

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний авіаційний університет
Освітня програма	18126 Електронний 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	18126
Назва ОП	Електронний 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, Фаховий молодший бакалавр, 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, просп. Гузара Любомира1
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	відсутня
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	91228
ПІБ гаранта ОП	Ярмолук Олексій Ярославович
Посада гаранта ОП	Доцент (1 ставка)
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	oleksii.yarmoliuk@npp.nau.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(063)-831-63-16
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(044)-406-77-43

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 «Електронний 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. В різні роки кафедрі 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 2021 року та по теперішній час кафедрі очолює доктор економічних наук, професор Князева Т.В.

Загальний стан світової економіки, обмеження через пандемію та сучасні маркетингові тенденції з урахуванням глобального посилення діджиталізації суспільства й усіх бізнес сфер, зростаюча конкуренція, постійне збільшення часу, проведеного людиною в мережі Інтернет обумовили необхідність певних фахових компетентностей щодо впровадження ефективної комерційної та маркетингової діяльності суб'єктів на електронному ринку та, відповідно, сприяли актуальній розробці, впровадженню ОП «Електронний маркетинг» та її наступному перегляду. Перша редакція навчального плану підготовки бакалаврів за спеціальністю маркетинг було затверджено Наказом ректора в лютому 2016 року (Протокол ВР №1 від 10.02.2016, Наказ ректора № 56/од від 24.02.2016 р). Діюча редакція освітньо-професійної програми «Електронний маркетинг» була затверджена в 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. ОП «Електронний маркетинг» розроблялась робочою групою авторів в складі д.е.н., професора Смерічевського С.Ф., к.е.н., доцента Ярмолюка О.Я., к.е.н., доцента Борисенко О.С., к.е.н., доцента Радченко Г.А., здобувача вищої освіти Соколової М.Р.

Унікальність ОП «Електронний маркетинг» виражається в системно-синергетичному поєднанні загальнонаукових та прикладних, сучасних трендів і практичних підходів до оволодіння здобувачами вищої освіти необхідних теоретичних знань та практичних навичок (хард і софт скілів), необхідних для вирішення задач з організації, ведення та управління ефективним комплексного електронного маркетингу підприємств різних сфер бізнесу та підприємств авіаційної галузі в умовах турбулентності та діджиталізації. Освітня програма «Електронний маркетинг» бакалаврського рівня виступає в якості базису для освітніх програм другого (магістерського) рівня «Маркетинг» та «Міжнародний маркетинг». Мова навчання здобувачів ВО на ОП «Електронний маркетинг» – українська.

До основних переваг ОП «Електронний маркетинг» можна віднести її інноваційний характер через впровадження сучасних, актуальних теоретико-методичних знань та прикладного, доцільного, ефективного та практичного використання інструментів електронного маркетингу та отримання здобувачами вищої освіти фундаментальних знань, компетентностей та навичок з ефективного практичного управління електронним маркетингом на сучасних підприємствах різних форм власності, різних галузей включаючи авіаційну. Об'єктом спрямування ОП є організація комплексного ефективного електронного маркетингу, як форми взаємодії суб'єктів ринкових взаємовідносин для задоволення їх потреб, отримання усіма стейкхолдерами цінностей та економічних і соціальних інтересів.

