

П.п.4
1. Орленко Н.А., Вржесневський І. І. Навчально-методичний комплекс навчальної дисципліни «Фізичне виховання та самовдосконалення» (робоча програма), 2021. (електронне видання).
<https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/39362>

2. Орленко Н.А., Вржесневський І. І. Навчально-методичний комплекс навчальної дисципліни «Фізичне виховання та самовдосконалення» (робоча програма), 2021. (електронне видання).
<https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/52804>.

3. Стрибучисть як проявлення вибухової сили в спортивних іграх (на прикладі баскетболу)/ Величенко М.А., Дейнеко І.В. / – К. : Вид-во ТОВ «Ідея-принт», 2020. – 24 с.

П.п.8
1. Науковий керівник міжкафедральної НДР «Специфіка навчально-тренувального процесу студентів-спортменів в ігрових видах спорту в непрофільних ЗВО»

П.п. 9
Експерт
Національного фонду досліджень України

П.п.14
Тренер збірної команди НАУ зі

							стренфлексу
68725	Ластівка Іван Олексійович	Завідувач кафедри (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет транспорту, менеджменту і логістики	Диплом доктора наук ДД 002605, виданий 10.10.2013, Диплом кандидата наук КД 009603, виданий 20.12.1989, Атестат доцента 02ДЦ 001898, виданий 17.06.2004, Атестат професора 12ПР 010441, виданий 28.04.2015	24	Вища математика	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 26 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Член вченої ради НАУ Член вченої ради Факультету транспорту, менеджменту і логістики НАУ</p> <p>Нагородження:</p> <ol style="list-style-type: none"> Нагрудний знак «За сумлінну працю» (наказ № 279/к від 19.12.2005 р.) Подяка ректора (наказ № 496/к від 12.09.2005 р.) Почесна грамота Міністерства Освіти і Науки України (№127429, 2010 р.) Нагрудний знак «75 років НАУ» (наказ № 988/к від 17.09.2008 р.) Грамота НАУ (наказ № 190/з від 10.09.2009 р.) Подяка ректора (наказ № 99/з від 01.12.2015 р.) Подяка Державної авіаційної служби України (Наказ № 305 о/свід 21.09.2018 р.) Нагрудний знак Міністерства освіти і науки України «Відмінник освіти України» (Наказ № 203-к від 06.05.2021 р.) <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p> <p>П.п.1</p> <ol style="list-style-type: none"> Газодинамічний вплив кільцевого вдуву протягом ступеня осьового компресора / Ю. М. Терещенко, Є. В. Дорошенко, І. А. Ластівка, І. П. Кудзінювська // Авіаційно-космічна техніка та технологія. - Х.: ХАІ, 2017. - № 7 (142). – С. 24–29. (фахове видання) Examining the effect of annular injection on the parameters of the axial compressor's stage / Yu. Tereshchenko, E. Doroshenko, I. Lastivka, Yu. Tereshchenko // Eastern-European journal of enterprise

technologies. –
Kharkiv: Technology
center, 2017. – № 5/7
(89). – С. 53–57.
<https://doi.org/10.15587/1729-4061.2017.109556>
(фахове видання,
Scopus)

3. Research into aero
acoustic characteristics
of two-row impellers of
the axial compressor /
E. Doroshenko, Y.
Tereshchenko, I.
Lastivka, I.
Kudzinovs'ka //
Eastern-European
journal of enterprise
technologies. –
Kharkiv: Technology
center, 2018. – Vol. 2. –
No. 8 (92). P. 20–24.
<https://doi.org/10.15587/1729-4061.2018.125697>
(фахове видання,
Scopus)

4. Eftekharinasab K. A
Lusternik-
Schnirelmann Type
Theorem for C_1 -Frechet
Manifolds / K.
Eftekharinasab, I.
Lastivka, // Journal of
the Indian
Mathematical Society,
Vol. 88, No. 3 (2021). P.
309 – 322. (Scopus)

5. Зв'язок між
тактико-технічними
характеристиками
сучасних
гідроакустичних
станцій активної
гідролокації та їх
гідроакустичними
антенами і
перетворювачами /
О.Г. Лейко, О.І.
Тимочко, І.О.
Ластівка, О.М.
Позднякова, Д.С.
Глухов // Озброєння
та військова техніка. –
2021. – № 3(31). – С.
95–98. (фахове
видання)
П.п.2

1. А. с. №209781 СРСР.
Авторське свідоцтво
на спец. тему/І.В.
Вовк, І.А. Ластівка,
В.Г. Савін (СРСР). -
№3081571; заяв.
28.12.83.

2. А. с. № 1269278
СРСР, НО4R 29/00.
Спосіб перевірки
п'єзоперетворювачів/І.
А. Ластівка, А.І.
Голованенко, Г.Г.
Писаренко, В.М.
Решетинський, В.К.
Хаустів (СРСР). - №
350625; заяв. 25.11.85;
опубл. 25.04.86, Бюл.
№41. - 2 с.
П.п.3

1. Вища математика:
навч. посібник / І. О.

Ластівка, О. І.
Безверхий, І. П.
Кудзіновська. – К. :
НАУ, 2018. – 452 с.
(Рекомендовано
вченою радою НАУ)

2. Терещенко Ю.М.
Аеродинаміка
компресорів з
газодинамічним
управлінням течією:
монографія / Ю. М.
Терещенко, В. О.
Богуслаєв, Є. В.
Дорошенко, І. Ф.
Кравченко, І. А.
Ластівка, М. М.
Митрахович, Ю. Ю.
Терещенко : під ред.
Ю. М. Терещенко. -
Запоріжжя: Мотор
Січ, 2019. - 408 с.
П.п.4

1. Higher Mathematics.
Linear algebra. Algebra
of vectors. Elements of
analytic geometry :
Method Guide /
compilers : A.O.
Antonova, I.S. Klyus,
I.O. Lastivka, V.I.
Trofymenko. – К. :
NAU, 2018. – 60 p.

2. Вища математика.
Лінійна та векторна
алгебра: методичні
рекомендації до
самостійної роботи /
уклад. : І.О. Ластівка,
Н.І. Затула, В.П.
Петрусенко. – К. :
НАУ, 2019. – 72 с.

3. Вища математика.
Диференціальне
числення функцій
однієї змінної:
методичні
рекомендації до
самостійної роботи
для студентів
технічних та
економічних
спеціальностей /
уклад. : І.О. Ластівка,
В.П. Петрусенко, Л.О.
Чуб. – К. : НАУ, 2020.
– 48 с.

4. Вища математика.
Інтегральне числення
функцій однієї
змінної: методичні
рекомендації до
самостійної роботи
для студентів
технічних та
економічних
спеціальностей /
уклад. : І.О. Ластівка,
В.П. Петрусенко, Р.В.
Горідько. – К. : НАУ,
2020. – 56 с.

5. Вища математика.
Інтегральне числення
функцій однієї
змінної: методичні
рекомендації до
самостійної роботи /
уклад. : І.О. Ластівка,
В.П. Петрусенко, Р.В.
Горідько. – К. : НАУ,
2021. – 56 с.

6. Вища математика. Диференціальне числення функцій багатьох змінних: методичні рекомендації до самостійної роботи / уклад. : І.О. Ластівка, О.С. Давидов, І.В. Шевченко, Т.А. Левковська. – К. : НАУ, 2021. – 52 с.

9. Вища математика. Диференціальні рівняння: методичні рекомендації до самостійної роботи / уклад. : І.О. Ластівка, О.С. Давидов, І.В. Шевченко, Т.А. Левковська. – К. : НАУ, 2021. – 72 с.

П.п.5

1. Кандидат технічних наук, диплом КД № 009603 від 20 грудня 1989 р., спеціальність 01.02.04 – «Механіка деформівного твердого тіла», тема дисертації «Напружено-деформований стан і механічна міцність п'єзокерамічних перетворювачів поздовжньо-згинального і абочного типів при резонансних коливаннях»

2. Доктор технічних наук, диплом ДД № 002605 від 10 жовтня 2013 р., спец. 05.05.03 «Двигуни та енергетичні установки», тема дисертації «Аеродинамічні сліди в компресорах газотурбінних двигунів»

П.п.7

1. Член спеціалізованої вченої ради Д26.062.05 у Національному авіаційному університеті з захисту докторських та кандидатських дисертацій.

2. Член разової спеціалізованої вченої ради ДФ 26.002.030 в НТУУ «КПІ» імені Ігоря Сікорського з захисту дисертації доктора філософії

3. Офіційний опонент здобувачів на присудження наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 17 «Електроніка та телекомунікації» за спеціальністю 171 «Електроніка»: Яшник О.І. 2021 р.,

						<p>Паренюк Д.В. 2021 р.</p> <p>4. Член спеціалізованої вченої ради з захисту докторських та кандидатських дисертацій (за закритою тематикою) ЦНДІ ОВТ ЗС України.</p> <p>5. Офіційний опонент здобувачів на присудження наукового ступеня: доктора технічних наук Дерепя А.В. (2017 р.) кандидата технічних наук Меленко Ю.Я. (2021 р.) кандидата технічних наук Кочарян О.О. (2021 р.)</p> <p>П.п.8</p> <p>1. Науковий керівник, відповідальний виконавець держбюджетної (кафедральної) науково-дослідної роботи №21/19.03 «Вдосконалення параметрів і характеристик компресорів газотурбінних двигунів методом газодинамічного впливу на аеродинамічні сліди» (2017 – 2021 р.р.)</p> <p>П.п.14</p> <p>1. Голова журі I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з математики (м. Київ, НАУ)</p> <p>П.п.20</p> <p>1. 1982–1989 р.р. – інженер-механік Київського НДІ гідропрладів</p> <p>2. 1992–1998 р.р. – заступник директора ТОВ «Пласт»</p>	
68725	Ластівка Іван Олексійович	Завідувач кафедри (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет транспорту, менеджменту і логістики	<p>Диплом доктора наук ДД 002605, виданий 10.10.2013,</p> <p>Диплом кандидата наук КД 009603, виданий 20.12.1989,</p> <p>Атестат доцента 02ДЦ 001898, виданий 17.06.2004,</p> <p>Атестат професора 12ПР 010441, виданий 28.04.2015</p>	24	Теорія ймовірності і математична статистика	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 26 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Член вченої ради НАУ</p> <p>Член вченої ради Факультету транспорту, менеджменту і логістики НАУ</p> <p>Нагородження:</p> <p>1. Нагрудний знак «За сумлінну працю» (наказ № 279/к від 19.12.2005 р.)</p> <p>2. Подяка ректора (наказ № 496/к від 12.09.2005 р.)</p> <p>3. Почесна грамота</p>

Міністерства Освіти і Науки України (№127429, 2010 р.)
4. Нагрудний знак «75 років НАУ» (наказ № 988/к від 17.09.2008 р.)
5. Грамота НАУ (наказ № 190/з від 10.09.2009 р.)
6. Подяка ректора (наказ № 99/з від 01.12.2015 р.)
7. Подяка Державної авіаційної служби України (Наказ № 305 о/свід 21.09.2018 р.)
8. Нагрудний знак Міністерства освіти і науки України «Відмінник освіти України» (Наказ № 203-к від 06.05.2021 р.)

Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:

П.п.1

1. Numerical study of flow in the stage of an axial compressor with different topology of computational grid / Yu. Tereshchenko, E. Doroshenko, I. Lastivka, Yu. Tereshchenko // Eastern-European journal of enterprise technologies. – Kharkiv: Technology center, 2017. – № 3/7 (87). – С. 28–33. (Scopus)

2. Examining the effect of annular injection on the parameters of the axial compressor's stage / Yu. Tereshchenko, E. Doroshenko, I. Lastivka, Yu. Tereshchenko // Eastern-European journal of enterprise technologies. – Kharkiv: Technology center, 2017. – № 5/7 (89). – С. 53–57. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2017.109556> (фахове видання, Scopus)

3. Research into aero acoustic characteristics of two-row impellers of the axial compressor / E. Doroshenko, Y. Tereshchenko, I. Lastivka, I. Kudzinov's'ka // Eastern-European journal of enterprise technologies. – Kharkiv: Technology center, 2018. – Vol. 2. – No. 8 (92). P. 20–24. <https://doi.org/10.15587/1729->

4061.2018.125697
(Фахове видання,
Scopus)

4. Ефективна тяга та зовнішній опір авіаційної силової установки / Ю.Ю. Терещенко, І.О. Ластівка, П.В. Гуменюк, Су Хунсян // Авіаційно-космічна техніка і технологія. – 2020. – № 5. – С. 61–67. (Фахове видання)

5. Випромінювання звуку циліндричним п'єзокерамічним гідроакустичним перетворювачем з динамічно керованими параметрами / О. М. Позднякова, А. В. Дерепка, І. О. Ластівка, А. О. Лейко, О. І. Дрозденко, А. К. Осадча // Озброєння та військова техніка. – 2021. – № 1(29). – С. 64–70. (Фахове видання)

6. Mode-Matching Method Applied to Solving Sound Reception / S. Naida, O. Korzhyk, I. Lastivka, O. Pavlenko, T. Zheliaskova, M. Korzhyk, A. Naida, N. Naida, O. Chaika // Problem Using Helmholtz Resonator. Journal of Nano- and Electronic Physics, (1), pp. 1-12. (2022). [https://doi.org/10.21272/jnep.14\(1\).01035](https://doi.org/10.21272/jnep.14(1).01035) (Scopus)

П.п.2

1. А. с. №209781 СРСР. Авторське свідоцтво на спец. тему/І.В. Вовк, І.А. Ластівка, В.Г. Савін (СРСР). - №3081571; заяв. 28.12.83.

2. А. с. № 1269278 СРСР, НО4R 29/00. Спосіб перевірки п'єзоперетворювачів/І.А. Ластівка, А.І. Голованенко, Г.Г. Писаренко, В.М. Решетинський, В.К. Хаустів (СРСР). - № 350625; заяв. 25.11.85; опубл. 25.04.86, Бюл. №41. - 2 с.

П.п.3

1. Вища математика: навч. посібник / І. О. Ластівка, О. І. Безверхий, І. П. Кудзіновська. – К. : НАУ, 2018. – 452 с. (Рекомендовано вченою радою НАУ)

2. Терещенко Ю.М. Аеродинаміка компресорів з газодинамічним

управлінням течією: монографія / Ю. М. Терещенко, В. О. Богуслаєв, Є. В. Дорошенко, І. Ф. Кравченко, І. А. Ластівка, М. М. Митрахович, Ю. Ю. Терещенко : під ред. Ю. М. Терещенко. - Запоріжжя: Мотор Січ, 2019. - 408 с. П.п.4

1. Higher Mathematics. Linear algebra. Algebra of vectors. Elements of analytic geometry : Method Guide / compilers : A.O. Antonova, I.S. Klyus, I.O. Lastivka, V.I. Trofymenko. – K. : NAU, 2018. – 60 p.

2. Вища математика. Лінійна та векторна алгебра: методичні рекомендації до самостійної роботи / уклад. : І.О. Ластівка, Н.І. Затула, В.П. Петрусенко. – К. : НАУ, 2019. – 72 с.

3. Вища математика. Диференціальне числення функцій однієї змінної: методичні рекомендації до самостійної роботи для студентів технічних та економічних спеціальностей / уклад. : І.О. Ластівка, В.П. Петрусенко, Л.О. Чуб. – К. : НАУ, 2020. – 48 с.

4. Вища математика. Інтегральне числення функцій однієї змінної: методичні рекомендації до самостійної роботи для студентів технічних та економічних спеціальностей / уклад. : І.О. Ластівка, В.П. Петрусенко, Р.В. Горідько. – К. : НАУ, 2020. – 56 с.

5. Вища математика. Інтегральне числення функцій однієї змінної: методичні рекомендації до самостійної роботи / уклад. : І.О. Ластівка, В.П. Петрусенко, Р.В. Горідько. – К. : НАУ, 2021. – 56 с.

6. Вища математика. Диференціальне числення функцій багатьох змінних: методичні рекомендації до самостійної роботи / уклад. : І.О. Ластівка, О.С. Давидов, І.В. Шевченко, Т.А.

Левковська. – К. :
НАУ, 2021. – 52 с.
7. Вища математика.
Диференціальні
рівняння: методичні
рекомендації до
самостійної роботи /
уклад. : І.О. Ластівка,
О.С. Давидов, І.В.
Шевченко, Т.А.
Левковська. – К. :
НАУ, 2021. – 72 с.
П.п.5
1. Кандидат технічних
наук, диплом КД №
009603 від 20 грудня
1989 р., спеціальність
01.02.04 – «Механіка
деформівного
твердого тіла», тема
дисертації
«Напружено-
деформований стан і
механічна міцність
п'єзокерамічних
перетворювачів
поздовжньо-
згинального і
арочного типів при
резонансних
коливаннях»
2. Доктор технічних
наук, диплом ДД №
002605 від 10 жовтня
2013 р., спец. 05.05.03
«Двигуни та
енергетичні
установки», тема
дисертації
«Аеродинамічні сліди
в компресорах
газотурбінних
двигунів»
П.п.7
1. Член
спеціалізованої вченої
ради Д26.062.05 у
Національному
авіаційному
університеті з захисту
докторських та
кандидатських
дисертацій.
2. Член разової
спеціалізованої вченої
ради ДФ 26.002.030 в
НТУУ «КПІ» імені
Ігоря Сікорського з
захисту дисертації
доктора філософії
3. Офіційний опонент
здобувачів на
присудження
наукового ступеня
доктора філософії з
галузі знань 17
«Електроніка та
телекомунікації» за
спеціальністю 171
«Електроніка»:
Яшник О.І. 2021 р.,
Паренюк Д.В. 2021 р.
4. Член
спеціалізованої вченої
ради з захисту
докторських та
кандидатських
дисертацій (за
закритою тематикою)
ЦНДІ ОВТ ЗС
України.

						<p>5. Офіційний опонент здобувачів на присудження наукового ступеня: доктора технічних наук Дерепя А.В. (2017 р.) кандидата технічних наук Меленко Ю.Я. (2021 р.) кандидата технічних наук Кочарян О.О. (2021 р.) П.п.8 1. Науковий керівник, відповідальний виконавець держбюджетної (кафедральної) науково-дослідної роботи №21/19.03 «Вдосконалення параметрів і характеристик компресорів газотурбінних двигунів методом газодинамічного впливу на аеродинамічні сліди» (2017 – 2021 р.р.) П.п.14 1. Голова журі I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з математики (м. Київ, НАУ) П.п.20 1. 1982–1989 р.р. – інженер-механік Київського НДІ гідропрладів 2. 1992–1998 р.р. – заступник директора ТОВ «Пласт»</p>	
422800	Кузьміна Ольга Василівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом спеціаліста, Слов'янський державний педагогічний університет, рік закінчення: 2003, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Математика, Диплом магістра, Слов'янський державний педагогічний університет, рік закінчення: 2004, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Математика, Диплом кандидата наук ДК 024923, виданий</p>	13	Інформаційно-комунікаційні системи і технології	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 10 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Кузьміна О.В. (Елетенко О.В.) Проблеми сучасної логістики / Актуальні проблеми економіки. 2008. № 4 (82). С. 135-141. (Scopus) 2. Кузьміна О.В., Касьянова Н.В., Загородній С.І. Залучення іноземних інвестицій в економіку України в умовах кризи. Електронне наукове фахове видання ЗВО «Придніпровська державна академія будівництва та</p>

31.10.2014

архітектури» // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 2 (35) 2022. С. 91-98. (фахове видання кат. Б)

3. Кузьміна О.В. Модель оптимізації та оцінка ефективності управління логістичними інформаційними потоками добувного підприємства Вісник Донецького університету економіки та права, 2015. № 2. С. 16-27. (фахове видання)

4. Кузьміна О.В. Ефективна організація руху інформаційних потоків в логістичній системі добувного підприємства // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії, 2015. №1 (34). С. 165-170. (фахове видання)

П.п.3

1. Кузьміна О.В. До питання формування методичного інструментарію когнітивної бізнес-аналітики // Актуальні проблеми управління соціокологоекономічними системами: монографія. – К.: Національний авіаційний університет, 2017. С. 17-34.