До інноваційної складової освітньої програми «Електронний маркетинг» слід віднести, що вона реалізується в сучасних освітніх компонентах ОК23 «Маркетинг інновацій», ОК 29 «Аутсорсинг на електронному ринку», ОК 33 «Основи розробки та просування сайту», ОК 33 «Маркетинг програмного продукту», ОК 39 «Управління Інтернет-проектами». Авіаційна спрямованість освітньої програми закладена у ФК21 «Здатність розуміти особливості програмного продукту та послуг на електронному ринку, застосувати основні засоби і методи планування та організації збуту на електронному ринку, налагоджувати комунікації за допомогою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет та планувати, впроваджувати та проводити маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах, розробляти стратегії та оптимально вибирати інструменти та методи ефективного оптимізування веб-сайтів, збирати, аналізувати, вимірювати, подавати та тлумачити інформацію про відвідувачів веб-сайтів з метою прийняття дієвих маркетингових рішень для ринкових суб'єктів в тому числі підприємств авіаційної галузі». ОП «Електронний маркетинг» набуває розвитку шляхом залучення до навчального процесу фахівців-практиків у сфері електронного бізнесу в якості викладачів-сумісників та запрошених фахівців для проведення гостьових лекцій. Проведення моніторингу фахових вимог на регулярній основі дозволяє переглядати освітню програму шляхом внесення змін і доповнень до її змісту. До обговорення складових освітньої програми долучають стейкхолдерів, в рамках даних процесів оновлюються робочі програми освітні компоненти з метою постійного вдосконалення освітнього процесу в відповідності до Положення про освітні програми Національного авіаційного університету. Удосконаленню ОП «Електронний 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 «4Service Group Україна», Європейською Бізнес Асоціацією, ST. Marketing Agency, ТОВ «Прайм конект», Громадська організація «Освітня фундація продуктового ІТ» (Genesis) та ін.

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	Обсяг набору на ОП у	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного	У тому числі іноземців
--------------	----------------------------------	----------------------	---	------------------------

	набір здобувачів відповідного року навчання	відповідно му навчально му році	навчального року			
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2022 - 2023	47	41	6	0	0
2 курс	2021 - 2022	69	63	4	0	0
3 курс	2020 - 2021	60	53	7	0	0
4 курс	2019 - 2020	20	18	5	0	0
5 курс	2018 - 2019	0		0		0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	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	2021-zmin-OPP075-bak-el-mark-2022.pdf	/Jlu4qMHEpB4QN/P6zufGPCXso9tgyK6ydkQoYI39AQ=
Навчальний план за ОП	HB-6-075-2_21.pdf	Bdaj7f1N7ioAIyEjGdN8Z6ELouc/JzuxklKBjcNM8og=
Навчальний план за ОП	HB-6-075-2z_21.pdf	gAV2DENw005Jo9KJ63lZTubG1Xabh1K9xcOz8/tjKjo=
Рецензії та відгуки роботодавців	Retsenziia_Bakalavr_EM_2.pdf	UiMfHrM/a2pww+5zcm7GUlcFkptmY7Im9GtBbWVsRRw=
Рецензії та відгуки роботодавців	Retsenziia_Bakalavr_EM_1.pdf	x+Q73hf0lK8UYXFGIP8+lgukYDplLoLQN/5L1iEhkc=

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Мета ОП «Електронний маркетинг» відповідає місії НАУ, в якій наголошується про внесок НАУ в 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.

Унікальність ОП «Електронний маркетинг» виражається в системно-синергетичному поєднанні загальнонаукових та прикладних, сучасних трендів до оволодіння здобувачами ВО необхідних теоретичних знань та практичних навичок (хард і софт скілів), для вирішення задач з організації, ведення та управління ефективного комплексного електронного маркетингу підприємств різних сфер бізнесу, у т.ч. авіаційної галузі в умовах турбулентності та діджиталізації. Особливістю ОП «Електронний маркетинг» є оволодіння системою комплексних підходів щодо загальнонаукових та спеціальних методів, професійними навичками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності та конкурентоспроможності підприємств на електронному ринку, у тому числі авіаційної галузі.

ОП спирається на загальновідомі наукові результати з врахуванням актуального стану бізнес-аналітики та економіки на електронному ринку, у т.ч. авіаційному секторі економіки, опанування сучасних професійних знань в галузі цифрових маркетингових технологій, орієнтована на актуальні сучасні спеціалізації, направлених на подальший професійний та науковий розвиток в сфері електронного маркетингу, SEO-маркетингу, SMM.

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/amepd>), 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 «Електронний маркетинг» у повній мірі відповідає місії НАУ в напрямі внеску університету в 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 «Електронний маркетинг» спрямовує здобувачів на вирішення комплексних завдань управління електронним маркетингом підприємств з використанням сучасних наукових підходів, підкріплених актуальними компетентностями, які сприяють провадженню ефективної комерційної та маркетингової діяльності суб'єктів підприємницької діяльності на електронному ринку, в тому числі в авіаційному секторі.

Запропонований у ОП «Електронний маркетинг» інноваційно-орієнтований підхід втілює місію, візію та стратегічні принципи університету з ефективної інтеграції науки, освіти та практики в 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 врахування 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/esdbr> та кафедральне опитування <http://surl.li/ewfyw>. Результати опитувань здобувачів освіти, які навчаються за ОП «Електронний маркетинг», враховуються при корегуванні ОП, 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 третього року навчання Соколова Марія. У грудні 2022 року на щорічному розширеному засіданні кафедри маркетингу щодо реалізації індивідуальної освітньої траєкторії для обговорення вибіркових дисциплін на 2023-2024 навчальний рік були залучені здобувачі освіти ОС «Бакалавр» Соколова М., Марчук В., Дитинчук К.

- роботодавці

Роботодавці формулюють власні пропозиції у вигляді рецензій щодо вдосконалення ОП на засіданнях <http://surl.li/ewglu>, <http://surl.li/ewgmf>. На кафедрі регулярно проводяться їх опитування (<http://surl.li/ewgmo>). Щорічно проводиться розширене засідання кафедри за участю стейкхолдерів, 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 «Електронний маркетинг» в редакції 2021 р. були залучені експерти: радник ген. директора ДП «МА «Бориспіль» К. Астахов, керівник відділу діджитальних рішень клієнтського сервісу «4Service Group Україна» Я. Тішкіна. В 2022 р. на розширених засіданнях кафедри за участю роботодавців (нач. відділу маркетингу ДП «НСК «Олімпійський» С. Заводовський; заст. директора ТОВ «Трансальянс Груп» О. Лисенко; головн. спеціаліст департаменту досліджень і розслідувань ринків невиробничої сфери АМКУ А. Слободяник, та ін.) розглядалися наступні питання: перегляд та оновлення каталогу вибіркових дисциплін <http://surl.li/ewgbi>, щорічний перегляд ОП кафедри, обговорення завдань різних видів практик <http://surl.li/ewggy>. За результатами обговорення ОП в 2022 р. було вироблено рішення щодо перегляду та оновлення змісту ОК в рамках затверджених ОП для забезпечення їх актуальності, відповідності вимогам та позиціям всіх зацікавлених сторін, тенденціям розвитку спеціальності, ринку праці (протокол засідання кафедри маркетингу №30 від 27.12.2022 р.).

- академічна спільнота

Кафедрою проводиться активна робота з налагодження співробітництва з представниками академічної спільноти на вітчизняному та міжнародному рівнях <http://surl.li/ajrpdv>. Зокрема, щорічно кафедра проводить і приймає участь у наукових конференціях. У травні 2021 р. близько 70 молодих вчених з 4 країн світу взяли участь у III Міжнародній науково-практичній конференції «Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності», організатором виступила кафедра маркетингу НАУ. В 2018 р. представники кафедри приймали участь в обміні науковим та педагогічним досвідом в рамках Міжнародної науково-практичної конференції «Управління інноваціями в маркетингу: сучасні тренди і стратегічні імперативи», що була організована кафедрою спільно з Познанською вищою школою педагогіки та адміністрації ім. Мешка I в м. Познань. Участь у конференції взяли представники з 4 країн світу та 132 наукових, науково-дослідних, урядових, громадських структур та представники бізнесу.

В рамках проведення зустрічей з представниками академічної спільноти проводиться обмін науково-навчальним досвідом, що наводить відображення в освітньому процесі. Так, 07.02.2023 р. здобувачі та викладачі кафедри маркетингу прослухали онлайн-лекцію Ф. Раушнабеля, доктора, професора діджитал маркетингу та медіа інновацій Університету оборони Мюнхена <http://surl.li/etvsf>, 25.10.2022 р. проведено круглий стіл спільно з МДУ (м. Київ) та ДонНУ ім. В. Стуса (м. Вінниця) з обговоренням сучасних тенденцій в маркетингу <http://surl.li/ewhgo>.