2. Кузьміна О.В. Пошук адекватних методів аналізу динамічних процесів в нелінійних економічних системах // Управління інноваційним розвитком соціально-економічних систем: монографія. К.: Видавництво Ліра-К, 2019. С. 196-212.

П.п.14

1. Керівництво учнем 9-го класу Бахмутської загальноосвітньої школи I-III ступенів №12 Бахмутської міської ради Донецької області, Ткаченко Денисом, який зайняв II місце на II етапі Всеукраїнської учнівської олімпіади з інформатики (диплом II ступені, м. Бахмут).

2. Голова журі II етапу Всеукраїнської учнівської олімпіади з математики (м. Бахмут).

110237	Смерічевський Сергій Францевич	Декан (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом доктора наук ДД 007691, виданий 14.10.2009, Диплом кандидата наук КН 014589, виданий 25.04.1997, Атестат доцента ДЦАЕ 001720, виданий 02.11.1999, Атестат професора 12ПР 006593, виданий 20.01.2011	27	Маркетинг: Вступ до спеціальності	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 27 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Член вченої ради Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ</p> <p>Головний редактор фахового збірника наукових праць (Економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)</p> <p>Член журі EFFIE AWARDS 2020</p> <p>Член-кореспондент Академії економічних наук України</p> <p>Член ДАК МОН України з «Маркoeкономіки» 2009-2016</p> <p>Голова спеціалізованої вченої ради Д 26.062.02 для захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора (кандидата) економічних наук за спеціальностями 08.00.03 - економіка та управління національним господарством та 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) в Національному авіаційному університеті /НАУ/ Міністерства освіти і науки України</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p> <p>П.п.1</p> <p>1. Kniazieva T., Smerichevskiy S., Atia Walid. Assessment of marketing activity management in territorial units: theoretical-methodological approach. Baltic Journal of Economic Studies. 2018. Vol 4. No 4. pp. 326-333. DOI: https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-4-326-333 (Web of Science)</p> <p>2. Smerichevskiy S., Kniazieva T., Kolbushkin Yu.,</p>
--------	--------------------------------	--	---	--	----	-----------------------------------	--

Reshetnikova I.,
Olejniczuk-Merta Anna.
Environmental
orientation of consumer
behavior: motivation
component. Problems
and Perspectives in
Management. 2018. Vol
16, No 2. pp. 424-437.
[http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(2\).2018.38](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(2).2018.38) (Scopus)

3. Smerichevskiy S, I.V.
Kryvovyazyuk, .V.V
.Prokhorova, W.
Usarek, A.I.
Ivashchenko.
Expediency of
symptomatic
diagnostics application
of enterprise export-
import activity in the
disruption conditions of
world economy
sustainable
development/ IOP
Conference Series:
Earth and
Environmental Science,
2021. Vol. 628 No.1.
Pp.012040
.DOI:10.1088/1755
1315/628/1/012040(Scopus)

4. Smerichevskiy S,
Kryvovyazyuk I.,
Prokhorova V.
Expediency of
symptomatic
diagnostics application
of enterprise export-
import activity in the
disruption conditions of
world economy
sustainable
development. Earth and
Environmental IOP
Conference Series:
Earth and
Environmental Science,
SCOPUS IOP
Publishing. Том 628
Выпуск 1. 2021.012040
p. (Scopus)

5. Smerichevskiy S,
Oleksii Dzhusov, Sergii
Sardak, Olena Klimova,
Olga Benenson .The
Application Features of
Seasonal-Cyclic
Patterns in
International Financial
Markets. Academy of
Accounting and
Financial Studies
Journal, 2019. Vol. 23
No.5. Pp.1-10 SCOPUS
DOI :
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3951556>.
(Scopus).
П.п.3

1. Cluster model of
innovative development
of the national
economy: infrastructure
and investment
aspects. Collective
monograph under the
editorship of S.
Smerichevska,

Wydawnictwo Naukowe, WSPIA, Poznan, Poland. 382p.- 2020/12, 352-364

2. Kniazieva T., Smerichevskiy S, Ramenska S. Methods of management by enterprise corporate social responsibility development: ecological component // Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph. – Przeworsk: WSSG, 2019. – Vol. 1. – pp. 30-42.

3. Smerichevskiy S, Byezgina O. Coal producer's energy efficient potential assesment// Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph. – Przeworsk: WSSG, 2019. – Vol. 1. – pp. 148-161.

4. Ризик-менеджмент логістичної системи машинобудівних підприємств: монографія / І.В. Кривов'язюк, Смерічевський С.Ф, Ю.М. Кулик. – К.: Видавничий дім «Кондор», 2018. – 200 с.

5. Smerichevskiy S, Kniazieva T., Dielini M., Kovalova M. Conception of Social orientation of Marketing on Macro and Micro Level as a tool for managing the competitiveness of objects // Scientific development and achievements: колективна монографія – Європейське видавництво «Science Publishing London», Лондон, Великобританія, 2018. – P. 396-407.

6. Закономірності і перспективи розвитку малого підприємництва в структурі національної інноваційної системи: монографія / Смерічевський С.Ф., О.В. Ахунзянов, Т.М. Банасько та ін.; за заг. ред. С.Ф. Смерічевського. – Херсон: Виданичий дія «Гельветика», 2017. – 224 с. (17/224).

7. Research of

development of machine-building industry of Ukraine: state and prospects. – Multi-authored monograph. / Edited by Smerichevskiy S, – Latvia: “Izdevnieciba “Baltija Publishing”, 2017. – 200 p. (16/200).

8. Бренд-менеджмент: навч. Посібник / Смерічевський С.Ф., С.Є. Петропавловська, О.А. Радченко. – К.: НАУ, 2019. – 156 с.

9. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник / Т.В. Князева, Ю.П. Колбушкін, С.В. Петровська, Смерічевський С.Ф., В.Л. Сібрук. К, НАУ, 2018. 179 с.

П.п.4

1. Методичні рекомендації до виконання та захисту дипломних робіт / уклад.: Смерічевський С.Ф. А.В. Шевченко, Г.А. Радченко, Ю.П. Колбушкін. – К.:НАУ, 2016. – 54 с.

2. Стратегічний маркетинг: методичні рекомендації до виконання курсової роботи / уклад.: Смерічевський С.Ф, Ю.П. Колбушкін, Г.А. Радченко, А.В. Шевченко, О.М. Рибак, Ю.В. Фісун. – К.:НАУ, 2016. – 66 с.

П.п.7

1. Голова спеціалізованої вченої ради Д 26.062.02 НАУ;

2. Член спеціалізованої вченої ради Д 11.107.01 ДонДУУ

3. Офіційний опонент здобувачів на присудження ступеня: - доктора економічних наук: Рижаків Д.А. (2020), Чуприна Н. (2020), Дрокіна Н.І. (2020);

- кандидата економічних наук: Сінковська В.М. (2020), Хоменко О.М. (2020), Пимоненко Т.В (2019 р), Чупурна О.П (2019 р), Седляр М.О. (2015р.).

П.п.8

1. Головний редактор фахової збірки НАУ, яка входить до переліку міжнародних наукометричних баз «Проблеми системного підходу в економіці» (категорія

Б)

2. Член редакційної колегії Наукового журналу «Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління» (категорія Б)

3. Член редакційної колегії Наукового журналу «Маркетинг і цифрові технології» (категорія Б)

4. Член редакційної колегії науково-практичного журналу «Экономика строительства и менеджмент» (Азербайджанский архитектурно-строительный университет).

5. Науковий керівник наукової-дослідної теми №98/11.01.03 «Розвиток теорії та методології інноваційного маркетингу на основі концепції холістичного маркетингу», 2019-2021 рр.

6. Науковий керівник наукової-дослідної теми 0119U103194 «Маркетингове забезпечення управління розвитком території в умовах євро інтеграційних процесів», 2019-2021 рр.

Науковий керівник наукової-дослідної теми 0120U100123 «Інструментарій маркетингового забезпечення розвитку концепції зеленої економіки», 2020-2022 рр

П.п. 9

1. Член експертної ради ДАК МОН України з макроекономіки, 2009-2016 рр.

П.п.10

1. Рецензент журналу Куявсько-Поморської школи вищої освіти в Бидгощі (республіка Польща) 2018-2020 (<https://kpsw.edu.pl/aktualnosci/rekpsw-en-list-of-reviewers>)

2. Тренінг «Системний підхід до гармонізації стандартів – гарантія успіху європейських бізнес моделей в Україні», спільний проект НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського» ERASMUS+ Jean Monnet Fund та виконавчого агентства з питань освіти, аудіо

візуальних засобів і культури, Київ, 21-25 березня 2019.

3. International internship programme for university lectures "European Responses to Global Educational Challenges» January 13- January 24 , 2020, Poznan, Poland: WSBiP

4. International internship programme for university lectures «The New Challenges of the Modern Higher Education and Science», Department of Social Science, February 01- March 05, 2021 Poland: Warsaw Branch of WSPiA

5. Підвищення кваліфікації НПП у сфері маркетингово менеджменту. У рамках проекту, який проодився відповідно до угоди «39-2019/UA-ВР від 07.10.2019 між «Senior Experten service, GmbH» (Німеччина) та НАУ з 21.10.2019 по 09.11.2019

6. Certificate №M214019. International internship programmer for university lectures «The new Challenges of the Modern Higher Education and Science.»

7. Тренінг «Системний підхід до гармонізаціх стандартів-гарантія успіху європейських бізнес моделей в Україні» у рамках спільного проекту НТУУ «КПІ ім.Ігоря Сікорського», Erasmus+Jean Monnet Fund та виконавчого агенства з питань освіти, аудіовізуальних засобів і культури, який підтримано Європейською Комісією «Європейські бізнес моделі, трансформація, гармонізація та реалізація в Україні» №587138-EPP-1-2017-1-UA-EPPJMO-MODULE

8. Certificate № M213136 «European Responses to Global Educational Challenges». Workload: instructional contract 60 hours, independent research 120 hours. January 13th January 24th 2020. Awarded: 6(six) ECTS points with an

examination result of very good.
Poznan.24.01.2020
9.Certificate №214019, «The new Challenged of the Modern Higher Education and Science». Workload-180 hours.
Awarded:6(six) ECTS points with an examination result of very good. Warsaw, 05.03.2021
10. Участь у тренінгу «Системний підхід до гармонізації стандартів- гарантія успіху європейських бізнес моделей в Україні. У рамках спільного проекту НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського» Erasmus+Jean Monnet Fund та Виконавчого агенства з питань освіти, аудіовізуальних засобів і культури, який підтримано Європейською Комісією «Європейські бізнес моделі: трансформація, гармонізація та реалізація в Україні» №587138-ERP-1-2017-1UA-ERPJMO-MODULE(м.Київ, 21-25.03.2019. Разом 108 год.
11. Участь у тренінгу «Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері стратегій міжнародного менеджменту та сучасних систем освіти» у рамках проекту, який проводився відповідно до угоди №55-2019/UA-ВР від 17.12.2019 р. між «Senior experten service, GmbH (Німечинна) та Національним авіаційним університетом з 03.02.2020 по 21.02.2020р. за темами:
1)Процеси навчання протягом усього життя як необхідність в стратегічному менеджменті,
2)Стратегічний міжнародний менеджмент європейських організацій,
3)Передові освітні концепції в управлінні бізнесом, 4)Сучасні методи

						<p>маркетингового менеджменту. Разом 30 годин. (21 лютого 2020 р.)</p> <p>12. Участь у тренінгу «Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері стратегій міжнародного менеджменту та сучасних систем освіти» у рамках проекту, який проводився відповідно до угоди №55-2019/UA-BP від 17.12.2019 р. між «Senior experten service, GmbH (Німечинна) та Національним авіаційним університетом з 21.10.2019 по 09.11.2019 року за темами: 1) Глобальні та мультинаціональні маркетингові стратегії, 3) Сучасні тенденції електронного маркетингу, 4) Маркетингові стратегії ціноутворення, 5) Стратегічний бренд менеджмент, 6) Лідерство в організаціях. Разом 60 годин. (09 листопада 2019 р)</p> <p>П.п.14</p> <p>1. Керівництво студенткою, Садовська І.В, яка зайняла II місце на II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» (м. Одеса).</p> <p>2. Голова журі I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» (м. Київ, НАУ)</p> <p>3. Член журі Effie Awards Ukraine 2020</p> <p>4. Керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком «Сучасні проблеми розвитку маркетингу в Україні»</p>	
155260	Борисенко Олена Сергіївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом кандидата наук ДК 058878, виданий 14.04.2010, Атестат доцента 12ДЦ 029358, виданий 23.12.2011	19	Маркетинг промислового підприємства	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 20 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам

Гарант освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» Член науково-методично-редакційної ради НАУ: голова секції «Економіка та управління».

Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1

1. Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Ярмолюк О.Я. Концептуальні підходи до стійкого розвитку промислових підприємств на засадах холістичного маркетингу.

Інфраструктура ринку. Електронне науково-практичне фахове видання. Одеса.: ПНДІЕІ, 2022. Вип. № 66. Режим доступу до видання: <http://www.market-infr.od.ua/uk/66-2022> (фахове видання кат. Б)

2. Shevchenko A., Borysenko O. Marketing Approach to the Formation of Management System for Enterprise Strategic Development in the Context of Globalisation JILC (Journal of International Legal Communication). 2021. 1(1), 272 p. P. 186-196. URL:<https://jilc.e-science.space/wp-content/v1/JILC17.pdf>

журнал зареєстрований в країні (Республіка Польща), що входить до ОЕСР)

3. Борисенко О.С., Романенко О.В. Сучасні тенденції розвитку ринку молочної продукції. Інфраструктура ринку. Електронне науково-практичне фахове видання. Одеса.: ПНДІЕІ, 2020.

№42. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/42-2020> (фахове видання кат. Б)

4. Борисенко О.С., Шевченко А.В., Нетребко М.В. Методичне

забезпечення
підготовки бізнес-
плану як ключового
складника
стратегічного
управління діяльністю
підприємства.
Проблеми системного
підходу в економіці.
2020. №1(75). С. 90-
97. (фахове видання
кат. Б)

5. Борисенко О.С.,
Ковтун К.Ю. Основні
проблеми та інновації
ринку ресторанного
бізнесу. Економічні
студії: науково-
практичний журнал.
Львів.: ВД
«Гельветика», 2020. –
№ 1(27). –С. 42-46.
(фахове видання кат.
Б)

6. Борисенко О.С.,
Ярмольок О.Я., Фісун
Ю.В. Наукове
підґрунтя просування
територіального
маркетингу в Україні.
Інфраструктура
ринку: електронне
науково-практичне
фахове видання. – О.:
ПНДІЕІ, 2019. – Вип.
31/2019. – URL:
[http://www.market-
infr.od.ua/uk/31-2019](http://www.market-infr.od.ua/uk/31-2019)
(фахове видання кат.
Б)

7. Борисенко О.С.,
Фісун Ю.В.
Промисловий і
споживчий
маркетинг:
особливості та основні
відмінності.
Електронне науково-
практичне фахове
видання
«Інфраструктура
ринку». О.: ПНДІЕІ,
2018. № 18. URL:
[http://www.market-
infr.od.ua/uk/18-2018](http://www.market-infr.od.ua/uk/18-2018)
(фахове видання кат.
Б)

8. Борисенко О.С.,
Табачук Н.О.
Теоретичні основи та
еволюція розвитку
комплексу
маркетингу.
Електронне наукове
фахове видання
«Східна Європа:
економіка, бізнес та
управління». Д.:
ПДАБА, 2018. № 3
(14). URL:
[www.easterneurope-
ebm.in.ua](http://www.easterneurope-ebm.in.ua) (фахове
видання кат. Б)

9. Борисенко, О.С.,
Тарабан М.В. Роль
маркетингу в
управлінні
інноваційною
діяльністю
підприємств в умовах
глобалізації

економіки.
Електронне фахове
видання
«Інфраструктура
ринку». О.: ПНДІЕІ,
2017. № 14. URL:
[http://www.market-
infr.od.ua/uk/14-2017](http://www.market-
infr.od.ua/uk/14-2017)
(фахове видання кат.
Б)

П.п. 3

1. Маркетинговий
менеджмент: навч.
посібник / О. С.
Борисенко, А. В.
Шевченко, Ю. В.
Фісун, О. М. Крапко.
К.: НАУ, 2022. 204 с.
2. Борисенко О.С.,
Шевченко А.В. Новий
вектор розвитку
концепції маркетингу:
Сучасні тренди та
інструменти.
Сучасний маркетинг:
тренди, інновації,
інструменти:
монографія / за заг.
ред. Є. В. Ромата та С.
Ф. Смерічевського.
Київ.: Студцентр,
2021. 308 с. С.6-17
3. Промисловий
маркетинг: навч.
посібник / В.М.
Загорулько, А.В.
Шевченко, О.С.
Борисенко. К.: НАУ,
2015. 356 с. Гриф.
МОНМС (лист № 1/11
– 477 від 16.01.2012)

П.п.4

1. Маркетингова
товарна політика:
практикум / уклад.:
А.В. Шевченко, О.С.
Борисенко, Ю.В.
Фісун, О.М. Крапко.
К.: НАУ, 2022. 68 с.
2. Товарознавство:
практикум / уклад.:
Ю. В. Фісун, О. С.
Борисенко, А. В.
Шевченко, О. М.
Крапко. К.: НАУ,
2022. 48 с.

П.п.8

1. Відповідальний
виконавець науково-
дослідної теми № 11-
2022/11.01.03
(державний
реєстраційний номер:
0122U200385)
«Теоретико-
методологічне
забезпечення
формування впливу
соціальних мереж на
просування в
комплексі
електронного
маркетингу».