- інші стейкхолдери

При підготовці ОП враховано інтереси та рекомендації стейкхолдерів, де працюють випускники ОП, а також підприємств, які зацікавлені у підготовці якісних фахівців. З метою забезпечення постійного вдосконалення ОП «Електронний маркетинг» кафедрою запроваджено щорічний моніторинг запитів стейкхолдерів за допомогою опитування роботодавців, випускників та НПП, залучених до забезпечення освітнього процесу на ОП <http://surl.li/esdef>.

Кафедрою з метою вдосконалення soft-skills проводяться гостьові лекції професіоналами-практиками та випускниками спеціальності «Маркетинг». За період 2021-2022 н.р. в рамках циклу гостьових лекцій з практиками було проведено 8 відкритих зустрічей, з початку 2022-2023 н.р. проведено ряд гостьових лекцій, що дали можливість внесення доповнень до змісту ОК ОП «Електронний маркетинг», наприклад: цикл лекцій експерта в галузі цивільної авіації М. Волошина (<http://surl.li/dimfd>, <http://surl.li/escyy>) (перегляд та доповнення змісту ОК 38 «Лояльність клієнтів авіакомпаній», ВК «Комерційна діяльність на авіаційному транспорті»), зустріч з представниками компанії The one – контент-менеджером А. Макаревич та таргетологом М. Загривим <http://surl.li/esczp> (ВК «Контент-маркетинг», ВК «Таргетована реклама»), Project Manager в компанії Infocus А. Петренко (<http://surl.li/escze>) – ОК 34 «Управління споживчим досвідом», проф. діджитал маркетингу та медіа інновацій Університету оборони Мюнхена Ф. Раушнабелем (<http://surl.li/etvsf>) - ОК 28 «Інтернет-маркетинг» та ін.

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

Для забезпечення відповідності цілей та програмних результатів ОП сучасним тенденціям ринку праці кафедра постійно проводить моніторинг запитів до стейкхолдерів включно з представниками авіаційної галузі. Моніторинг професійних компетентностей електронного маркетингу дає можливість досягти цілі через проведення наступних заходів: зустрічей з практиками, науково-практичних конференцій, круглих столів, тощо (<http://surl.li/dffvl>), у на основі чого вносяться корективи в компоненти ОП в напрямі посилення предметної складової, впровадження прикладних сучасних підходів у оволодінні теоретичними та практичними навичками. Інноваційна спрямованість та практична направленість ОП виражається у формуванні в здобувачів актуальних фахових знань та навичок з електронного маркетингу, що дадуть їм можливість вирішувати управлінські професійні завдання в умовах турбулентності та діджиталізації, в тому числі й у авіаційній галузі. Забезпечення зазначеної орієнтації зумовлене програмними результатами навчання ПРН19 – ПРН25, які дозволяють випускникам успішно конкурувати в сучасних умовах економіки та діджиталізації на електронному ринку, за рахунок використання сучасних трендів електронного маркетингу та новітніх комунікаційних інструментів для ведення ефективної комплексної маркетингової діяльності бізнес-суб'єктів та підприємств авіаційної галузі.

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 в ОК19, ОК24, що спрямовуються на питаннях управління маркетингом територій, розвитку регіонів, інструментах підвищення конкурентоспроможності на сучасних світових ринках. Галузева складова освітньої програми міститься зокрема в ОК17, ОК22, ОК32, ОК33, ОК38, які фокусуються на врахуванні актуального стану галузевої економіки та потенціалі розвитку на споживчому, промисловому, в тому числі авіаційному секторах.

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

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 ОП враховувався досвід вітчизняних ЗВО, які

здійснюють підготовку здобувачів ВО, а саме: ОНТУ, КНТЕУ, КНЕУ імені В. Гетьмана, Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, КНУТД, Національний університет «Острозька академія». Аналіз споріднених освітніх програм зарубіжних ЗВО: Університету Грінвіча (<https://www.gre.ac.uk/>), Академії Леона Козьмінського в Варшаві (<https://www.kozminski.edu.pl/>), Гарвардського Університету (<https://www.harvard.edu/> відображає сучасні тренди маркетингової науки в умовах цифровізації та надав можливість визначити підходи до структурування, інтеграції та синтезу ОК у логічній послідовності та змістовному наповненні. Використання досвіду вітчизняних та зарубіжних ЗВО дозволив розширити перелік освітніх компонент за рахунок включення дисциплін «Маркетингові дослідження в Інтернеті», «Аутсорсинг на електронному ринку», «Хеджування маркетингових ризиків», «Управління Інтернет-проектами», які сприяють поглибленню теоретичних знань і практичних навиків сучасного фахівця в сфері електронного маркетингу. На основі аналізу освітніх програм вітчизняних і іноземних ЗВО проводиться системний аудит та оновлення каталогу вибіркових дисциплін, тематики кваліфікаційних 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

Освітню програму розроблено згідно 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 використанням необхідною теорією та методами і характеризується системністю та гнучкістю до турбулентних умов та наслідків діджиталізації. Тому програмні результати навчання відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій: бакалавр – 6 рівню Національної рамки кваліфікацій та першому циклу вищої освіти. А загальні компетентності закладені в програмних результатах з ПРН1 до ПРН18, а з ПРН19 до ПРН25 – спеціальні (фахові) компетентності, які орієнтовані на ОК, та формують унікальність ОП. Саме тому досягнення програмних результатів ОП «Електронний маркетинг» базується на актуальному наповненні освітніх компонент відповідним навчально-методичним забезпеченням. Логічно структурована відповідність програмних результатів компонентам ОП 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 ОП «Електронний маркетинг» у повному обсязі відповідає предметній області Стандарту вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр» (<https://cutt.ly/aBevKl8>). Теоретичний зміст предметної області містить поняття суті маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та електронного маркетингу, їх історичні передумови; специфіку діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах традиційного та електронного ринків. ОП зорієнтована на методи, методики та технології, які здобувач вищої освіти має застосовувати у своїй професійній діяльності. ОП базується на загальновідомих наукових результатах із врахуванням актуального стану економіки та бізнес-аналітики на споживчому, промисловому, в тому числі авіаційному секторі економіки, опануванні сучасних професійних знань в галузі цифрових маркетингових технологій (<https://cutt.ly/79ADhjf>).

Кожен освітній компонент ОП враховує предметну область, профіль ОП та характеризується логічною послідовністю, збалансованістю з точки зору підготовки здобувачів вищої освіти до потреб ринку праці. ОП включає обов'язкову та вибіркову компоненти. Обов'язкова компонента включає цикл дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки, цикл дисциплін професійної та практичної підготовки. Здобувачі вищої освіти додатково

можуть реалізувати своє право у розширенні професійних компетенцій у сфері електронного маркетингу через вибіркові компоненти. Навчальна та виробничі практики ОП (фаховий тренінг з електронного маркетингу, маркетингово-дослідницька та переддипломна практики) та виконання кваліфікаційної роботи передбачають розв'язання окремих спеціалізованих завдань, щодо аналізу, прогнозування інноваційних креативних ідей у сфері маркетингу як на традиційному так і електронному ринку, що повністю відповідає теоретичному змісту предметної області діючого Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

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

Формування здобувачем вищої освіти індивідуальної освітньої траєкторії реалізується через виконання індивідуального навчального плану здобувача та регламентується: Положенням про організацію освітнього процесу в НАУ (<https://cutt.ly/ACkHr4G>), Положенням про формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти в НАУ (<https://cutt.ly/FCkSFE2>), Положенням про індивідуальний навчальний план студента НАУ (<https://cutt.ly/7CkFgXs>), Положенням про організацію самостійної роботи (<https://bit.ly/3GncZnG>) Індивідуальний навчальний план здобувача ВО формується на кожен рік навчання з урахуванням обов'язкових навчальних дисциплін, а також особисто обраних вибіркових дисциплін. Здобувачі ВО мають право: вільно обирати ВК в обсязі не менше 25% від загальної кількості кредитів ЄКТС (60 кредитів за каталогом вибіркових навчальних дисциплін - <https://cutt.ly/q9AF1Bf>), включати до індивідуального плану факультативні дисципліни; навчатися одночасно за кількома ОП, брати участь у програмах академічної мобільності; зараховувати кредити з неформальної освіти; пропонувати теми курсових та кваліфікаційних робіт, пропонувати місця проходження виробничих практик.