П.п. 10

1. Науково-
педагогічне
стажування: квітень
2018р. Mieszko I
School of Education
and Administration.
Тема: «Innovation in

international marketing».
Сертифікат WSPiA-WK/2612/2018/1
2. Участь у міжнародному тренінгу 21.10.2019-09.11.2019 в рамках угоди № 39-2019/UA-ВР від 07.10.2019 між «Senior experten service, GmbH» (Німеччина) та Національним авіаційним університетом. Тема: Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері маркетингового менеджменту».
П.п.12
1. Борисенко О.С., Лазебник М.Р. Інформаційні системи маркетингу в управлінні діяльністю підприємства. Економіка та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: Міжн. науково-практ. конференція, 21 жовтня 2021 р.: тези доп. К.: НАУ, 2021. С. 251-253
2. Борисенко О.С. Основні підходи до реалізації підприємствами сучасних маркетингових стратегій // Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності: III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 27 травня 2021р.: тези доп. К.: НАУ, 2021. С. 109-111.
3. Борисенко О.С., Маня О.В. «Зелений» маркетинг як сучасна концепція управління діяльністю підприємств // Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності: III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 27 травня 2021р.: тези доп. К.: НАУ, 2021. С. 88-89.
4. Borysenko O.S., Litvinchuk M. Influence of Innovative Approaches on the Application of Marketing Communications // Economic and business administration development: scientific currencies and solutions: Abstracts I

						International scientific-practical conference, October 22, 2020. : proceedings. – K: NAU, 2020. – P. 352-356 5. Борисенко О.С., Табачук Н.О. Фактори впливу на формування конкурентоспроможності українських підприємств // Інноваційно-інвестиційні проблеми кластеризації економіки України: VII Міжнародна науково-практична конференція, 6 грудня 2019р.: матеріали доп. К., 2019. С. 76-79 6. Borysenko O.S., Petrovska S.V., Petrovskiy O.O. Features of marketing in industrial markets // International Scientific-Practical Conference on Innovation Management in Marketing: Modern Trends and Strategic Imperatives, April 12-13th, 2018: proceedings. Poznan (Poland), 2018. P. 223-225	
114787	Ороховська Людмила Анатоліївна	Професор (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом доктора наук ДД 005355, виданий 25.02.2015, Диплом кандидата наук ДК 050333, виданий 28.04.2009, Атестат доцента 12ДЦ 026997, виданий 20.01.2011	18	Соціально-ринкові комунікації	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 18 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Ороховська Л.А., Сібрук В.Л., Сібрук А.В. Специфіка соціально-ринкових комунікацій у сфері інфлюенс-маркетингу. Інфраструктура ринку. 2022. № 67. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/67-2022 (фахове видання категорії Б) 2. Liudmyla Orochovska* and Uliana Koshetar. Globalization processes in the sphere of socioeconomic and environmental relations // E3S Web of Conferences, Vol. 110, 10036 (2021). https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124410036 (Scopus) 3. Uliana Koshetar*, Liudmyla Orochovska,

Svitlana Lytvynska and
Chrystyna Stetsyk.
Social and economic
aspects of the formation
of environmental
consciousness // E3S
Web of Conferences,
Vol. 110, 11033 (2021).
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124411033>
(Scopus)

4. Liudmyla
Orochovska and Uliana
Koshetar. Ideas of the
cosmism philosophy
natural-scientific
direction within media
space and social-
economic space // Innovative
Technologies in
Environmental Science
and Education (ITESE-
2019). E3S Web Conf.
Volume 135, 2019.
Published online: 04
December 2019. DOI:
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/201913504035>
(Scopus)

5. Orochovska L.,
Abysova M. Cultural
studies approach to
mass-media as a factor
of mankind's socio-
cultural development /
L.Orochovska,
M.Abysova // SMART
City: DOI:
[10.1051/mateconf/201710601006](https://doi.org/10.1051/mateconf/201710601006). – 2017. –
Vol. 106. – P. 7-12.
(Scopus).

6. Ороховська Л. А.
Техногенна
медіареальність як
компонент системи
медіакультури
соціальності / Л. А.
Ороховська // Вісник
Національного
авіаційного
університету. Серія:
Філософія.
Культурологія:
збірник наукових
праць. 2019, 1(29).
С.121-125. (PIHЦ;
Index Copernicus
International)

П.п. 3

1. Liudmyla
Orochovska* and
Uliana Koshetar. Social
atomization as a
phenomenon of
information society //
Trends and
prospects for the world
economy and
international economic
relations:
Collective monograph /
Edited by Walery
Okulicz-Kozaryn
Czestochowa: Polskie
towarzystwo
ekonomizne, 2020. P.
17-35.

2. Ороховська Л.А.
Сутність та

особливості процесу глобалізації сучасного світового господарства // Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі: Монографія / За редакцією Ареф'євої О.В. – К.: НАУ, 2019. – С. 30-40.

3. Ороховська Л.А. Етапи інтеграційних процесів в економіці світового суспільства. // Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі: Монографія / за ред. Ареф'євої О.В. – К.: ФОП Маслаков, 2018. – С. 29-41.

4. Orochovska L. Myth genesis and metaphor in the media culture of the information age / L. Orochovska // Contemporary issues of Culture and Art. Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts. Monograph 7. – Wydawnictwo Wyzsej Szkoły Technicznej w Katowicach, 2016. – С. 24-36.

5. Міжнародні стратегії економічного розвитку: Навчальний посібник / Мізюк С.Г., Жаворонкова Г.В., Князева Т.В. та інші. К. : НАУ , 2021. 162 с. П.п.4

1. Ороховська Л.А., Ягодзінський С. М. Логіка: методичні рекомендації. К.: НАУ, 2017. – 28 с.

2. Ороховська Л.А., Дротянко Л.Г., Ягодзінський С.М. Філософія наук і інновацій: практикум. К.: НАУ, 2019. – 60 с.

П.п. 8

1. Виконавець наукової теми № 34/12.01.10 «Інформаційне суспільство: його проблеми і перспективи у XXI столітті».

П.п.12

1. Ороховська Л.А. Мультилокальні стратегії ТНК // Abstracts of XIII International Scientific and Practical Conference «Modern problems of globalization processes in the world economy»,

Kyiv, March 18, 2021.
Kyiv: NAU, 2021.
С.343-346.

2. Orochovska L.
Features of the
civilizational
development of Ukraine
// Abstracts I
International scientific-
practical conference
«Economic and
business administration
development: scientific
currencies and
solutions», Kyiv,
October 22, 2020. Kyiv:
National Aviation
University, 2020. С.121-
122.

3. Orochovska L.
Cultural and
civilizational dimension
of Ukraine //
Transformation in the
field of education of the
information age // «The
Days of Science of the
Faculty of Philosophy –
2019», International
Scientific Conference
(2019; Kyiv).
International Scientific
Conference «The Days of
Science of the Faculty of
Philosophy – 2019»,
April 23-24, 2019:
[Abstrakts] / Ed. Board:
A. Konverskyi [and
other]. – Keiv:
Publishing center «Kyiv
Universiti», 2019. –
С.60-6.

4. Ороховська Л.А.
Процеси вестернізації
та глокалізації в
контексті глобалізації
// Сучасні проблеми
глобалізаційних
процесів в світовій
економіці: збірник
матеріалів XII
науково-практичної
конференції. К.: НАУ,
2019. С.35-40.

5. Ороховська Л.А.
Особливості
збереження
самобутності культур в
умовах глобалізації //
Трансформація мови
комунікацій у
мережевому
суспільстві
(Всеукраїнський
«круглий стіл» в
рамках II
Міжнародного
симпозіуму
«Гуманітарний
дискурс
мультикультурного
світу: наука, освіта,
комунікація») [Текст]
: зб. наук. пр. (Київ, 26
берез. 2019 р.) / за заг.
ред. Л. Г. Дротянко. –
Київ : НАУ, 2019. – С.
66-70.
Пп. 19

1. Член Всеукраїнської
Громадської

						Організації Українська Асоціація Економістів- Міжнародників	
402544	Сафонік Наталія Петрівна	Старший викладач (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес- адмініструванн я	Диплом магістра, Національний університет державної податкової служби України, рік закінчення: 2015, спеціальність: 8.03050801 фінанси і кредит, Диплом кандидата наук ДК 060799, виданий 29.06.2021	3	Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 3 роки наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Сафонік Н. П., Залізнюк В. П., Кая А. С. Превентивне управління економічною безпекою в умовах ведення міжнародного бізнесу. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2022. Випуск 41. С. 42-46. 2. Сафонік Н.П., Богомол К.С. Загальні аспекти застосування гендерно орієнтованого підходу у сфері трудових відносин та підприємницькій діяльності. Економіка та суспільство. 2022. Випуск 35. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-10 . 3. Сафонік Н. П., Залізнюк В. П., Кая А. С. Розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері вітчизняного та міжнародного бізнесу. Проблеми системного підходу в економіці. 2021. Випуск № 6(86). С. 80-86. 4. Ареф'єва О. В., Сафонік Н. П., Кривенко Є. А. Фактори інноваційного розвитку системи матеріально- технічного забезпечення підприємства в умовах неотехнологічного відновлення. Modern Economics. 2021. № 30(2021). С. 13-20. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V30(2021)-02 .

5. Сафонік Н. П., Залізнюк В. П., Кая А. С. Сучасні тенденції інноваційної діяльності підприємств України у міжнародному економічному просторі. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2021. №4 (76). С. 183-189. <https://doi.org/10.33271/ebdut/76.183>

6. Сафонік Н. П., Вовк О. М., Фрідріх Ю. В. Превентивне забезпечення безпеки і конкурентного статусу авіаційного підприємства. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2021. №3 (75). С. 123-134.

7. Сафонік Н.П., Ковальчук А.М., Карпенко І.Л. Особливості формування економічного потенціалу підприємства із позицій його іміджу в умовах адаптації до змін Бізнес Інформ 2021 №11.

П.п. 2
Наявність 5 свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір:
1) № 80813 від 08.08.2018;
2) № 80814 від 08.08.2018;
3) № 80815 від 08.08.2018;
4) № 80816 від 08.08.2018;
5) № 81464 від 13.09.2018.

П.п. 5
Захист дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук 07.05.2021 за спеціальністю 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит», Диплом ДК №060799 від 29.06.2021.

П.п. 10
1) 2021 рік «EU principles and values: diversity and inclusion in education for sustainable development», 60 год. (certificate № EUPVS000065);
2) 2021 рік «European Studies in Social Cultural Sphere», 184 год. (certificate №SCAES000129).

П.п. 11
Наукове

консультування ДП «ДГ «Городецьке» (з листопада 2018 року по т.ч.) (довідка ДП «ДГ «Городецьке» від 22.01.2022 №8).
П.п. 12

1. Сафонік Н.П. Інноваційно-цифровізаційні тенденції розвитку підприємств в сучасних умовах. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. (21 жовтня 2021 р., м. Київ). Том.2. К.: НАУ, 2021. С. 102-105.

2. Сафонік Н.П. Особливості функціонування економіки України в умовах воєнного стану. Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку: матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції / за ред. І.В. Жукової, Є.О. Романенка. Вільнюс: ГО «ВАДНД», 07 березня 2022 р. С. 48-52.

3. Сафонік Н.П. Превентивне управління як підґрунтя попередження кризових явищ в контексті інноваційного розвитку підприємств. Theory and practice of modern science: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the III International Scientific and Theoretical Conference (Vol. 1), April 1, 2022. Kraków, Republic of Poland: European Scientific Platform. pp. 19-20.

4. Сафонік Н.П., Швець А.В. Реалізація переваг превентивного управління в умовах сучасного безпекового середовища. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. 20-25 травня 2022 р. Том 1. К.: НАУ, 2022. С. 178-180.

5. Safonik N. P., Dudik

						<p>A. O. Theoretical Basis Of Substantiation Of Economic Strategy Of Enterprise Development. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. 20-25 травня 2022 р. Том 1. К.: НАУ, 2022. С. 217-219.</p> <p>6. Safonik N. P. Modern Trends Of Innovative Activity Of Enterprises In Conditions Of Adaptation To Changes. Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції. 14-15 квітня 2022 р. Том 1. К.: НАУ, 2022. С. 137-138.</p> <p>П.п.14 Робота у складі журі I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт «Управління персоналом і економіка праці» (2022 р.)</p> <p>П.п. 19 Членство у Всеукраїнській громадській організації «Українська асоціація економістів-міжнародників» з січня 2022 року (довідка ВГО «Українська асоціація економістів-міжнародників» від 08.09.2022).</p>	
374137	Косова Тетяна Дмитрівна	Завідувач кафедри (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом доктора наук ДД 005436, виданий 09.11.2006, Аттестат професора ДД 005491, виданий 03.07.2008	24	Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 24 роки наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Член вченої ради НАУ Член вченої ради Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ Член редакційної колегії фахового збірника наукових праць (Економічні науки) «Проблеми системного підходу в економіці». Фахова реєстрація (Категорія «Б»)</p>

Академік Академії економічних наук України
Член спеціалізованої вченої ради для захисту дисертацій Д 26.062.02 в НАУ Міністерства освіти і науки України

Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:

П.п.1

1. Kosova T., Smerichevskiy, S., Ivashchenko A., & Radchenko, H. Theoretical aspects of risk management models in economics, marketing, finance and accounting. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2021. №3(38), 409–418.

<https://doi.org/10.18371/fcaptr.v3i38.237474> (Web of Science)

2. Kosova, T., Smerichevskiy, S., Kostyrko, L., Kostyrko, R., Radchenko, H., & Bondarenko, O. (2021). Financial and integrated reporting of Ukraine Energy holdings in the categories of sustainable development and marketing innovations. Academy of Accounting and Financial Studies Journal, 25(S5), 1-16.

URL:

<https://www.abacademies.org/articles/Financial-and-integrated-reporting-of-ukraine-energy-holdings-in-the-categories-of-sustainable-development-and-marketing-innovations-1528-2635-25-S5-958.pdf> (Scopus)

3. Косова Т. Д., Стеблянюк І. О., Діхтярь І.О. Фінансове регулювання відтворення капіталу суб'єктів господарювання в агробізнесі. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 40. С. 187-191.

http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2019_40_36

4. Косова Т.Д., Ярошевська О.В., Соломіна Г.В. Діагностика і регулювання фінансового потенціалу суб'єктів господарювання в

системі стратегічного антикризового управління.
Економіка та держава. 2020. №4. С. 14-18.
DOI: 10.32702/2306-6806.2020.4.14

5. Косова Т.Д., Ярошевська О.В., Соломіна Г.В. Фінансова діагностика і регулювання потенціалу стратегічного розвитку корпоративних підприємств. Ефективна економіка. 2020. №4. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4_2020/4.pdf DOI: 10.32702/2307-2105-2020.4.2

6. Косова Т.Д., Деєва Н.Е., Ползікова Г.В. Фінансова архітектоніка: потенціал розвитку для економіки, менеджменту, маркетингу. Інвестиції: практика та досвід. 2020. №14-15. С.10-16. <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7115&i=1>

П.п.3

1. Косова Т. Д., Ярошевська О. В. Концепти фінансового регулювання фондової діяльності суб'єктів господарювання. Теоретико-методологічні засади розвитку фінансової системи України на основі інноваційно-інвестиційних стратегій : колективна монографія / за заг. ред. Т. Д. Косової, Н.О. Слободянюк. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2019. С. 33-43.

2. Косова Т.Д., Ползікова Г.В., Захарченко Н.В. Механізми податкового менеджменту в умовах антикризової фінансової політики; монографія / Придніпровська державна академія будівництва та архітектури. Дніпро: ПДАБА, Акцент ПП, 2020. 224 с.

3. Косова Т.Д., Ярошевська О.В. Фінансові інновації як основа розвитку держави, банків, страхових компаній, підприємств. Фінансові важелі

соціально-економічного механізму взаємодії суб'єктів господарювання різних типів та сфер діяльності: колективна монографія / За заг. ред. А.Г. Семенова. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2020. С. 332 – 345.

4. Kosova T., Malovychko A., Poddubniak D. Financing of social capital as an object of accounting, reporting, analysis and audit of sustainable development of mining and metallurgical corporations: monograph. Економіка, управління та адміністрування в координатах сталого розвитку. Riga: "Izdevnieciba "Baltija Publishing", 2021. P. 117-196.

П.п. 6

1. Доктор економічних наук (2018). Ярошевська Оксана Володимирівна. Фондові механізми формування капіталу суб'єктів господарювання – спеціальність 08.00.08. Донбаська державна машинобудівна академія

2. Кандидат економічних наук (2019). Шевченко Володимир Володимирович. Становлення вищого державного фінансового контролю на регіональному рівні – спеціальність 08.00.08. Київський національний торговельно-економічний університет.

П.п.7

1. Член спеціалізованих вчених рад: Д 26.062.02 у Національному авіаційному університеті м. Київ) Д 26.004.01 у Національному університету біоресурсів та природокористування (м. Київ)

2. Опонент: 2019 - Дятлова Юлія Володимирівна. Механізми розвитку банківського сектору

України в умовах конкурентної інтернаціоналізації. доктор наук. 08.00.08. ДДМА, Д12.105.03, Краматорськ 2020 - Середа Олена Олександрівна. Фінансове регулювання розвитку суб'єктів господарювання. кандидат наук. 08.00.08. Університет ДФС, Д 27.855.01, Ірпінь 2020 - Єгорова Олена Миколаївна. Управління інвестиційною діяльністю торговельних підприємств. доктор філософії. 072. ХДУХТ, ДФ 64.088.006, Харків 2020 - Солонатіна Тетяна Василівна. Стратегічний розвиток фінансового потенціалу суб'єктів господарювання аграрного сектора економіки. доктор наук 08.00.08. Університет ДФС, Д 27.855.01, Ірпінь 2021 - Євтушенко Марина Вікторівна. Фінансова діагностика у вартісно-орієнтованому управлінні корпоративними підприємствами. кандидат наук 08.00.08. КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Д 26.006.04, Київ 2021 - Лемішко Олена Олександрівна. Фінансова політика відтворення капіталу в аграрному секторі економіки. доктор наук 08.00.08. Університет банківської справи (м. Львів), Д26.883.01 2021 - Батрак Ольга Володимирівна. Фінансова діагностика в системі антикризового управління підприємств швейної промисловості. кандидат наук 08.00.08. Київський національний університет технологій та дизайну, Д 26.102.05, м. Київ П.п.8 1. Керівник - Держбюджетна (кафедральна) науково-дослідна робота «Побудова системи обліково-аналітичної

інформації та аудиту діяльності суб'єктів на різних рівнях господарювання» (номер державної реєстрації 0121U110164).

2. Член редакційної колегії Фахового збірника наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці» Національного авіаційного університету (м. Київ) П.п.10

1. Зарубіжне стажування 10.02.2022-20.02.2022. Certificate Serija 20220209. Scientific and pedagogical internship on the topic "Innovative educational technologies: European experience and its application in training specialists in economics and management" in specialty 071 "Accounting and taxation", 6 credits (180 hours)

П.п.12

1. Косова Т.Д., Доценко В.Ф., Ярошевська О.В. Економічна діагностика фінансово-майнового стану закладів готельно-ресторанного господарства. Агросвіт. 2020. № 11. С.43-49.

2. Косова Т.Д., Доценко В.Ф., Ярошевська О.В. Ефективність менеджменту готельно-ресторанного бізнесу: критерій фінансових результатів. Економіка та держава. 2020. № 6. С. 28-33.

3. Косова Т.Д., Доценко В.Ф., Ярошевська О.В. Корпоративне управління в готельно-ресторанному господарстві: організація, стандартизація, фінансіалізація. Бізнес Інформ. 2020. №6. С. 181-189.

4. Косова Т.Д., Доценко В.Ф., Ярошевська О.В. Готельно-ресторанна справа як середовище розвитку приватної підприємницької ініціативи. Науковий вісник МГУ. 2020.

Вип. 43. С.114-119.
5. Косова Т.Д., Турова Л.Л. Менеджмент фінансових результатів підприємств авіаційного транспорту: проблеми і перспективи. «Авіа-2021»: матер. XV міжн. наук.-техн. конф. (20-22 квітня 2021 року). К.: НАУ. URL: <http://conference.nau.edu.ua/index.php/AVIA/AVIA2021/paper/view/8031/6641>

6. Косова Т.Д., Соломіна Г.В. Сучасна парадигма розвитку фінансового менеджменту на платформі архітектури. Сучасні детермінанти фіскальної політики: локальний та міжнародний вимір: збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Тернопіль, 8-9 вересня 2021 року). Тернопіль: ЗУНУ, 2021. С. 126-129.

7. Косова Т. Д., Долгих А. В. Комерціалізація освітньої діяльності в системі фінансового менеджменту бюджетних закладів освіти. «Фінанси: теорія і практика»: тези доп. XII Міжн. наук.-практ. інтернет-конф. (17 грудня 2021 року, м. Київ) К.: НАУ, 2021. С.279-280.

8. Косова Т. Д., Журавель О. А. Реформування фонду гарантування вкладів у системі управління депозитним портфелем комерційного банку. «Фінанси: теорія і практика»: тези доп. XII Міжн. наук.-практ. інтернет-конф. (17 грудня 2021 року, м. Київ) К.: НАУ, 2021. С.195-196.

9. Косова Т. Д., Кузюк Д. І., Функціонально – вартісний аналіз як інструмент підвищення фінансової результативності фізичних осіб – підприємців. «Фінанси: теорія і практика»: тези доп. XII Міжн. наук.-практ. інтернет-конф. (17 грудня 2021 року, м. Київ). К.: НАУ, 2021. С.334-335.

10. Косова Т. Д.,
Тігаренко А. Д.
Проблеми
формування
інтегрованої звітності
сталого розвитку в
енергетичній сфері.
Розвиток економіки та
бізнес-
адміністрування:
наукові течії та
рішення: матер. II
Міжн. наук.-практ.
конф. (21 жовтня 2021
року, м. Київ) К.:
НАУ, 2021. Том 2. С.
211-212.

11. Kosova T.,
Malovychko A. The
social capital as an
object of financing,
accounting, reporting,
analysis and audit.
«Фінанси: теорія і
практика»: тези доп.
XII Міжн. наук.-практ.
інтернет-конф. (17
грудня 2021 року, м.
Київ). К.: НАУ, 2021.
С.17-18.

12. Косова Т.Д.
Соціальний капітал як
об'єкт обліку,
звітності, аналізу і
аудиту сталого
розвитку. Innovative
educational
technologies: European
experience and its
implementation in the
training of specialists in
economics and
management: mater.
scientific and
pedagogical internship
January 10 - February
20, 2022 (Riga, Latvia).
Latvia: Baltijia
Publishing, 2022. pp.
24-26.

13. Kosova T.,
Lemishko O.,
Shevchenko A.
Financial architecture
as a model of financial
system functioning.
Ukraine, Bulgaria, EU:
Economic and Social
Development Trends:
materials VI
International Scientific
and Practical
Conference (Burgas,
Bulgaria, 26 August
2022) Burgas:
Avangard Prima, 2022,
pp. 133-135.
П.п.14

1. Диплом I ступеня на
IV Міжнародній наук.-
практичній конф.
молодих вчених
«Фінансові механізми
сталого розвитку
України в умовах
сучасних викликів».

2. Ярина А.О.,
науковий керівник –
Тетяна Косова, д. е. н.,
проф. Публічні
фінанси: сучасні

						проблеми і перспективи. Фінансові механізми сталого розвитку України в умовах сучасних викликів: тези доп. IV Міжн. наук.-практ. конф. молодих вчених (м. Київ, 3 червня 2022 року). К.: Редакційно-видавничий відділ НУБіП України, 2022. С.111-113. П.п.20 Керівник напрямку з розробки методології Департаменту ризик-контролю КБ «Таскомбанк» (м. Київ) – 5 місяців (2019-2020), провідний економіст – Шахта імені Є.Т. Абакумова (м. Донецьк) - 6 років (1991-1997).
155260	Борисенко Олена Сергіївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом кандидата наук ДК 058878, виданий 14.04.2010, Атестат доцента 12ДЦ 029358, виданий 23.12.2011	19	Маркетинг Досвід дослідницької роботи за фахом складає 20 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам Гарант освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» Член науково-методично-редакційної ради НАУ: голова секції «Економіка та управління». Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Ярмолюк О.Я.Інноваційні підходи проведення маркетингових досліджень сучасних підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. науково-виробничий журнал. Запоріжжя.: КПУ, 2022. Вип. 2(125). Режим доступу до видання: http://www.econom.sta.teandregions.zp.ua (фахове видання кат. Б) 2. Shevchenko A.,

Borysenko O.
Marketing Approach to the Formation of Management System for Enterprise Strategic Development in the Context of Globalisation JILC (Journal of International Legal Communication). 2021. 1(1), 272 p. P. 186-196. URL:<https://jilc.e-science.space/wp-content/v1/JILC17.pdf>
журнал зареєстрований в країні (Республіка Польща), що входить до ЄСР)

3. Борисенко О.С., Ярмолюк О.Я., Фісун Ю.В. Наукове підґрунтя просування територіального маркетингу в Україні. Електронне науково-практичне фахове видання «Інфраструктура ринку», 2019. Вип. 31/20198. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/31-2019> (фахове видання кат. Б)

4. Борисенко О.С., Табачук Н.О. Теоретичні основи та еволюція розвитку комплексу маркетингу. Електронне наукове фахове видання «Східна Європа: економіка, бізнес та управління». Д.: ПДАБА, 2018. № 3 (14). URL: www.easterneurope-bm.in.ua (фахове видання кат. Б)

5. Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Промисловий і споживчий маркетинг: особливості та основні відмінності. Електронне науково-практичне фахове видання «Інфраструктура ринку». О.: ПНДІЕІ, 2018. № 18. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/18-2018> (фахове видання кат. Б)

6. Борисенко, О.С., Тарабан М.В. Роль маркетингу в управлінні інноваційною діяльністю підприємств в умовах глобалізації економіки. Електронне фахове видання «Інфраструктура ринку». О.: ПНДІЕІ,

2017. № 14. URL:
<http://www.market-infr.od.ua/uk/14-2017>
(фахове видання кат. Б)

7. Борисенко О.С.,
Фісун Ю.В. Маркетинг
відносин як сучасна
концепція
маркетингу.
Електронний фаховий
науково-практичний
журнал
«Інфраструктура
ринку». О.: ПНДІЕІ,
2017. – № 7. – URL:
<http://www.market-infr.od.ua> (фахове
видання кат. Б)

П.п. 3

1. Маркетинговий
менеджмент: навч.
посібник / О. С.
Борисенко, А. В.
Шевченко, Ю. В.
Фісун, О. М. Крапко.
К.: НАУ, 2022. 204 с.

2. Борисенко О.С.,
Шевченко А.В. Новий
вектор розвитку
концепції маркетингу:
Сучасні тренди та
інструменти.
Сучасний маркетинг:
тренди, інновації,
інструменти:
монографія / за заг.
ред. Є. В. Ромата та С.
Ф. Смерічевського.
Київ.: Студцентр,
2021. 308 с. С.6-17

3. Промисловий
маркетинг: навч.
посібник / В.М.
Загорулько, А.В.
Шевченко, О.С.
Борисенко. К.: НАУ,
2015. 356 с. Гриф.
МОНМС (лист № 1/11
– 477 від 16.01.2012)

П.п.4

1. Маркетингова
товарна політика:
практикум / уклад.:
А.В. Шевченко, О.С.
Борисенко, Ю.В.
Фісун, О.М. Крапко.
К.: НАУ, 2022. 68 с.

2. Товарознавство:
практикум / уклад.:
Ю. В. Фісун, О. С.
Борисенко, А. В.
Шевченко, О. М.
Крапко. К.: НАУ,
2022. 48 с.

П.п.8

1. Відповідальний
виконавець науково-
дослідної теми № 11-
2022/11.01.03
(державний
реєстраційний номер:
0122U200385)
«Теоретико-
методологічне
забезпечення
формування впливу
соціальних мереж на
просування в
комплексі
електронного

маркетингу».
П.п. 10
1. Науково-педагогічне стажування: квітень 2018р. Mieszko I School of Education and Administration. Тема: «Innovation in international marketing».
Сертифікат WSPiA-WK/2612/2018/1
2. Участь у міжнародному тренінгу 21.10.2019-09.11.2019 в рамках угоди № 39-2019/UA-ВР від 07.10.2019 між «Senior experten service, GmbH» (Німеччина) та Національним авіаційним університетом. Тема: Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері маркетингового менеджменту».
П.п.12
1. Борисенко О.С., Маня О.В. «Зелений» маркетинг як сучасна концепція управління діяльністю підприємств // Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності: III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 27 травня 2021р.: тези доп. К.: НАУ, 2021. С. 88-89.
2. Borysenko O.S., Litvinchuk M. Influence of Innovative Approaches on the Application of Marketing Communications // Economic and business administration development: scientific currencies and solutions: Abstracts I International scientific-practical conference, October 22, 2020. : proceedings. – K: NAU, 2020. – P. 352-356
3. Борисенко О.С. Основні підходи до реалізації підприємствами сучасних маркетингових стратегій // Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності: III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 27 травня 2021р.: тези доп. К.: НАУ, 2021. С. 109-111.
4. Борисенко О.С.

						<p>Інтегровані маркетингові комунікації як інструменти впровадження територіального маркетингу. // International Scientific-Practical Conference Global marketing: analysis and challenges of our time: Conference Proceedings, May 16-17th, 2019. Batumi, Georgia, 244 pages. P. 36-38.</p> <p>5. Borysenko O.S., Petrovska S.V., Petrovskyi O.O. Features of marketing in industrial markets // International Scientific-Practical Conference on Innovation Management in Marketing: Modern Trends and Strategic Imperatives, April 12-13th, 2018: proceedings. Poznan (Poland), 2018. P. 223-225</p> <p>6. Борисенко О.С., Нижник Н.В. PR у системі маркетингових комунікацій туристичних підприємств // Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України: VI Міжнародна науково-практична конференція, 7 грудня 2017 р. : матеріали доп. К., 2017. С. 15</p>	
85230	Бондаренко Ольга Михайлівна	Доцент (0,5 ставки), Суміщення	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом спеціаліста, Київський міжнародний університет цивільної авіації, рік закінчення: 1998, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 025382, виданий 13.10.2004, Аттестат доцента о2ДЦ 011463, виданий 16.02.2006	24	Облік і оподаткування	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 24 роки наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1</p> <p>1. Kosova, T., Smerichevskyi, S., Kostyrko, L., Kostyrko, R., Radchenko, H., & Bondarenko, O. (2021). Financial and integrated reporting of ukraine energy holdings in the categories of sustainable development and marketing innovations. Academy of Accounting and Financial Studies Journal, 25(S5), 1-16. URL: https://www.abacadem</p>

ies.org/articles/Financial-and-integrated-reporting-of-ukraine-energy-holdings-in-the-categories-of-sustainable-development-and-marketing-innovations-1528-2635-25-S5-958.pdf (Scopus)

2. Бондаренко О.М., Чиженко В.В. Фіскальна ефективність акцизного податку як складова оптимізації системи непрямого оподаткування. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». - 2021. - №4. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/2021/4/7018>. (Index Copernicus)

4. Бондаренко О.М., Тігаренко А.Д. Економічна сутність поняття «оплата праці» як об'єкта обліку, аналізу та аудиту. Міжнародний науково-практичний журнал «Фінансовий простір». Черкаський навчально-науковий інститут Державного вищого навчального закладу «Університет банківської справи». Випуск № 4 (40). 2020. 78-86 с. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/article/view/796> (фахове видання кат. Б)

5. Бондаренко О.М., Гайдук О.Е. Відображення в обліку транспортно-заготівельних витрат підприємства. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2020. № 11 (91). 21-24 с. URL: <https://www.inter-nauka.com/ua/issues/2020/11/> (Index Copernicus)

6. Бондаренко О.М., Матвеева О.М., Ковальова В.Ю. Облік, аудит та управління кредиторською заборгованістю. Економіка та суспільство. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-1> (Vernadsky National Library, Google Scholar, Index Copernicus, CiteFactor, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), Directory of Open

Access Journals (DOAJ).)

7. Бондаренко О.М., Видриган О.В. Різновиди лізингових операцій при прийнятті управлінських рішень на авіаційному підприємстві. ΛΟΓΟΣ. THE ART OF SCIENTIFIC MIND [International Multidisciplinary Scientific Journal]. № 8 (December, 2019). P. 8-11. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2617-7064/article/view/331>. (Index Copernicus)

8. Bondarenko O., Duksenko O. Economic essence and cost classification in Ukrainian airlines. Virtus: Scientific Journal / Editor-in-Chief M.A. Zhurba – January, issue 40, 2020. P. 239-242. URL: <http://conference-ukraine.com.ua/ru/archivej> (Google Scholar)

9. Бондаренко О.М., Вересоцький Б.О. Організація та методика обліку, аудиту грошових коштів та аналізу грошових потоків на авіаційних підприємствах. Щомісячний інформацій-но-аналітичний журнал «Економіка. Фінанси. Право». Випуск 12/3'2019. К.: «Аналітик», 2019. с. 6-10. URL: http://efp.in.ua/public_html/uploads/journals/253/efp_12-3_2019.pdf (Index Copernicus)

10. Bondarenko O., Titarenko A. Modern approaches to inventory management of aviation enterprise. ΛΟΓΟΣ. THE ART OF SCIENTIFIC MIND [International Multidisciplinary Scientific Journal]. № 7 (November, 2019) P. 6-11. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2617-7064/article/view/285> (Index Copernicus)

11. Бондаренко О.М., Матківська Т.Я. Резерв відпусток: створення, облік та використання. Щомісячний інформацій-но-аналітичний журнал «Економіка. Фінанси.

Право». Випуск
3/2'2018. К.:
«Аналітик», 2018. С.
22-26. URL:
<https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/11/EFP-03-2-2018.pdf> (Index Copernicus)

П.п.3

1. Бондаренко О.М.
Аудит: навч. посібник.
К. : НАУ, 2017. 192 с.

2. Бондаренко О.М.
Витрати
авіапідприємства та їх
вплив на фінансовий
стан в сучасних
умовах. Адаптивне
управління
підприємствами в
умовах
неотехнологічного
відтворення:
Монографія. За
редакцією Ареф'євої
О.В. К.: ФОП
Маслаков, 2020. с. 98-
106.

3. Бондаренко О.М.,
Попович О.В.,
Задерака Н.М. Облік і
фінансування виплат
із тимчасової
непрацездатності в
системі цифровізації
соціальної
відповідальності
держави: Economics,
management and
administration in the
coordinates of
sustainable
development: Scientific
monograph. Riga,
Latvia: Baltija
Publishing, 2021. С.
390-403.

П.п.4

1. Бондаренко О.М.,
Попович О.В.,
Задерака Н.М.
Практикум по
бухгалтерському
обліку. К. НАУ, 2020.
36 с.

2. Бондаренко О.М.,
Гайдаржийська О.М.,
Попович О.В.
Методичні
рекомендації до
виконання курсової
роботи «Фінансовий
облік II». К. НАУ,
2020. 36 с.

3. Бондаренко О.М.,
Кратт О.А., Щепіна
Т.Г. Аудит: Методичні
рекомендації до
самостійної роботи. К.
НАУ, 2021. 36 с.

4. Бондаренко О.М.,
Костюнік О.В.,
Попович О.В.
Фінансовий облік I:
методичні
рекомендації до
самостійної роботи. К.
НАУ, 2021. 36 с.

5. Бондаренко О.М.,
Попович О.В. Облік і

звітність в оподаткуванні: практикум. К. НАУ, 2021. 52 с.

П.п.12

1. Бондаренко О.М. Правила проведення індексації грошових доходів населення та механізм її проведення. Україна-Польща: економічні та соціальні виклики 2030: [електронний Збірник матеріалів Міжнародної між-дисциплінарної конференції (Варшава, Польська Респуб-ліка, 30.06 – 02.07.2017)]. Варшава, 2017. с. 21-24.

2. Бондаренко О.М., Деркач О.С. Бухгалтерський облік банківського кредитування. Фінанси: теорія і практика [матеріали міжнародної науково-практичної конференції]. К.: Нац. авіац. ун-т, 2017. С.32.

3. Бондаренко О.М. Кадровий облік – запорука ефективного ведення бухгалтерського обліку. Актуальні проблеми бухгалтерського обліку і аудиту в сьогоденні [матеріали міжнародної науково-практичної конференції]. К.: Нац. авіац. ун-т, 2017. С.13.

4. Бондаренко О.М., Сторожук В.В. Вагомість складання фінансової звітності в сучасних умовах. Актуальні проблеми бухгалтерського обліку і аудиту в сьогоденні [матеріали між-народної науково-практичної конференції]. К.: Нац. авіац. ун-т, 2017. С.16.

5. Бондаренко О.М., Богословець Г.О. Розвиток інтернет-банкінга в Україні та у світі. Актуальні проблеми бухгалтерського обліку і аудиту в сьогоденні [матеріали міжнародної науково-практичної конференції]. К.: Нац. авіац. ун-т, 2017. С.15.

6. Бондаренко О.М., В.В. Жебка Єдиний соціальний внесок для підприємців: новації 2018 року. Корпоративні фінанси: соціально-економічні,

організаційно-правові та інституціональні аспекти: міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 15 березня 2018 р. К.: НАУ, 2018. С.14.

7. Бондаренко О.М., В.Ю. Гудима
Удосконалення програми проведення внутрішнього аудиту виробничих запасів авіапідприємства. III International Scientific Conference Integration of Business Structures: Strategies and Technologies: Conference Proceedings, February 22th, 2019. Tbilisi, Georgia: Baltija Publishing. 115-118 pages.

8. Бондаренко О.М., Кромбет А.Ю.
Особливості проведення управління дебіторською та кредиторською заборгованістю на авіаційному підприємстві. Актуальні проблеми бухгалтерського обліку і аудиту в сьогоденні [матеріали міжнародної науково-практичної конференції]. К.: Нац. авіац. ун-т, 2018. С.14.

9. Бондаренко О.М., Макаренко О.І.
Автоматизація обліку інших необоротних матеріальних активів. Актуальні проблеми бухгалтерського обліку і аудиту в сьогоденні [матеріали міжнародної науково-практичної конференції]. К.: Нац. авіац. ун-т, 2018. С.56.

10. Бондаренко О.М., Яценко Д.О.
Інноваційні підходи до обліку, аудиту та аналізу розрахунків з оплати праці та аналізу кадрового забезпечення на авіаційному підприємстві. Актуальні проблеми бухгалтерського обліку і аудиту в сьогоденні [матеріали міжнародної науково-практичної конференції]. К.: Нац. авіац. ун-т, 2018. С.113.

11. Bondarenko O.
Topical problems of accounting of product output and realization. Materials of the international scientific-practical conference «Topical problems of

accounting and audit in today». K.: National aviation university, 2020. p 44.