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

Вільний вибір здобувачами ВО навчальних дисциплін визначено Положенням про формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти в НАУ (<https://cutt.ly/FCkSFE2>). Вибіркові дисципліни підсилюють програмні результати навчання обов'язкових компонент, забезпечують відповідність вимогам ринку праці, ефективного використання можливостей університету, здійснення поглибленої підготовки за ОП та особистісного розвитку здобувача. Переліки вибіркових дисциплін переглядаються випусковою кафедрою щорічно з урахуванням пропозицій здобувачів ВО, науково-педагогічних працівників, інших кафедр/факультетів/інститутів та стейкхолдерів. При формуванні переліку враховуються сучасні тенденції розвитку цифрового маркетингу в сучасному інформаційному суспільстві. Сформований перелік вибіркових дисциплін та силабуси затверджуються на засіданні випускової кафедри та розміщуються на її офіційному сайті (<https://cutt.ly/q9AF1Bf>). Згідно графіку, професорсько-викладацький склад кафедри у формі організації презентаційних зустрічей та публікації силабусів дисциплін на сторінці кафедри здійснює ознайомлення здобувачів з їх детальним змістом (<http://surl.li/bjvav>). Вибіркові ОК обираються здобувачем індивідуально в режимі он-лайн в автоматизованій системі (<https://directorate.nau.edu.ua/login>) з урахуванням особистих уподобань та перспектив майбутньої професійної діяльності. Для здобувачів розроблено покрокову Інструкцію для роботи здобувача ВО в автоматизованій системі формування індивідуальної освітньої траєкторії <https://cutt.ly/7CkKTJL>. Обрані здобувачами ВК включаються до його індивідуального навчального плану та є обов'язковими для вивчення.

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 ОП передбачена навчальним планом: навчальна практика – Фаховий тренінг з електронного маркетингу (3,0 кредити ЄКТС) та виробничих практик – Маркетингово-дослідницька практика (3,0 кредити ЄКТС) та Переддипломна практика (3,0 кредити ЄКТС). Практики є важливим етапом професійної підготовки здобувачів та однією з основних складових для формування загальних (ІК, ЗК2-8, ЗК11-12) і фахових компетентностей (ФК3-7, ФК10, ФК12, ФК14-16, ФК18-19, ФК21). Основним призначенням практик є закріплення і вдосконалення одержаних теоретичних знань, формування професійних умінь та навичок для виконання майбутніх професійних обов'язків, застосування набутих знань у практичній діяльності. Всі види практик забезпечені програмами, що розроблені, згідно рекомендацій стейкхолдерів, у відповідності до Методичних рекомендацій щодо розробки програм практики (<https://bit.ly/3SqVclP>) та з урахуванням реальних потреб ринку праці і необхідних умінь і навичок. 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 ОП соціальні навички є особливо важливими, оскільки вони мають демонструвати здатність до співпраці з партнерами, забезпечувати ефективні комунікації, проявляти лідерські якості, формувати власну думку і приймати рішення. ОП передбачає формування соціальних навичок через загальні обов'язкові компоненти так і вибіркові дисципліни. Соціальні навички, критичного мислення та креативності, емоційного інтелекту, культурної обізнаності та поваги мультикультурності («SoftSkills») формуються через виконання групових завдань (доповіді та презентації, дискусії, виконання навчальних вправ та ін), а також відповідно до змісту ОК: здатність спілкуватися державною та іноземною мовами забезпечується через ОК «Ділова українська мова» та ОК «Фахова іноземна мова»; здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства через розуміння

історії формується при вивченні ОК «Історія української державності та культури» та «Філософія»; здатність використовувати різні види рухової активності формується при вивченні ОК «Фізичне виховання та самовдосконалення»; знання та розуміння предметної області та професійної діяльності формуються під час вивчення дисциплін «Соціально-ринкові комунікації», «Організаційна поведінка», «Поведінка споживача» та ін. Здобувачі можуть реалізуватись у соціальному та професійних напрямках, беручи участь у науково-практичних конференціях, наукових гуртках, що діють на постійній основі та організовані в межах кафедр, що забезпечують навчальний процес за ОП.

Яким чином зміст ОП ураховує вимоги відповідного професійного стандарту?

Стандарт вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» не передбачає надання професійної кваліфікації, тому ОП не передбачає врахування професійного стандарту.

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

В НАУ розроблені загальні вимоги щодо розподілу обсягу окремих ОК в ОП (в кредитах ЄКТС) із фактичним навантаженням здобувачів (включно із самостійною роботою) відповідно до Методичних рекомендацій з розробки навчальних планів підготовки здобувачів ВО в НАУ (<https://bit.ly/3scifVW>), що встановлюють вимоги до розрахунку достатності навчального навантаження на здобувачів.

Нормативна тривалість ОПП денної форми навчання становить 3 роки 10 місяців із загальним обсягом кредитів ЄКТС – 240. У навчальному плані наведено календарний графік навчання, бюджет часу здобувачів, визначено обсяг годин на кожний освітній компонент, кількість кредитів ЄКТС і форми підсумкового контролю. Загальна кількість ОК становить не більше 16 на навчальний рік. В ОПП передбачені аудиторні заняття (лекції, практичні та лабораторні заняття), на які в середньому приходиться 44%, а на самостійну роботу відведено 56% загального обсягу навчальних годин, що свідчить про рівномірність співвіднесення обсягу окремих ОК із фактичним навантаженням здобувачів ВО.

Для корегування фактичного навантаження здобувачів ВО відбувається постійна взаємодія з представниками студентської ради, спостереження кураторів навчальних груп, викладачів та керівників ЗВО різних ланок та проводиться періодичне опитування на загальноуніверситетському рівні (<http://surl.li/esdbr>) та окремо – на Факультеті економіки та бізнес-адміністрування (<http://surl.li/esdcf>). 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>). ОП «Електронний 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/pravyla-priyomu-2022/>

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

Вступ на ОП «Електронний маркетинг» в 2022 році здійснювався згідно Правил прийому на навчання в НАУ (<https://cutt.ly/wVLXzEB>) на основі конкурсного відбору.

Вступ на навчання для здобуття ступеня бакалавр на ОП «Електронний маркетинг», здійснюється на основі повної загальної середньої освіти – у формі складання національного мультипредметного тесту (НМТ) (<https://cutt.ly/QVLXOUX>), який складається з трьох блоків: українська мова (коефіцієнт-0,35), математика (коефіцієнт -0,4) та історія України (коефіцієнт-0,25) (<https://cutt.ly/6VLXLWV>) або зараховуються бали ЗНО 2019-2021 років з трьох конкурсних предметів (українська мова і література, математика, один предмет на вибір абітурієнта). Вступ на навчання на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста, молодшого бакалавра, що вступають на другий (третій) курс зараховуються бали НМТ або ЗНО 2019-2021 років (українська мова) та НМТ або ЗНО 2019-2021 років (математика), або на перший курс з скороченим строком навчання для здобуття ступеня бакалавра: НМТ або ЗНО 2019-2021 років з української мови та одного предмету НМТ або ЗНО 2019-2021 років на вибір вступника. Вступники також повинні подати свій мотиваційний лист (<https://cutt.ly/NVLMkVA>).

Вся необхідна інформація для вступників знаходиться у відкритому доступі на сайті університету (<https://cutt.ly/OVLMbZb>) та на сайті факультету (<http://feba.nau.edu.ua/abiturientu/dlia-bakalavriv>).

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: «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>).

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

За час існування ОП 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 2 здобувача вищої освіти з ВСП «Фаховий коледж інженерії та управління Національного авіаційного університету», та 1 здобувач з ВСП «Фаховий економічний коледж ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім.Вадима Гетьмана».

У 2022-2023 н.р. на ОП «Електронний маркетинг» на другий рік навчання були переведені 5 здобувачів вищої освіти з ВСП «Фаховий коледж інженерії та управління Національного авіаційного університету», ВСП «Павлоградський фаховий коледж НТУ «Дніпровська політехніка», ВСП «Ірпінський фаховий коледж Національного університету біоресурсів та природокористування», «Київський фаховий коледж зв'язку», «Коледж інженерії та управління Національного авіаційного університету».