12. Бондаренко О.М., Сердюкова Б.М. Вплив мінімальної заробітної плати на розмір штрафів за порушення трудового законодавства. Економіка, фінанси, облік і право в умовах глобалізації: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 30 вересня 2020 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2020. С. 36

13. Bondarenko O., Borovyk I. Features of the audit of payroll calculations. Abstracts I International scientific-practical conference «Economic and business administration development: scientific currencies and solutions». Editorial board Svitlana Petrovska, Olha Vovk [and others], Kiev, 2020, National Aviation University. K: NAU, 2020. p. 191.

14. Bondarenko O., Chyzhenko V. Key aspects of organization of audit of production inventories of the enterprise. Abstracts I International scientific-practical conference «Economic and business administration development: scientific currencies and solutions». Editorial board Svitlana Petrovska, Olha Vovk [and others], Kiev, 2020, National Aviation University. K: NAU, 2020. p. 192-193.

15. Bondarenko O., Ishchenko N. Problems of auditing the cash of the enterprise. Abstracts I International scientific-practical conference «Economic and business administration development: scientific currencies and solutions». Editorial board Svitlana Petrovska, Olha Vovk [and others], Kiev, 2020, National Aviation University. K: NAU, 2020. p. 194.

16. Bondarenko O., Lesko M. Procedure for audit of intangible assets of the enterprise. Abstracts I International scientific-

practical conference
«Economic and
business administration
development:scientific
currencies and
solutions». Editorial
board
SvitlanaPetrovska, Olha
Vovk [and others],
Kiev, 2020, National
Aviation University.. K:
NAU, 2020. p. 195.

17. Bondarenko O.,
Trush I. Features of the
audit of non-current
assets of the enterprise.
Abstracts I
International scientific-
practical conference
«Economic and
business administration
development:scientific
currencies and
solutions». Editorial
board
SvitlanaPetrovska, Olha
Vovk [and others],
Kiev, 2020, National
Aviation University.. K:
NAU, 2020. p. 196-197.

18. Bondarenko O.M.,
Pukha V.S.
Organization of cash
accounting. Abstracts of
X International
scientific-practical
online conference
«Current problems and
trends in the
development of
accounting and audit».
Editorial board Oleg
Kratt, Nina Ovsyuk [and
other], Kyiv, 2021,
National Aviation
University. K.: NAU.
P.42.

19. Bondarenko O.M.
Development prospects
of the audit and
financial results on
enterprises of Ukraine.
Abstracts of X
International scientific-
practical online
conference «Current
problems and trends in
the development of
accounting and audit».
Editorial board Oleg
Kratt, Nina Ovsyuk [and
other], Kyiv, 2021,
National Aviation
University. K.: NAU. P.
90.

20. Bondarenko O.M.,
Cherenkova A.V.
Accounting for leave:
the right to receive and
calculate it. Матеріали
II Міжнародної
науково-практичної
конференції
«Розвиток економіки
та бізнес-
адміністрування:
наукові течії та
рішення». 21 жовтня
2021 р. Том 2. К.: НАУ,
2021. 298 с.

21. Бондаренко О.М.,

Коваленко А.М.
Значення додаткового капіталу підприємства. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference «Finance: theory and practice». K. National Aviation University, 2021, с. 233

22. Бондаренко О.М., Руденко Д.В.
Фінансовий облік та відображення у звітності розрахунків з постачальниками та підрядниками, іншими кредиторами. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference «Finance: theory and practice». K. National Aviation University, 2021, с. 235.

24. Бондаренко О.М., Галушко Л.О.
Порядок отримання (погашення) та відображення в обліку довгострокових та короткострокових позик. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference «Finance: theory and practice». K. National Aviation University, 2021, с. 271.

25. Бондаренко О.М., Голованова Д.О.
Облік формування фінансових результатів. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference «Finance: theory and practice». K. National Aviation University, 2021, с. 312

26. Бондаренко О.М., Руденко Д.В.
Фінансовий облік та відображення у звітності розрахунків з постачальниками та підрядниками, іншими кредиторами. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference «Finance: theory and practice». K. National Aviation University, 2021, с. 314.

П.п.14
1. Керівництво науково-дослідницьким гуртком «Державний фінансовий контроль та незалежний аудит» (2021-2022 н.р.).
2. Керівництво проблемною групою «Проблеми обліку, контролю, оподаткування та аналізу на авіаційних

						підприємствах» (2022-2023 н.р.) П.п.19 Асоційований член Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (свідоцтво № 678 від 15.11.2019р.)	
377239	Божок Анастасія Романівна	Доцент (0,25 ставки), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес- адмініструванн я	Диплом бакалавра, Державний вищий навчальний заклад "Донецький інститут залізничного транспорту Української державної академії залізничного транспорту" Міністерства транспорту та зв'язку України, рік закінчення: 2007, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництв о, Диплом спеціаліста, Державний вищий навчальний заклад "Донецький інститут залізничного транспорту Української державної академії залізничного транспорту" Міністерства транспорту та зв'язку України, рік закінчення: 2008, спеціальність: 0501 Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 011955, виданий 28.03.2013	7	Основи маркетингу на транспорті	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 7,5 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Yanovska V., Bozhok A., Levchenko O., Tvoronovych V. (2019). High-Speed Railways is a Priority Direction for the Development of Railway Transport. Fifteenth Scientific and Practical International Conference «International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics» 2019). V. 67. https://www.shs- conferences.org/articles /shsconf/abs/2019/08/ contents/contents.html . (Web of Science) 2. Yanovska V., Bozhok A., Levchenko O., Tvoronovych V. (2019). Digital Transformation of the Ukrainian Economy: Digitization and Transformation of Business Models. Fifteenth Scientific and Practical International Conference «International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics». V. 67. https://www.shs- conferences.org/articles /shsconf/abs/2019/08/ contents/contents.html . (Web of Science) 3. Yanovska V., Pylypenko O., Tvoronovych V., Bozhok A. (2018). Marketing research as a way to increase competitiveness of railway company and forecasting of demand for transport. International Journal of Engineering and Technology. Vol. 7

(4.3). Р. 583–587.

4. Божок А.Р. Тенденції цифрового маркетингу: інструменти залучення споживачів. Проблеми і перспективи економіки та управління: (наук. журнал). Чернігів: ЧНТУ, 2021. №1(25). С. 27 – 32.

5. Ейтутіс Г., Божок А. Реструктуризація залізничного транспорту України на основі регіонально-галузевої моделі управління. Вісник економіки транспорту і промисловості: (зб. наук.-практ. ст.). Харків: УкрДУЗТ, 2019. №68. С. 85 – 93.

П.п. 3.

1. Божок А.Р., Колбушкін Ю.П. Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. р.121-147.

П.п. 4

1. Конкурентоспроможність підприємства: Навчально-методичний посібник для студентів підготовки освітнього ступеня «магістр» спеціальності 073 «Менеджмент» спеціалізації «Бізнес-адміністрування» денної та заочної форм навчання / А. Р. Божок, С. О. Крищенко, Н. В. Устинович. К.: Вид-во ДЕТУТ, 2017. – 94 с.

2. Ейтутіс Г.Д., Божок А.Р. Маркетинг транспортних послуг: Навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». – К.: ДУІТ, 2018. – 142 с.

3. Ярим-Агаєв О.М., Божок А.Р. Бренд-менеджмент: Методичні вказівки до вивчення курсу для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». – К.: ДУІТ, 2018. – 64 с.

П.п. 10

1. Участь у міжнародному науковому проекті

«Дослідницьке співробітництво з нових комунікаційних технологій, № 9В90, Університет федеральних збройних сил Мюнхена у Німеччині П.п. 12

1. Ткаченко О.І., Божок А.Р. Сучасна концепція реальності та її вплив на соціальні медіа / А.Р. Божок // Інформаційні технології та цифрова економіка: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 19-20 квітня 2022 р.). Київ: ДУІТ, 2022. С. 14-17.

2. Божок А.Р., Маловичко О.П. Вплив інноваційних цифрових технологій на авіакомпанії. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 21 жовтня 2021 р.). Київ: НАУ, 2021. С. 248-250.

3. Божок А.Р., Творонович В.І. Вплив цифрових лідерів на трансформацію маркетингу. Бренд-менеджмент: маркетингові інструменти: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конфер., (Київ, 11 березня 2021 р.). Київ: КНТЕУ, 2021. С. 254-256.

4. Яновська В.П., Божок А.Р., Левченко О.В., Творонович В.І. Цифрова трансформація економіки України: оцифрування та трансформації бізнес-моделей. Міжнародна транспортна інфраструктура, індустріальні центри та корпоративна логістика: тези доповідей за матеріалами п'ятнадцятої науково-практичної міжнародної конференції. Частина 2. (Харків, 6-8 червня 2019 р.). Харків: УкрДУЗТ, 2019. С.67-69.

5. Яновська В.П., Божок А.Р., Пилипенко О.В., Творонович В.І. Маркетингові

						дослідження як спосіб підвищення конкурентоспроможності залізничних компаній та прогнозування попиту на перевезення. Технології та інфраструктура транспорту: тези доповідей міжнародної науково-технічної конференції (Харків, 14-16 травня 2018 р.). Харків: УкрДУЗТ, 2018. С. 507-509. П.п. 14 1. Керівництво студентом, який зайняв II місце на III Міжнародному конкурсі реклами «DO. IT ADS» студент Павленко Олександр Сергійович ADS-2021-08.0006 від 25.05.2021 р. П.п. 19 1. Член Польського економічного товариства - Polish Economic Society PTE O/CZĘSTOCHOWA	
364039	Штик Юлія В`ячеславівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом магістра, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, рік закінчення: 2008, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 035642, виданий 12.05.2016, Атестат доцента АД 002547, виданий 20.06.2019	13	Бізнес-планування та бюджетування	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 13 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1 1. Shtyk Yuliia V., Shevchenko Liubov Ya., Kozhuhova Tetiana V., Shendryhorenko Maryna T., Gudz Juir F. Raw-materials potential of corporate enterprises: topical questions of accounting, analytical procurement and financial. Academy of Accounting and Financial Studies Journal. 2018. Vol. 22. Issue 3. URL: https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57201638275 / (Scopus). 2. Штик Ю.В. Розвиток та використання потенціалу бізнес-структур: фінансова, інвестиційна, екосистемна складова. Ефективна економіка. 2021. 4. URL:

<http://www.economy.nauka.com.ua/>
3. Штик Ю.В., Дорошук Р.І. Особливості формування еколого-економічного аналізу: сутність, значення, складові. Економіка. Фінанси. Право. 2021. №1/1. С. 32-36. URL: <http://efp.in.ua/uk/journal-item/291>

4. Штик Ю.В., Логвіненко Н.П., Петровська О.О. Резервний капітал як запорука фінансової стійкості. Економіка. Фінанси. Право. 2019. №10/2. С. 28-34. URL: <http://efp.in.ua/uk/journal-item/244>

5. Штик Ю.В., Кошкіна Д.А., Свиридчук А.А. Підвищення ефективності діяльності підприємств за рахунок оптимізації використання природного капіталу. Економіка та менеджмент. 2018. Випуск 15 (58). С. 73-81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnem_2018_15_35

6. Штик Ю.В. Система інтегрованої звітності щодо винагород працівникам у контексті МСФЗ. Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія : Економічні науки. Кривий Ріг, 2017. 66.І. С. 167 – 175. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/1946/>

7. Штик Ю.В. Формування фінансово-економічних механізмів забезпечення концепції сталого розвитку. Інфраструктура ринку. 2021. 62. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/62_2021/23.pdf

П.п.3
1. Штик Ю.В., Брадул О.М., Шепелюк В.А., Шевченко Л.Я., Шипіна С.Б., Каминський П.Д. Управлінський облік: навч. метод. посіб. Кривий Ріг, Видавництво «Донат», 2017. 114 с. URL:

<http://elibrary.donnuet.edu.ua/1407/>

2. Штик Ю.В.
Економічна сутність доходів від реалізації робіт (послуг). Проблемні аспекти та перспективи розвитку обліку, контролю, аналізу і оподаткування суб'єктів господарювання: монографія. Кривий Ріг: 2017. С.237 – 245.

3. Штик Ю.В.
Економічна сутність та оцінка облікової категорії «екосистемні послуги». Бухгалтерський облік, аналіз, контроль, оподаткування, фінансовий менеджмент: сучасні виклики та перспективи розвитку: монографія. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2018. С. 4 – 20.

4. Штик Ю.В.
Неузгодженість економічної термінології щодо категорії «винагороди працівникам» як загроза соціально-економічній безпеці підприємництва. Соціально-економічна безпека підприємництва: сучасний теоретичний дискурс. Львів: Магнолія 2006, 2019. – С. 113 – 119.

5. Штик Ю.В., Степаненко В.О.
Методичні підходи до оцінки управління міжнародною конкурентоспроможністю морської транспортної інфраструктури. Теоретико-методологічні засади розвитку фінансової системи України на основі інноваційно-інвестиційних стратегій. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. С. 181 - 192.

6. Штик Ю.В., Лядська В.В.
Особливості обліку людського капіталу та його оцінка. Бухгалтерський облік, аналіз, контроль, оподаткування: актуальні проблеми та перспективи розвитку: монографія, Кривий Ріг. ДонНУЕТ, 2020. С.30-44.

7. Штик Ю.В., Калініченко Д.Р., Лядська В.В.
Характеристика умов

формування людського капіталу України.
Бухгалтерський облік, аналіз, контроль, оподаткування: актуальні проблеми та перспективи розвитку: монографія, Кривий Ріг. ДонНУЕТ, 2020. С.44-53.

П.п.4

1. Штик Ю.В.
Методичні рекомендації з дисципліни «Адміністрування податків». Мін-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. обліку та аудиту.
Кривий Ріг : ДонНУЕТ. 2017. 80 с.
URL:

<http://elibrary.donnuet.edu.ua/1138/>

2. Штик Ю.В.

Методичні рекомендації з дисципліни «Звітність підприємства». М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. ТуганБарановського, каф. обліку та аудиту.
Кривий Ріг : ДонНУЕТ. 2017. 93 с.
URL:

<http://elibrary.donnuet.edu.ua/1141/>

3. Штик Ю.В.

Методичні рекомендації з дисципліни «Облік зовнішньоекономічної діяльності». М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. ТуганБарановського, каф. обліку та аудиту.
Кривий Ріг : ДонНУЕТ. 2017. 80 с.
URL:

<http://elibrary.donnuet.edu.ua/1493/>

П.п.8

1. Відповідальний виконавець - Держбюджетна (кафедральна) науково-дослідна робота «Інноваційний розвиток бізнес-технологій суб'єктів підприємницької діяльності в соціально-орієнтованій економіці» (номер державної реєстрації 0121U114366).

П.п.10

1. Зарубіжне стажування

18.04.2017-28.04.2017.
Certificate No. 02-17-
P36. Schiller
International University
(Paris): «Process and
technologies of
economic education:
innovative methods"
(108 hours)».
П.п.12
1.Shtyk Yu., Doroshuk
R. Determination of
modern ecological-
economic analysis:
materials of the X
International scientific
and practical
conference (Kiev,
October 29, 2020 y.)
K.: NAU, 2020. p.93–
95.
2. Штик Ю.В.
Особливості оцінки
екосистемних послуг:
формування
інтегрального
показника. Механізми
забезпечення сталого
розвитку економіки :
проблеми,
перспективи,
міжнародний досвід :
матеріали II Міжнар.
наук.-практ. конф., 23
квітня 2021 р. /
редкол. : О. І. Червко
[та ін.] ; Харківський
держ. ун-т харч. та
торг. Х. : ХДУХТ, 2021.
252 с. С. 170-173.
3. Штик Ю.В.
Розвиток ринку
екосистемних послуг.
Підприємництво і
торгівля: тенденції
розвитку: матеріали
IV Міжнародної
науково-практичної
конференції (20-21
травня 2021 року).
Одеса: Державний
університет «Одеська
політехніка», 2021.
405 с. – С. 275 – 278.
4. Shtyk Yu., Fernando
Martin-Alcázar F.,
Semenova D.
Considerations on the
economic classification
of ecosystem services.
Abstracts II
International scientific-
practical conference
«Economic and
business administration
development:scientific
currencies and
solutions». Kiev,
October 21, 2021,
National Aviation
University. pp.324-328.
4. Штик Ю.В.
Механізм управління
фінансово-
економічною
безпекою
підприємства в умовах
сталого розвитку.
Інформаційно-
аналітичне
забезпечення

управління фінансовоекономічною безпекою держави, регіону, суб'єктів господарювання в умовах COVID-19: матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 18-19 листопада 2021 року / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. С. 312-314. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/60128/>

5. Штик Ю.В. Особливості аналізу звітності зі сталого розвитку. Сучасне управління організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку : збірник тез доповідей I Міжнародної науково-практичної конференції (Україна, м. Харків, 25 листопада 2021 року) [Електронний ресурс]. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. С. 245-249.

6. Штик Ю.В. Звіт про управління: архітектура, прозорість, розкриття інформації про екосистемні послуги. Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, Вінниця, 21-22 лютого 2022 року. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2022/paper/viewFile/14809/12548>

П.п.13

1. Проведення навчальних занять англійською мовою з дисципліни «Accounting» (57 годин) у 2019-2020 н.р. для студентів спеціальностей 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», «076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

П.п.14

1. Диплом I ступеня на

							<p>II етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Керівник студентки 3 курсу Лядської В. 2020 р.</p> <p>2. Диплом III ступеня на II етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Керівник студентки 3 курсу Євдокимової Д. 2019 р.</p> <p>П.п.19 Асоційований член Української Асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (з 2021 р.)</p>
392414	Белінська Ганна Василівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом кандидата наук ДК 028173, виданий 09.03.2005, Атестат старшого наукового співробітника (старшого дослідника) АС 007143, виданий 16.12.2009	10	Міжнародні ринки і світова торгівля	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 18 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p> <p>П.п.1</p> <p>1. Белінська Г.В. Ринок фінансових інновацій: сутність, особливості та передумови створення // Наукові праці НДФІ. Вип. 1(74). – К: Науково-дослідний фінансовий ін-т, 2016. С. 137-149. 0,9 Д,а</p> <p>2. Белінська Г.В. Актуальні проблеми державних закупівель в Україні в умовах реформування // Науковий журнал "Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського" Вип. №5/2016(100). С. 125-131.</p> <p>3. Белінська Г.В. Актуальні проблеми банківської системи України причини виникнення та шляхи розв'язання. // Збірник наукових праць «Фінансы, учет, банки». Вип. №1 (21). / Вінниця: Донецький національний університет ім. Василя Стуса, 2016. – 296 с. С. 34-42.</p> <p>4. Белінська Г.В. Саморегулювання на ринку цінних паперів</p>

як фактор підвищення ефективності управління фінансовим ринком. /Доповідь на Всеукраїнської науково-практичної конференції «Фінансова політика як складова економічного розвитку», - К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 12–13 квітня 2017 року

5. Belinska A. V., Hrabovska A. A. International financial and credit organizations and their cooperation with Ukraine// Materials of IX International Scientific and practical conference «Modern science innovations and prospects» 29-31 May 2022, Stockholm, Sweden, 803 p. P. 591-597. DOI: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/05/MODERN-SCIENCE-INNOVATIONS-AND-PROSPECTS-29-31.05.22.pdf>

6. Belinska A. V., Hrabovska A. A. BUSINESS ANGELS. characteristics of activities in Ukraine // Materials of III International Scientific and Practical Conference “Modern research in world science”, 12-14 June 2022, LVIV, Ukraine (Друкується)

7. Белінська Г.В. Вплив пандемії COVID-19 на стан фінансового ринку України // Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: Матеріали II Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 21 жовтня 2021 р. Т. 2. – Київ: Національний авіаційний університет, 2021. - С.163-164.

8. Белінська Г.В. Війна в Україні як фактор уникнення фінансової кризи в Китаї // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та

рішення», 20-25 травня 2022, том 1. К.: НАУ, 2022. Стор. 10-12.

9. Белінська Г.В. Запровадження санкцій через глобальні фінансові ринки та їх вплив на економічну ситуацію в Росії // Матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології». 2-4 бер. 2022. – К.: НАУ, 2022. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1Z5Nnjcum0UGmlABeqvE62MLexEkiCmCF/view>

П.п.4

1. Belinska G.. Financial policy | I. Y. Chugunov, G.V. Belinska Curriculum and syllabus for students of Academic Degree “Master”, Field of Science 07 Management and administration, 072 Specialty “Finance, Banking and Insurance”, Specialization “Financial intermediation”. – Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ, 2017

2. Белінська Г. Фінансова політика / Чугунов І.Я., Белінська Г.В. / Програма і робоча програма для студентів освітнього ступеня «магістр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізації «Фінансове посередництво». - Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ, 2017

3. Belinska G. Financial policy Lecture notes for students of Academic Degree “Master”/ G.V. Belinska, Field of Science 07 Management and administration, 072 Specialty “Finance, Banking and Insurance”, Specialization “Financial intermediation” /

Belinska G. – Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ, 2017

4. Чугунов І. Фінансова політика: Збірник тестових завдань ОС «Магістр», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» / І.Я. Чугунов, Г.В. Белінська, Н.В. Гусаревич.. – Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ, 2018

5. Чугунов І. Державні фінанси: Програма та робоча програма для студентів освітнього ступеня «бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізацій «Державні фінанси», «Управління державними фінансовими ресурсами» / І.Я. Чугунов, Г.В. Белінська, В.Д. Макогон. – Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ, 2018

6. Belinska G. Lecture notes «International finance Part 1» for students of Academic Degree “Master”, Field of Science 07 Management and administration, 072 Specialty “Finance, Banking and Insurance”, Specialization «Financial intermediation» / G.Belinska. – Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ, 2020.

7. Belinska G. Lecture notes «International finance Part 2» for students of Academic Degree “Master”, Field of Science 07 Management and administration, 072 Specialty “Finance, Banking and Insurance”, Specialization “Financial intermediation / G.Belinska. – Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ, 2020

knowledge: 05 Social and behavioral sciences, Specialty 051 Economics / G. Belinska, V. Kochetkov. – K. :HAY, 2021

13. Belinska G. Course training program on "International markets and world trade" for students of Academic Degree "Bachelor" Educational-Professional Program: "Marketing" bField of study: 27 "Management and administration" Specialty: 075 "Marketing" / G. Belinska. – K. :HAY, 2021

14. Белінська Г. Робоча програма навчальної дисципліни «Міжнародна економіка» для студентів ОС «бакалавр», освітньо-професійної програми: «Міжнародна економіка», галузі знань: 05 Соціальні та поведінкові науки, спеціальності 051 Економіка / Г. В. Белінська. – К.:HAY, 2021

П.п.8

1. Виконання функцій відповідального виконавця наукової теми кафедральної науково-дослідної роботи «Глобалізаційні процеси в міжнародній економіці в умовах волатильності ринків». 2021-2022 рр.

П.п.13

КНТЕУ

2016-2017 н.р.

Дисципліна "Financial policy" for students of Academic Degree "Master", Field of Science 07 Management and administration, 072 Specialty "Finance, Banking and Insurance", Specialization "Financial intermediation н.р.

2020-2021 н. р.

Дисципліна "International finance" for students of Academic Degree "Master", Field of Science 07 Management and administration, 072 Specialty "Finance, Banking and Insurance",

						<p>Specialization "Financial intermediation" НАУ 2020-2022 Дисципліна «International markets and world trade» for students of Academic Degree "Bachelor"</p> <p>Specialization "Marketing", Field of study 27 "Management and administration" Specialty: 075 "Marketing". Дисципліна «International economic integration» for students of Academic Degree "Bachelor"</p> <p>Specialization "International Economics" Field of study 05 Social and behavioral sciences Specialty 051 Economics. Дисципліна «International Financial System» for students of Academic Degree "Bachelor" Educational and professional program: "International Economics", Field of study: 05 Social and behavioral sciences, Specialty 051 Economics.</p> <p>Дисципліна «Transnational corporations» for students of Academic Degree "Bachelor" S Educational and professional program: "International Economics", Field of study: 05 Social and behavioral sciences, Specialty 051 Economics</p>	
402534	Слободяник Анна Миколаївна	Доцент (0,5 ставки), Сумісництво	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом магістра, Білоцерківський національний аграрний університет, рік закінчення: 2009, спеціальність: 050107 Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 024082, виданий 23.09.2014, Аттестат доцента АД 007922, виданий 29.06.2021	6	Маркетингове ціноутворення	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 6 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.1 1. Abuselidze G., Slobodianyuk A. Investment of the Financial Instruments and their Influence on the Exchange Stock Market Development. 20th International Scientific Conference</p>

Economic Science for Rural Development Conference Proceeding. URL: http://www.esaf.llu.lv/sites/esaf/files/files/lapas/Latvia_ESRD_52_2019.pdf(WoS)

2. Anna Slobodianyuk, George Abuselidze. Prospective of Provision of Dairy Products for the Population of Ukraine. URL: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2019/61/e3sconf_itese18_01019.pdf(Scopus)

3. George Abuselidze, Nadiia Reznik, Anna Slobodianyuk, Victoria Prokhorova Global Financial Derivatives Market Development and Trading on the Example of Ukraine. URL: <https://www.shs-conferences.org/component/makeref/?task=show&type=html&doi=10.1051/shsconf/20207405001>(WoS)

4. Slobodianyuk A., Abuselidze G., Lymar V. Economic efficiency of oilseed production in Ukraine. E3S Web of Conferences. 2021. № 234. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123400001>(Scopus)

5. Abuselidze G., Slobodianyuk A. Social responsibility of business and government in the conditions of the COVID-19 pandemic. E3S Web of Conferences. 2020. № 210. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021015016>(Scopus)

6. Slobodianyuk A.N., Reznik N.P., Abuselidze G.D. Value Assessment of Shares of Corporate Issuers by Applying the Methods of Fundamental Analysis in the Stock Exchange Market. The Challenge of Sustainability in Agricultural Systems. Lecture Notes in Networks and Systems. 2021. № 205. P. 379-385. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-73097-0_42(Scopus)

7. Reznik Nadiia P., Slobodianyuk Anna M., Blahodatnyi Andrii S. The Use of Speculative Operations in the Capital Market and

Their Importance. The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries. ICBT 2020. Lecture Notes in Networks and Systems. 2021. № 194. P. 1487-1495. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-69221-6_110(Scopus)

8. Reznik N.P., Slobodianyuk A.M. Social Responsibility of Ukrainian Business in the Conditions of the Covid-19 Pandemic: Foreign and Domestic Practice. The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries. ICBT 2020. Lecture Notes in Networks and Systems. 2021. № 194. P. 1850-1858. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-69221-6_133(Scopus)

9. Slobodianyuk A., Abuselidze G. Influence of speculative operations on the investment capital: Anempirical analysis of capital markets. E3S Web of Conferences. 2021. № 234. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123400084>(Scopus).

10. Abuselidze G., Slobodianyuk A. Value Assessment of Shares of Corporate Issuers by Applying the Methods of Fundamental Analysis in the Stock Exchange Market. The Challenge of Sustainability in Agricultural Systems. Lecture Notes in Networks and Systems. 2021. № 206. P. 25-39. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-72110-7_3(Scopus)

11. Slobodianyuk, A., Abuselidze, G., Buriak, R., Muzychenko, A., Momot, O., Romanova, L. (2022). Stock Trading Indices: A Mechanism for Attracting Speculative Capital. In: Beskopylny, A., Shamtsyan, M. (eds) XIV International

Scientific Conference
"INTERAGROMASH
2021". Lecture Notes in
Networks and Systems,
vol 246. Springer,
Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-81619-3_100(Scopus)

12. Abuselidze, G., Slobodianyuk, A. (2022). Marketing Aspects of the Key Issues of Agricultural Machinery in the Industrial Enterprises. Journal of Optimization in Industrial Engineering, 15(1), 311-320.
<https://dx.doi.org/10.22094/joie.2021.1921197>. 1819 (Scopus) П.п.3

1. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022.228 с.
П.п.4

1. Слободяник А. М., Самофалова М. О. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Digital – менеджмент» для підготовки фахівців ОС «Магістр» спеціальність: 073 «Менеджмент» освітня програма «Менеджмент організацій і адміністрування». Київ: ЦП «Компринт», 2021. С. 111
П.п.7

1. Офіційний опонент здобувачів на присудження ступеня: - кандидата економічних наук: Подсохи А.С. (2019).
П.п.8

1. Молодший науковий співробітник НДР «Розробка інноваційної моделі розвитку сільського підприємництва в Україні з урахуванням чинника євроінтеграції», № держреєстрації 0117U002637 (2017-2019 рр.).
П.п.10

1. Міжнародне науково-педагогічне стажування за програмою «Інноваційні освітні технології: Європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління» (180 год.)

						<p>в Науково-освітньому консорціумі м. Кельце, Республіка Польща. За спеціальністю 073. Менеджмент (завидами) (2021 р.).</p> <p>62. Virtual Seminar on Market Definition: Methodologies, Challenges and Developments held by the OECD-GVH Regional Centre for Competition 16-17 February 2022.</p> <p>3. Міжнародне стажування за темою «Digital Marketing» (150 год.) в AkademiaWSB (Вища школа бізнесу) м. Дамброва-Гурнічей, Республіка Польща (2022 р.);</p> <p>П.п.14</p> <p>1. Член журі II етап Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів МАН України 2019/2020 та 2020/2021 н. р., Київська область.</p>
125197	Полоус Ольга Вікторівна	Професор (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом магістра, Національний авіаційний університет, рік закінчення: 2011, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом доктора наук ДД 012728, виданий 01.02.2022, Диплом кандидата наук ДК 032398, виданий 15.12.2015</p>	7	<p>Організаційна поведінка</p> <p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 14 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Член Громадської організація «Об'єднання маркетологів України»</p> <p>Член Польського економічного співтовариства</p> <p>Член реакційних колегій фахового видання НАУ «Проблеми системного підходу в економіці» (категорія Б)</p> <p>Відповідальний виконавець наукової теми: «Розвиток теорії та методології інноваційних маркетингових технологій в глобальному цифровому просторі».</p> <p>Терміни виконання НДР: 01.10.20121 – 30.06.2023</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p> <p>П.п.1</p> <p>1. Sergey Smerichevskyi, Yuri</p>

Kolbushkin, Anatoly Mikhnenko, Olha Polous. Management the development of the airline using personnel logistics tools. SHS Web of Conferences 67, 0 (2019). Fifteenth Scientific and Practical International Conference “International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics” (NTI-UkrSURT 2019). DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196703012> (Web of Science).

2. Olena Arefieva, Olga Polous, Volodymyr Arefiev, Yuri Kopcha, Sandeep Kumar Gupta. Intellectualization Of Human Capital Development In Digital Economics. International Journal of Advanced Science and Technology, Vol. 29, No. 8s, (2020), pp. 2297-2303. Видання входить до міжнародних наукометричних баз даних Elsevier (Scopus), DOAJ, WorldCat, Index Copernicus International, Google Scholar.

3. Arefieva, O. Polous, S. Arefiev, V. Tytykalo, A. Kwilinski Managing human capital reproduction in the system of enterprise`s organizational behavior. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Volume 628, (2021) 012039 doi:10.1088/1755-1315/628/1/012039. Видання входить до міжнародних наукометричних баз даних Conference Proceedings Citation Index–Science (CPCI-S) (Clarivate, Web of Science), Scopus, GeoBase, Georef, Compendex, Inspec, Chemical Abstracts Service, NASA Astrophysics Data System, INIS (International Nuclear Information System)

4. Полоус О.В., Пунагін Я.М. Інновації в розвитку концепції маркетингу міжнародних туристичних послуг.

Причорноморські економічні студії. Науковий журнал. О.: ПУ
«Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2017. Вип. 24. С. 36-41.

5. Полоус О.В., Лобанова Т.І. Формування ефективного організаційно-економічного механізму функціонування ТНК в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки [Електронний ресурс] / Миколаївський національний університет імені В.О. Сухолинського. 2017. Вип. 20. С. 61-65. Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/14.pdf>

6. Полоус О.В., Бурдейна К.Г. Міжнародні та вітчизняні методики оцінки рівня економічної безпеки України. Проблеми системного підходу в економіці. Збірник наукових праць. К.: НАУ, 2017. Вип. 6 (62), Ч. 1. С. 50-56.

7. Полоус О.В., Романов В.О. Маркетинг людського капіталу в сфері розвитку ІТ-технологій. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Вип.12, Ч.2. Ужгород, 2017. С. 93-97.

8. Ареф'єва О.В., Полоус О.В. Інтенсифікація управління організаційною культурою підприємства в умовах неіндустріальної модернізації. Проблеми системного підходу в економіці. Київ: НАУ, 2019. Вип. 6(74). Частина 2. С. 7-15. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-6-26>.

9. Полоус О.В. Інноваційна діяльність України: глобальний вимір та національні пріоритети розвитку. Адаптивне управління

підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: Монографія. За редакцією Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 стор. С. 84-92.

10. Полоус О.В. Системний аналіз показників цифровізації підприємств України. Економічний аналіз. Тернопіль, 2020. Том 30. № 1. Частина 2. 209 с. DOI: <https://doi.org/10.35774/econp2020.01.02.С.118-124>

11. Полоус О.В. Аналіз глобальної конкурентоспроможності ринку інтелектуальної власності України. Економічний науково-практичний журнал Причорноморські економічні студії. Випуск 50. Частина 1. 2020. С. 92-97 DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.50-16>

12. Ареф'єва О.В., Полоус О.В. Іновінг мотиваційного механізму компетентісно-професійного вдосконалення людського капіталу підприємства. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. Том 25. Випуск 6(85). 2020. С. 86-91. DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/6-85-16>

13. Arefieva O., Polous O. Management of logistical support of innovative cooperation`s intensification at intellectualization of economy. Економічний вісник Дніпровської політехніки. Науковий журнал. № 1 (73). 2021. С. 228-235. <https://doi.org/10.33271/ebdut/73.228>

П.п.3

1. Смерічевський С.Ф., Полоус О.В., Радченко Г.А. Маркетинг «зелених» технологій: інноваційні споживчі потреби та інтелектуалізація людського капіталу. Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: монографія / [Ромат Є. В., Бабаченко Л. В.,

Багорка М. О., Білоткач І. А. та ін.] ; за заг. ред. Є. В. Ромата та С. Ф. Смерічевського. Київ.: Студцентр, 2021. С. 57-66).

2. Полоус О.В. Методичні підходи до оцінки міжнародної конкурентоспроможності IT-сектору України в контексті розвитку його людського капіталу. Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі:

Монографія/За редакцією Ареф'євої О.В. К.: Видавництво, 2018. С. 41-50.

3. Polous O. Genesis of scientific approaches to understanding the economic activities` intellectualization process. Trends and prospects for the world economy and international economic relations:

Collectivemonograph/ Edited by Walery Okulicz-Kozaryn, dr. hab., MBA, Professor, School of Entrepreneurship, Wroclaw University of Environmental and Life Sciences.2020. 179 pp. ISBN 978-83-65343-19-2. pp. 8-16.

П.п.4

1. Маркетинг: методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи / уклад.: Т.В. Князева, О.В. Полоус, А.В. Шевченко, Г.А. Радченко, І.Г. Михальченко. К: НАУ, 2021. 76 с.

П.п.5

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора наук. Спеціальність - 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» (диплом ДД №012728 від «01»02.2022 р.). Тема дисертації:

«Методологічні основи логістичного управління інтелектуалізацією людського капіталу підприємств»

П.п.8

1. Відповідальний виконавець наукової теми: «Розвиток теорії та методології

інноваційних маркетингових технологій в глобальному цифровому просторі». Терміни виконання НДР: 01.10.20121 – 30.06.2023

2. Член реакційних колегій фахових видань: фахового видання НАУ «Проблеми системного підходу в економіці» (категорія Б)

П.п. 11

1. Наукове консультування ТОВ «ВОЙМАС» (довідка №11-04/5 від 04.01.2022)

1. Наукове консультування ТОВ «ПРАЙМ КОНЕКТ» (довідка №11-04/6 від 05.01.2022)

П.п.12

1. Polous O. Mobbing as a deterrent in the development of the human capital of an individual worker. Матеріали науково-практичної конференції «Сучасні проблеми глобальних процесів у світовій економіці». К.: НАУ, 2017. С. 94-96.

2. Полоус О.В. Управління клієнтським капіталом в системі розвитку людського капіталу аеропорту. «Політ. Сучасні проблеми науки», напрям «Економіка і управління»: XVII міжнародна науково-практична конференція молодих учених і студентів, 7 квітня 2017 р.: тези доп. К., 2017. С. 158-160.

3. Polous O. Features of the usage of Scientology principles for the study of economic factors in the development of human capital. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матеріали між нар. Наук.-практ. Інтернет конф., Луцьк, 7 груд. 2017 р., Частина 3. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2017. С. 122-125.

4. Polous O. Creative human capital in the management of airlines staff. Матеріали науково-практичної конференції «Сучасні підходи до креативного

управління економічними процесами». К.: НАУ, 19 квітня 2018 р. С. 101-102.

5. Polous O. Knowledge economy: vector of increasing the competitiveness of the country's human capital. Матеріали науково-практичної конференції «Сучасні проблеми глобалізаційних процесів у світовій економіці». К.: НАУ, 2018. С. 187-189.

6. Polous O. Crowdsourcing as an innovative form of manifestations of human capital in the global economic processes. Матеріали науково-практичної конференції «Проблеми розвитку потенціалу підприємства в глобальних економічних умовах». К.: НАУ, 21 травня 2018 р. С. 50-51.

7. Polous O. Global indexes as a component of a comprehensive assessment of the country's human capital. Сучасні проблеми економіки: матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 16 жовтня 2018р.) К.: НАУ, 2018. С. 176-178.

8. Polous O. Open online courses as a tool for the development of human capital of Ukrainian companies. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегія і практика інноваційного розвитку фінансового сектору України», Ірпінь, 20-22 березня 2018 р. Ірпінь:УДФСУ, 2018. С. 149-152.

9. Polous O. Crowdfunding as instrument for the development of the state`s human capital. Науково-практичний круглий стіл «Оподаткування та економічна безпека держави в епоху діджиталізації», Ірпінь, 23 лютого 2018 р. Ірпінь: УДФСУ, 2018. С. 11.

10. Polous O. Data mining methods in the estimation of

enterprise`s human capital components. Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології» (4-6 березня 2020 року). НАУ, 2020. URL: <http://feba.nau.edu.ua/materialy-konferentsii>

11. Polous O. Intellectualization of companies' economic activity using digital platforms. Матеріали науково-практичної конференції «Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами». К.: НАУ, 2020. С. 73-74.

12. Полоус О.В. Модель людини в межах поведінкової економіки: мотиви до прийняття економічних рішень. Маркетингова освіта в Україні: Збірник матеріалів V Міжнар. наук.-13. практ. Інтернет-конф., м. Київ, 7–8 жовтня 2021 р.: [Електронний ресурс]. К.: КНЕУ, 2021. С. 123-126.

14. Polous O. Reputational aspects of the integrated internet marketing communications` application on international markets. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2021. 870 с. С. 334-336.

15. Polous O. Marketing and innovation support for the development of the state's green economy. Abstracts of XIII International Scientific and Practical Conference «MODERN PROBLEMS OF GLOBALIZATION PROCESSES IN THE WORLD ECONOMY». Editorial board Nataliia Kovalenko, Volodymyr Zhavoronkov [and others]. K: NAU, 2021. 391 p. Pp. 295-298.

16. Polous O. Emotional intelligence in the enterprise`s human capital management. Матеріали науково-

						<p>практичної конференції «Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами». К.: НАУ, 2021. 164 с. С. 119-121.</p> <p>17. Polous O. Application of egomarketing in the context of the enterprise`s human capital intellectualization. Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності. III Міжнародна науково-практична конференція, 27 травня 2021 р.: тези доп. К.: НАУ, 2021. 149 с. (С. 112-113).</p> <p>П.п.13</p> <p>2022-2023 н.р. Organizational behavior Marketing Marketing information systems International marketing Sales management Neuromarketing Consumer behavior Socially responsible marketing</p> <p>П.п. 19</p> <p>1. Член Громадської організація «Об'єднання маркетологів України»</p> <p>2. Член Польського економічного співтовариства</p>	
284045	Казанська Олена Олександрівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом магістра, Донецька державна академія управління, рік закінчення: 2002, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 034750, виданий 08.06.2006, Атестат доцента 12ДЦ 024251, виданий 14.04.2011</p>	16	Маркетинг розподілу	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 17 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p> <p>П.п.1</p> <p>1. Olha Prokopenko, Olena Kazanska, Inna Deineha, Nataliia Butenko, Vitaliy Omelyanenko and Olha Bovkun. Communication Business Processes of Industrial Enterprises in the Conditions of Globalisation. International Journal of Management, 11 (5), 2020, P. 884-895. http://surl.li/ihmk (Scopus)</p> <p>2. Kalashnikova K., Kazanska O., Schevchenko V. Public health risk</p>

management in international companies. International Journal of Advanced and Applied Sciences. Taiwan: Institute of Advanced Science Extension (IASE), 8(11). 2021, P. 64-70. <http://science-gate.com/IJAAS/Articles/2021/2021-811/1021833ijaas202111009.pdf> (Scopus)

3. Радченко О.А., Войченко Т.О., Казанська О.О. Маркетинговий аудит для оцінки ефективності діяльності транспортних підприємств. Проблеми системного підходу в економіці. Вип. 3(89)/2022. Київ. 2022. (фахове видання кат. Б)

4. Казанська О.О., Михальченко І.Г., Радченко Г.А. Особливості розробки маркетингової програми підприємства в умовах цифрового ринку. Наукові інновації та передові технології (Серія «Економіка»), № 7(9). 2022. С. 158-168. (фахове видання кат. Б)

5. Ткачева Н. М., Кмытук Т. Л., Казанская Е. А. Концептуальные основы трансфертного ценообразования. Zeszyty naukowe wyższej szkoły technicznej w Katowicach, 2019. №11. С. 100-110. (фахове видання кат. Б)

6. Казанська О. О. Антикризова стратегія розвитку логістичної інфраструктури: державний аспект. Інвестиції: практика та досвід. № 1. 2018. С. 82 – 85. (фахове видання кат. Б)

П.п. 3

1. Ткачева Н. М., Казанська О. О. Адміністративні послуги: теорія, реформи децентралізації, маркетинг е-послуг. Вектори розвитку у галузі публічного управління та адміністрування: collective monograph. Riga: Izdevniecība "Baltija Publishing", 2021. P. 525-536. (монографія)

П.п. 11

1. Наукове-педагогічне консультування 27 - 30 березня 2018 р. у компанії «5PL» за темою: «Логістичне управління соціально-економічними системами: правовий, фінансовий, маркетинговий аспект». (Сертифікат № 5PL20182704K18) П.п.12

1. Казанська О.О., Дідковський А.О. Особливості розвитку Інтернет-торгівлі в Україні. Modernization of science and its influence on global processes: зб. наук. праць I Міжнар. наук.-теорет. конф. Збірник наукових праць (м. Берн, Швейцарія, 5 листопада, 2021). С. 31-35.

2. Казанська О.О., Ковтун К.Ю., Омнікальний маркетинг як сучасний інструмент взаємодії з покупцями. Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності : тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27 травня 2021 р). Київ : НАУ, 2021. С. 55-57

3. Казанська О.О., Петрова А.М. Вплив пандемії коронавірусу на сучасний стан маркетингу. Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності : тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27 травня 2021 р). Київ : НАУ, 2021. С. 120-122.

4. Ткачова Н.М., Казанська О.О. Електронна комерція: стимулювання збуту в Інтернеті. Interaction of society and science: prospects and problems. Abstracts of XXII International Scientific and Practical Conference. London, England. 2021. P. 247-250.

5. Ткачова Н. М., Казанська О. О., Шевцова О. О. Маркетинг освітніх послуг: дистанційна освіта. Зб. наук. праць XIX Міжнародної науково-практичної конференції "Scientific bases of solving of the modern tasks", 1-2 червня 2020 р.

						Франкфурт на Майні, Німеччина, 2020. С. 349-354. П.п. 19 1. Член Громадської організації «Об'єднання маркетологів України», посвідчення № 0176 від 25.03.2021 2. Член Всеукраїнської Громадської Організації Українська Асоціація Економістів- Міжнародників
--	--	--	--	--	--	---

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

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначеному стандартом вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
<i>ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення</i>	☒	Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
		Фаховий тренінг з маркетингу	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення	Виконання та захист звіту з практики
		Маркетингові комунікації	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингова товарна політика	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Захист курсової роботи, презентація.

		Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
<p><i>ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості</i></p>	☒	Філософія	Використовуються: проблемна дискусія, мозкова атака, кейс-презентація	Відповіді на теоретичні питання, тощо під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання завдань експрес-Контролю, виконання модульної контрольної роботи Підсумковий контроль – екзамен
		Соціально-відповідальний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і систематичного контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену.
		Маркетинг територій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Організаційна поведінка	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Господарське право	Пояснювально-ілюстративний (інформаційно-рецептивний) метод, репродуктивний, метод проблемного виконання, частково-пошуковий (евристичний), дослідницький. Застосовуються індуктивні, дедуктивні та традиційні методи; логіку викладання - аналітичні, систематичні, аналітико-синтетичні, аналогічно-індуктивні, синтетично-дедуктивні; характеру пізнавальної діяльності - ілюстративні, продуктивні, творчі, акроматичні,	Семінарське/практичне/ заняття (виконання окремих завдань), контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

			катехізичні (запитальні) методи; методи взаємодії викладача та студентів (наприклад, бесіда, дискусія)	
<p>ПРН16. Відповіdatи вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки</p>	☒	Фаховий тренінг з маркетингу	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення	Виконання та захист звіту з практики
		Маркетинг послуг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Маркетингові комунікації	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Міжнародні ринки і світова торгівля	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака). Використовується пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи. Пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Основи маркетингу на транспорті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання домашнього завдання, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетинг	Використовуються: - методи організації й	Виконання тестових завдань під час практичних занять,

			здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; - методи стимулювання й мотивації навчальної роботи, що об'єднали в собі пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; - методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю	розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
		Маркетинг: Вступ до спеціальності	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань, Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання на практичних заняттях, виконання домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики
<i>ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Соціально-відповідальний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і систематичного контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену
		Фахова іноземна мова	Використовуються:	Відповіді на практичних

	<p>- пояснювально-ілюстративний метод (бесіда, пояснення, доповідь, презентація, ілюстрування);</p> <p>– комунікативний метод із застосуванням інтерактивних технологій (дискусії та диспути, обговорення, рольові ігри, робота в парах та невеликих групах, підготовка презентацій з тем модулів з подальшим обговоренням, робота над проектами та ін.);</p> <p>– метод PPP (presentation-practice-production);</p> <p>– проблемно-орієнтоване навчання;</p> <p>– дослідницький метод;</p> <p>– методи контролю та оцінювання (діагностичне, поточне, формувальне, сумативне оцінювання)</p>	<p>заняттях (читання, переклад, обговорення текстів, дискусії, діалоги, аудіювання), знання термінології, переказ текстів, бесіда з теми, знання граматичного матеріалу, підготовка презентації з теми, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку</p>
Ділова українська мова	<p>Використовуються: пояснювально-ілюстративний метод;</p> <p>– метод проблемного викладу;</p> <p>– робота в групах;</p> <p>– дослідницький метод. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, на практичних заняттях, самостійному опрацюванні тем, роботі з навчальною літературою</p>	<p>Усна відповідь на практичному занятті, тести, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен</p>
Кваліфікаційна робота	<p>Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження</p>	<p>Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту</p>
Переддипломна практика	<p>Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження</p>	<p>Виконання та захист звіту з практики</p>
Маркетингово-дослідницька практика	<p>Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та</p>	<p>Виконання та захист звіту з практики</p>

			кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	
		Фаховий тренінг з маркетингу	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення	Виконання та захист звіту з практики
		Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетинг	Використовуються: - методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; - методи стимулювання й мотивації навчальної роботи, що об'єднали в собі пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; - методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності	☒	Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
		Соціально-відповідальний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і систематичного контролю.	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену.
		Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод	Виконання та захист курсової роботи

	проектування	
Маркетинг	Використовуються: - методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; - методи стимулювання й мотивації навчальної роботи, що об'єднали в собі пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; - методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю.	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Організаційна поведінка	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Фізичне виховання та самовдосконалення	Використовуються: робота в малих групах, повторний метод, ігровий метод, змагальний метод інтервальний та дистанційний тощо	Виконання загальних тестових завдань (випробування, функціональні проби, рухові тести), виконання обсягу фізичної підготовленості, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Філософія	Використовуються: проблемна дискусія, мозкова атака, кейс-презентація	Відповіді на теоретичні питання, тощо під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання завдань експрес-Контролю, виконання модульної контрольної роботи Підсумковий контроль – екзамен
Господарське право	Пояснювально-ілюстративний (інформаційно-рецептивний) метод, репродуктивний, метод проблемного виконання, частково-пошуковий (евристичний), дослідницький. Застосовуються індуктивні, дедуктивні та традиційні методи; логіку викладання - аналітичні, систематичні, аналітико-синтетичні, аналогічно-індуктивні, синтетично-дедуктивні; характеру	Семінарське/практичне/ заняття (виконання окремих завдань), контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

			пізнавальної діяльності - ілюстративні, продуктивні, творчі, акроматичні, катехізичні (запитальні) методи; методи взаємодії викладача та студентів (наприклад, бесіда, дискусія)	
		Історія української державності та культури	Інформаційно-рецептивний (лекція, розповідь, робота з підручником, демонстрація, пояснення); метод проблемного викладу; репродуктивний метод; дослідницький метод; індуктивний; дедуктивний; творчий метод; практичні методи (усні і письмові тренувальні вправи); пояснювально-ілюстративний метод. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, роботі з навчальною літературою та джерелами, роботі в малих групах, в проведенні навчальних, наукових та професійно зорієнтованих семінарах-дискусіях, презентаціях	Відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчого завдання, ведення конспекту лекцій, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
		Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики
<i>ПРН19. Визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтовувати доцільність застосування інформаційно-комунікаційних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи</i>	☒	Теорія ймовірності і математична статистика	Використовуються: пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладання матеріалу та дослідницький, надаються індивідуальні консультації	Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. . Підсумковий контроль – екзамен
		Маркетингові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань, Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання на практичних заняттях, виконання домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку.
		Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та	Виконання та захист звіту з практики

			кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	
		Соціально-відповідальний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і систематичного контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену
		Маркетинг в авіації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетингові комунікації	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Основи електронного маркетингу	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Інформаційно-комунікаційні системи і технології	словесні (бесіда, пояснення, доповідь), наочні (презентація, ілюстрація), практичні (тестові завдання, кейси, виконання розрахунково-графічних завдань), методи контролю, пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи.	Виконання завдань на лабораторних заняттях, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
ПРН21. Усвідомлювати особливості сучасної світової	<input checked="" type="checkbox"/>	Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за

<p>та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави, знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем, враховувати наслідки реалізації макроекономічної політики, використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких структур, розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством та оцінювати ефективність прийняття маркетингових рішень</p>		<p>проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження</p>	<p>результатами захисту</p>
	Переддипломна практика	<p>Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження</p>	<p>Виконання та захист звіту з практики</p>
	Маркетинг в авіації	<p>Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи</p>	<p>Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку</p>
	Маркетинг територій	<p>Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи</p>	<p>Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен</p>
	Холістичний маркетинг	<p>Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.</p>	<p>Виконання та захист курсової роботи</p>
	Холістичний маркетинг	<p>Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи</p>	<p>Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену.</p>
	Міжнародний маркетинг	<p>Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи</p>	<p>Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи,</p>

	навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів, пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення, методи усного, письмового контролю, індивідуального, тематичного і систематичного контролю	виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
Міжнародні ринки і світова торгівля	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака). Використовується пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи. Пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання пролемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Бізнес-планування та бюджетування	Наочні (ілюстративно-епродуктивний, презентації, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез	Відповідь на практичних заняттях, участь у дискусійних питаннях, виконання тестових завдань, розв'язання задач, підготовка презентаційного матеріалу з актуальних тем з дисципліни, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	Презентація, тести, семінар-дискусія, розв'язання задач і практичних ситуацій, економічний диктант, обробка статистичних даних щодо діяльності підприємств тощо. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач	Робота на практичних заняттях, виконання практичних та тестових завдань, розв'язання ситуаційних задач, підсумкова семестрова контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	Використовуються: – метод проблемного викладу; – дослідницький метод; – дискусія; – мозкова атака; – метод конкретних ситуацій (КС): КС, що навчають аналізу та оцінці; КС, що навчають вирішенню проблем та прийняттю рішень; КС, що ілюструють проблему, рішення або концепцію в цілому. Реалізація цих методів	Відповіді на практичних заняттях або підготовка доповідей та презентацій, виконання тестових завдань на знання теоретичного матеріалу під час практичних занять, виконання домашнього завдання, виконання модульної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

			здійснюється при проведенні лекцій, практичних занять, під час самостійної роботи студентів, роботи з навчальною літературою	
		Соціально-ринкові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
<p><i>ПРН13.</i> Відповісти за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту
		Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики
		Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
		Фаховий тренінг з маркетингу	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення	Виконання та захист звіту з практики
		Соціально-відповідальний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену

			ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і систематичного контролю	
		Маркетингові комунікації	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингова товарна політика	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Захист курсової роботи, презентація.
		Організаційна поведінка	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
<i>ПРН22. Уміти виявляти розуміння сутності концепції сучасних соціально-ринкових комунікацій, проводити аналіз зв'язків зі споживачами, аналізувати особливості поведінки споживачів і інших ринкових суб'єктів</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту

	результатів проведеного дослідження	
Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики
Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
Брендинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання практичних завдань, виконання наскрізної задачі, вомашне завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Поведінка споживача	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетинг інновацій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену
Організаційна поведінка	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Соціально-ринкові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

<p>ПРН23. Прогнозувати платоспроможний попит, визначити перспективні цільові сегменти споживачів, обґрунтувати інноваційні методи управління товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик підприємства на всіх типах ринків</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Маркетинг територій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Маркетингова товарна політика	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингова товарна політика	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Поведінка споживача	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові дослідження	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Інфраструктура товарного ринку	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену.
		Маркетингові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Основи електронного	Словесні (пояснення, бесіда,	Виконання тестових завдань

маркетингу	дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково- пошукові та дослідницькі методи	під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
Холістичний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково- пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену.
Логістика та управління ланцюгами постачань	Використовуються: – пояснювально- ілюстративний метод; – метод проблемного викладу; – репродуктивний метод; – дослідницький метод. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач з тематики навчальної дисципліни.	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Міжнародний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно- пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів, пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення, методи усного, письмового контролю, індивідуального, тематичного і систематичного контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену
Маркетинг інновацій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково- пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену
Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проекування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг промислового	Словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й	Виконання тестових завдань під час практичних занять,

підприємства	проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю	розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Маркетинг розподілу	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи Підсумковий контроль-складання екзамену
Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингове ціноутворення	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Маркетингові комунікації	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Брендинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання практичних завдань, виконання наскрізної задачі, домашнє завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетинг послуг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту

			самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	
		Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики
		Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
<i>ПРН24. Володіти інноваційними методами збору, аналізу та прогнозування фінансовоекономічних результатів діяльності підприємств споживчого і промислового ринків, обґрунтовувати господарсько-фінансові рішення на основі використання методів і інструментів обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування господарської діяльності підприємств</i>	☒	Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту
		Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики
		Маркетинг інновацій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього

	пошукові та дослідницькі методи	завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену
Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Бізнес-планування та бюджетування	Наочні (ілюстративно-епродуктивний, презентації, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез	Відповідь на практичних заняттях, участь у дискусійних питаннях, виконання тестових завдань, розв'язання задач, підготовка презентаційного матеріалу з актуальних тем з дисципліни, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Облік і оподаткування	Використовуються: - розгляд проблемних ситуацій; - вирішення ситуаційних завдань; - робота у малих групах. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач з даної дисципліни	Вирішення тестових завдань, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	Презентація, тести, семінар-дискусія, розв'язання задач і практичних ситуацій, економічний диктант, обробка статистичних даних щодо діяльності підприємств тощо. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач	Робота на практичних заняттях, виконання практичних та тестових завдань, розв'язання ситуаційних задач, підсумкова семестрова контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	Використовуються: – метод проблемного викладу; – дослідницький метод; – дискусія; – мозкова атака; – метод конкретних ситуацій (КС): КС, що навчають аналізу та оцінці; КС, що навчають вирішенню проблем та прийняттю рішень; КС, що ілюструють проблему, рішення або концепцію в цілому. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, практичних занять, під час самостійної роботи студентів, роботи з навчальною літературою	Відповіді на практичних заняттях або підготовка доповідей та презентацій, виконання тестових завдань на знання теоретичного матеріалу під час практичних занять, виконання домашнього завдання, виконання модульної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетинг	Словесні, наочні і практичні	Виконання тестових завдань

		промислового підприємства	методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю	під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
<p><i>ПРН25. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію для підприємств різних галузей, в тому числі авіаційних</i></p>	☒	Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
		Маркетинг в авіації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Основи електронного маркетингу	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
		Інформаційно-комунікаційні системи і технології	Словесні (бесіда, пояснення, доповідь), наочні (презентація, ілюстрація), практичні (тестові завдання, кейси, виконання розрахунково-графічних завдань), методи контролю, пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи	Виконання завдань на лабораторних заняттях, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
		Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики
		Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту

			методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	
<i>ПРН20. Володіти методами інформаційно-аналітичної обробки даних за допомогою яких розв'язувати практичні маркетингові задачі</i>	☒	Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Бізнес-планування та бюджетування	Наочні (ілюстративно-епродуктивний, презентації, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез	Відповідь на практичних заняттях, участь у дискусійних питаннях, виконання тестових завдань, розв'язання задач, підготовка презентаційного матеріалу з актуальних тем з дисципліни, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Облік і оподаткування	Використовуються: - розгляд проблемних ситуацій; - вирішення ситуаційних завдань; - робота у малих групах. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач з даної дисципліни	Вирішення тестових завдань, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	Презентація, тести, семінар-дискусія, розв'язання задач і практичних ситуацій, економічний диктант, обробка статистичних даних щодо діяльності підприємств тощо. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач	Робота на практичних заняттях, виконання практичних та тестових завдань, розв'язання ситуаційних задач, підсумкова семестрова контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	Використовуються: – метод проблемного викладу; – дослідницький метод; – дискусія; – мозкова атака; – метод конкретних	Відповіді на практичних заняттях або підготовка доповідей та презентацій, виконання тестових завдань на знання теоретичного матеріалу під час практичних занять,

			ситуацій (КС): КС, що навчають аналізу та оцінці; КС, що навчають вирішенню проблем та прийняттю рішень; КС, що ілюструють проблему, рішення або концепцію в цілому. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, практичних занять, під час самостійної роботи студентів, роботи з навчальною літературою.	виконання домашнього завдання, виконання модульної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Інформаційно-комунікаційні системи і технології	Словесні (бесіда, пояснення, доповідь), наочні (презентація, ілюстрація), практичні (тестові завдання, кейси, виконання розрахунково-графічних завдань), методи контролю, пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи	Виконання завдань на лабораторних заняттях, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
		Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Теорія ймовірності і математична статистика	Використовуються: пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладання матеріалу та дослідницький, надаються індивідуальні консультації	Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. . Підсумковий контроль – екзамен
		Вища математика	Використовуються: пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладання матеріалу та дослідницький, студентам надаються індивідуальні консультації	Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
		Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингова товарна політика	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові комунікації	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним	☒	Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод	Виконання та захист курсової роботи

	проектування	
Бізнес-планування та бюджетування	Наочні (ілюстративно-епродуктивний, презентації, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез	Відповідь на практичних заняттях, участь у дискусійних питаннях, виконання тестових завдань, розв'язання задач, підготовка презентаційного матеріалу з актуальних тем з дисципліни, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Захист курсової роботи, презентація.
Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	Використовуються: – метод проблемного викладу; – дослідницький метод; – дискусія; – мозкова атака; – метод конкретних ситуацій (КС): КС, що навчають аналізу та оцінці; КС, що навчають вирішенню проблем та прийняттю рішень; КС, що ілюструють проблему, рішення або концепцію в цілому. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, практичних занять, під час самостійної роботи студентів, роботи з навчальною літературою.	Відповіді на практичних заняттях або підготовка доповідей та презентацій, виконання тестових завдань на знання теоретичного матеріалу під час практичних занять, виконання домашнього завдання, виконання модульної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Теорія ймовірності і математична статистика	Використовуються: пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладання матеріалу та дослідницький, надаються індивідуальні консультації	Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. . Підсумковий контроль – екзамен
Вища математика	Використовуються: пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладання матеріалу та дослідницький, студентам надаються індивідуальні консультації	Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Фізичне виховання та самовдосконалення	Використовуються: робота в малих групах, повторний метод, ігровий метод, змагальний метод інтервального та дистанційного тощо Використовуються: робота в малих групах, повторний метод, ігровий метод,	Виконання загальних тестових завдань (випробування, функціональні проби, рухові тести), виконання обсягу фізичної підготовленості, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального

	змагальний метод інтервальний та дистанційний тощо	заліку
Фахова іноземна мова	Використовуються: - пояснювально-ілюстративний метод (бесіда, пояснення, доповідь, презентація, ілюстрування); – комунікативний метод із застосуванням інтерактивних технологій (дискусії та диспути, обговорення, рольові ігри, робота в парах та невеликих групах, підготовка презентацій з тем модулів з подальшим обговоренням, робота над проектами та ін.); – метод PPP (presentation-practice-production); – проблемно-орієнтоване навчання; – дослідницький метод; – методи контролю та оцінювання (діагностичне, поточне, формувальне, сумативне оцінювання)	Відповіді на практичних заняттях (читання, переклад, обговорення текстів, дискусії, діалоги, аудіювання), знання термінології, переказ текстів, бесіда з теми, знання граматичного матеріалу, підготовка презентації з теми, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Ділова українська мова	Використовуються: пояснювально-ілюстративний метод; – метод проблемного викладу; – робота в групах; – дослідницький метод. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, на практичних заняттях, самостійному опрацюванні тем, роботі з навчальною літературою	Усна відповідь на практичному занятті, тести, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Господарське право	Пояснювально-ілюстративний (інформаційно-рецептивний) метод, репродуктивний, метод проблемного виконання, частково-пошуковий (евристичний), дослідницький. Застосовуються індуктивні, дедуктивні та традиційні методи; логіку викладання - аналітичні, систематичні, аналітико-синтетичні, аналогічно-індуктивні, синтетично-дедуктивні; характеру пізнавальної діяльності - ілюстративні, продуктивні, творчі, акроматичні, катехізичні (запитальні) методи; методи взаємодії викладача та студентів (наприклад, бесіда, дискусія)	Семінарське/практичне/ заняття (виконання окремих завдань), контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Історія української державності та культури	Інформаційно-рецептивний (лекція, розповідь, робота з підручником, демонстрація, пояснення); метод проблемного викладу; репродуктивний метод; дослідницький метод; індуктивний; дедуктивний;	Відповіді на теоретичні питання, тощо під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчого завдання, ведення конспекту лекцій, виконання модульної

	творчий метод; практичні методи (усні і письмові тренувальні вправи); пояснювально-ілюстративний метод. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, роботі з навчальною літературою та джерелами, роботі в малих групах, в проведенні навчальних, наукових та професійно зорієнтованих семінарах-дискусіях, презентаціях	контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
Філософія	Використовуються: проблемна дискусія, мозкова атака, кейс-презентація	Відповіді на теоретичні питання, тощо під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання завдань експрес-Контролю, виконання модульної контрольної роботи Підсумковий контроль – екзамен
Маркетингова товарна політика	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові комунікації	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Фаховий тренінг з маркетингу	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення	Виконання та захист звіту з практики
Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту
Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики

		Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
<p><i>ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта</i></p>	☒	Соціально-відповідальний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і систематичного контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену
		Маркетинг в авіації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові дослідження	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Міжнародні ринки і світова торгівля	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака). Використовується пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи. Пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання пролемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

	навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення	
Логістика та управління ланцюгами постачань	Використовуються: – пояснювально-ілюстративний метод; – метод проблемного викладу; – репродуктивний метод; – дослідницький метод. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач з тематики навчальної дисципліни	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Холістичний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг промислового підприємства	Словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Бізнес-планування та бюджетування	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез	Відповідь на практичних заняттях, участь у дискусійних питаннях, виконання тестових завдань, розв'язання задач, підготовка презентаційного матеріалу з актуальних тем з дисципліни, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Облік і оподаткування	Використовуються: - розгляд проблемних ситуацій; - вирішення ситуаційних завдань; - робота у малих групах. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною	Вирішення тестових завдань, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

			літературою, аналізі та вирішенні задач з даної дисципліни.	
		Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	Презентація, тести, семінар-дискусія, розв'язання задач і практичних ситуацій, економічний диктант, обробка статистичних даних щодо діяльності підприємств тощо. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач	Робота на практичних заняттях, виконання практичних та тестових завдань, розв'язання ситуаційних задач, підсумкова семестрова контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	Використовуються: – метод проблемного викладу; – дослідницький метод; – дискусія; – мозкова атака; – метод конкретних ситуацій (КС): КС, що навчають аналізу та оцінці; КС, що навчають вирішенню проблем та прийняттю рішень; КС, що ілюструють проблему, рішення або концепцію в цілому. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, практичних занять, під час самостійної роботи студентів, роботи з навчальною літературою	Відповіді на практичних заняттях або підготовка доповідей та презентацій, виконання тестових завдань на знання теоретичного матеріалу під час практичних занять, виконання домашнього завдання, виконання модульної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
<p><i>ПРН10.</i> Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Соціально-відповідальний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і систематичного контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
		Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові дослідження	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен

		Бізнес-планування та бюджетування	Наочні (ілюстративно-епродуктивний, презентації, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез	Відповідь на практичних заняттях, участь у дискусійних питаннях, виконання тестових завдань, розв'язання задач, підготовка презентаційного матеріалу з актуальних тем з дисципліни, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Організаційна поведінка	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Соціально-ринкові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Ссеместровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Інформаційно-комунікаційні системи і технології	Словесні (бесіда, пояснення, доповідь), наочні (презентація, ілюстрація), практичні (тестові завдання, кейси, виконання розрахунково-графічних завдань), методи контролю, пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи	Виконання завдань на лабораторних заняттях, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
		Маркетинг в авіації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
ПРН9. Оцінювати ризику провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень	☒	Хеджування маркетингових ризиків	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
		Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики

		Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
		Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту
<p><i>ПРН8.</i> Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Маркетинг в авіації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Брендинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання практичних завдань, виконання наскрізної задачі, вомашне завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетинг територій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Поведінка споживача	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання модульної

		контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Інфраструктура товарного ринку	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену.
Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Холістичний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
Соціально-відповідальний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і систематичного контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену.
Міжнародний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів, пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення, методи усного, письмового контролю, індивідуального, тематичного і систематичного контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
Маркетинг	Проблемно-пошукові,	Виконання та захист

промислового підприємства	загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	курсвої роботи
Маркетинг промислового підприємства	Словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю.	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Маркетинг розподілу	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи Підсумковий контроль-складання екзамену
Маркетингове ціноутворення	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Міжнародні ринки і світова торгівля	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака). Використовується пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи. Пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання пролемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Основи маркетингу на транспорті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання домашнього завдання, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного	Виконання та захист курсвої роботи

			узагальнення, метод проектування	
		Маркетинг інновацій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену
		Маркетинг	Використовуються: - методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; - методи стимулювання й мотивації навчальної роботи, що об'єднали в собі пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; - методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Інформаційно-комунікаційні системи і технології	Словесні (бесіда, пояснення, доповідь), наочні (презентація, ілюстрація), практичні (тестові завдання, кейси, виконання розрахунково-графічних завдань), методи контролю, пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи	Виконання завдань на лабораторних заняттях, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
<i>ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію</i>	☒	Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту

Переддипломна практика	дослідження Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики
Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
Маркетингові комунікації	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетингова товарна політика	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингова товарна політика	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові дослідження	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
Основи електронного маркетингу	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
Міжнародний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація),	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні

	практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів, пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення, методи усного, письмового контролю, індивідуального, тематичного і систематичного контролю	питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
Маркетинг інновацій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену
Маркетинг розподілу	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи Підсумковий контроль-складання екзамену
Маркетингове ціноутворення	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
Соціально-ринкові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Інформаційно-комунікаційні системи і технології	Словесні (бесіда, пояснення, доповідь), наочні (презентація, ілюстрація), практичні (тестові завдання, кейси, виконання розрахунково-графічних завдань), методи контролю, пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи.	Виконання завдань на лабораторних заняттях, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
Теорія ймовірності і математична статистика	Використовуються: пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладання	Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної

			матеріалу та дослідницький, надаються індивідуальні консультації	контрольної роботи. . Підсумковий контроль – екзамен
		Вища математика	Використовуються: пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладання матеріалу та дослідницький, студентам надаються індивідуальні консультації	Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
<p><i>ПРНБ. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Організаційна поведінка	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетинг	Використовуються: - методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; - методи стимулювання й мотивації навчальної роботи, що об'єднали в собі пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; - методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Облік і оподаткування	Використовуються: - розгляд проблемних ситуацій; - вирішення ситуаційних завдань; - робота у малих групах. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач з даної дисципліни	Вирішення тестових завдань, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетингові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи, семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетингова товарна політика	Проблемно-пошукові, загальнонаукові,	Виконання та захист курсової роботи

	дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	
Маркетингова товарна політика	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові дослідження	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
Інфраструктура товарного ринку	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену.
Основи електронного маркетингу	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
Маркетингові комунікації	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Хеджування маркетингових ризиків	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену.
Міжнародний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-

	студентів, пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення, методи усного, письмового контролю, індивідуального, тематичного і систематичного контролю.	складання екзамену
Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг промислового підприємства	Словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Маркетинг розподілу	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи Підсумковий контроль-складання екзамену
Маркетингове ціноутворення	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Міжнародні ринки і світова торгівля	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака). Використовується пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи. Пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання пролемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Бізнес-планування та бюджетування	Наочні (ілюстративно-епродуктивний, презентації, діаграми, відеоматеріали	Відповідь на практичних заняттях, участь у дискусійних питаннях,

	тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез	виконання тестових завдань, розв'язання задач, підготовка презентаційного матеріалу з актуальних тем з дисципліни, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Логістика та управління ланцюгами постачань	Використовуються: – пояснювально-ілюстративний метод; – метод проблемного викладу; – репродуктивний метод; – дослідницький метод. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач з тематики навчальної дисципліни.	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Брендинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання практичних завдань, виконання наскрізної задачі, вомашне завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетинг в авіації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики
Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту

			дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	
		Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
<i>ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів</i>	☒	Маркетинг в авіації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетинг територій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Поведінка споживача	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові дослідження	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Основи електронного маркетингу	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного	Виконання та захист курсової роботи

	узагальнення, метод проектування	
Холістичний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
Міжнародний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів, пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення, методи усного, письмового контролю, індивідуального, тематичного і систематичного контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг промислового підприємства	Словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг	Використовуються: - методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; - методи стимулювання й мотивації навчальної	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

			роботи, що об'єднали в собі пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; - методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю.	
		Організаційна поведінка	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Соціально-ринкові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Логістика та управління ланцюгами постачань	Використовуються: – пояснювально-ілюстративний метод; – метод проблемного викладу; – репродуктивний метод; – дослідницький метод. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач з тематики навчальної дисципліни	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
<i>ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію</i>	☒	Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові дослідження	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Інфраструктура товарного ринку	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену

Хеджування маркетингових ризиків	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Холістичний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
Логістика та управління ланцюгами постачань	Використовуються: – пояснювально-ілюстративний метод; – метод проблемного викладу; – репродуктивний метод; – дослідницький метод. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач з тематики навчальної дисципліни	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетингова товарна політика	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
Міжнародний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака), репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів, пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення, методи усного, письмового контролю, індивідуального, тематичного і систематичного контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-складання екзамену
Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного	Виконання та захист курсової роботи

	узагальнення, метод проектування	
Маркетинг промислового підприємства	Словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; ндивідуального, тематичного і семестрового контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Маркетинг розподілу	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи Підсумковий контроль-складання екзамену
Маркетингове ціноутворення	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Бізнес-планування та бюджетування	Наочні (ілюстративно-епродуктивний, презентації, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез	Відповідь на практичних заняттях, участь у дискусійних питаннях, виконання тестових завдань, розв'язання задач, підготовка презентаційного матеріалу з актуальних тем з дисципліни, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Облік і оподаткування	Використовуються: - розгляд проблемних ситуацій; - вирішення ситуаційних завдань; - робота у малих групах. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач з даної дисципліни	Вирішення тестових завдань, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Захист курсової роботи, презентація.
Маркетинг інновацій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач,

			(демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену
		Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	Презентація, тести, семінар-дискусія, розв'язання задач і практичних ситуацій, економічний диктант, обробка статистичних даних щодо діяльності підприємств тощо. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач	Робота на практичних заняттях, виконання практичних та тестових завдань, розв'язання ситуаційних задач, підсумкова семестрова контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетингова товарна політика	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові комунікації	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетинг територій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	Використовуються: – метод проблемного викладу; – дослідницький метод; – дискусія; – мозкова атака; – метод конкретних ситуацій (КС): КС, що навчають аналізу та оцінці; КС, що навчають вирішенню проблем та прийняттю рішень; КС, що ілюструють проблему, рішення або концепцію в цілому. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, практичних занять, під час самостійної роботи студентів, роботи з навчальною літературою	Відповіді на практичних заняттях або підготовка доповідей та презентацій, виконання тестових завдань на знання теоретичного матеріалу під час практичних занять, виконання домашнього завдання, виконання модульної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
ПРНЗ. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу	☒	Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту

			та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	
		Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики
		Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
		Фаховий тренінг з маркетингу	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення	Виконання та захист звіту з практики
		Товарознавство	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамєн
		Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
<i>ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Маркетинг	Використовуються: - методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; - методи стимулювання й мотивації навчальної роботи, що об'єднали в собі пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення;	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

	- методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю	
Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Захист курсової роботи, презентація
Основи маркетингу на транспорті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання домашнього завдання, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Бізнес-планування та бюджетування	Наочні (ілюстративно-епродуктивний, презентації, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез	Відповідь на практичних заняттях, участь у дискусійних питаннях, виконання тестових завдань, розв'язання задач, підготовка презентаційного матеріалу з актуальних тем з дисципліни, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Міжнародні ринки і світова торгівля	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака). Використовується пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи. Пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення теоретичних джерел, якісної та кількісної обробки отриманих емпіричних даних, їх аналізу та інтерпретації, формулювання відповідних висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту

	представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	
Переддипломна практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	Виконання та захист звіту з практики
Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
Фаховий тренінг з маркетингу	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення	Виконання та захист звіту з практики
Маркетинг в авіації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетинг територій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові дослідження	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Холістичний маркетинг	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи.

				Підсумковий контроль-складання екзамену
		Маркетинг інновацій	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- складання екзамену
		Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетинг промислового підприємства	Словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; ндивідуального, тематичного і семестрового контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
<i>ПРН. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності</i>	☒	Маркетингові комунікації	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Маркетингова товарна політика	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингова товарна політика	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен
		Товарознавство	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий

Маркетингові дослідження	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	контроль-екзамен Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові дослідження	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг промислового підприємства	Словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; ндивідуального, тематичного і семестрового контролю	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Маркетинг розподілу	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи Підсумковий контроль-складання екзамену
Маркетингове ціноутворення	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг	Використовуються: - методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи студентів; - методи стимулювання й	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

		<p>мотивації навчальної роботи, що об'єднали в собі пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення;</p> <p>- методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю</p>	
	Маркетинг: Вступ до спеціальності	<p>Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи</p>	<p>Виконання тестових завдань, Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання на практичних заняттях, виконання домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку</p>
	Основи електронного маркетингу	<p>Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи</p>	<p>Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль- екзамен</p>