Досвід академічної (міжнародної) мобільності здобувачів на даній ОП відсутній.

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>).

Згідно п.2.5. «Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної/інформальної освіти Національного авіаційного університету» 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. Для перезарахування результатів навчання, здобувач подає до декану факультету заяву та завірені у встановленому порядку копії документів, що підтверджують участь у заході неформальної освіти (свідоцтва, сертифікати, дипломи тощо), опис заходу неформальної освіти (інформаційний лист, запрошення, програма тощо), опис змісту та результатів неформальної освіти.

На сайті НАУ, розміщена інформація про неформальну освіту та рекомендовані для здобувачів он-лайнні платформи та посилання на них, де здобувачі мають можливість пройти безкоштовно курс та отримати сертифікат: Coursera, Udemy, EdEx та Prometheus (<https://cutt.ly/29MfoNa>). Інформування здобувачів здійснюється викладачами під час викладання ОК та кураторами.

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

Практики застосування вказаних правил на ОП «Електронний 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

В ОП оптимально підібрані форми та методи викладання і навчання відповідно до вимог «Положенням про організацію освітнього процесу» https://u.to/_HU-HQ та «Методичні рекомендації до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни» (<https://u.to/uYB4HQ>).

Перевага надається активним методам на засадах студентоцентрованого підходу (дискусії, розв'язування кейсів, використання Jamboard, віртуальне стажування на платформі Genesis <https://u.to/D2GeHQ>, «створення та аналітики сайтів» з використанням SerpStat, Solomono, Ahrefs, Web-archive, SEO Tester Online, (ОК: Маркетинг програмного продукту, Інтернет маркетинг, Управління споживчим досвідом, Маркетинг інновацій ПРН2, ПРН4, ПРН7, ПРН11, ПРН25).

Основу складають методики та індивідуальне проблемно-орієнтоване навчання, що 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 методів сприяє розвитку творчих здібностей здобувачів, навичкам генерувати нові ідеї, опрацьовувати командні сценарії; передбачають виконання завдань інноваційного характеру. Детально форми та методи навчання і викладання розкриті у Робочих програмах (<https://u.to/fqt4HQ>) та Силабусах навчальних дисциплін (<https://u.to/QEVHHQ>)

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?

Реалізація студентоцентрованого підходу у навчанні за ОП відповідає вимогам Положення про систему забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності НАУ (<https://u.to/-RrsGw>). Студентоцентроване навчання і викладання ставить за мету застосування таких форм і методів, які орієнтовані на здобувача, з урахування їх індивідуальних освітніх вподобань та особливостей освітньої програми. Студентоцентрований підхід зумовлює вибір відповідних методів навчання і викладання. Реалізація даного підходу відбувається через форму зворотнього зв'язку зі здобувачами та випускниками (<https://u.to/QEVHHQ>) та формування індивідуальної освітньої траєкторії (<https://u.to/a3U-HQ>) що реалізується через вільний вибір дисциплін (<https://u.to/e3U-HQ>), всіх видів практик, теми кваліфікаційної роботи. Здобувачі мають можливість навчатися за індивідуальним графіком (<https://u.to/jHU-HQ>)

Якість реалізації ОП щодо змісту та якості освітніх послуг, показників комфортного середовища визначається шляхом опитування здобувачів на двох рівнях: загальноуніверситетське анкетування (<https://u.to/tnU-HQ>) та кафедральне опитування (<https://u.to/QEVHHQ>) Результати опитувань здобувачів освіти всіх рівнів, розглядаються на засідання кафедри із запрошенням стейкхолдерів та представників ради роботодавців. 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

Питання дотримання академічної свободи НПП та здобувачами ВО за ОП визначаються «Положенням про організацію освітнього процесу в НАУ» (https://u.to/_HU-HQ). В НАУ дотримуються принципу академічної свободи для всіх учасників освітнього процесу, який реалізується за допомогою системи менеджменту якості НАУ <https://u.to/-RrsGw> з урахуванням обмежень, встановлених ЗУ «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII. Система передбачає самостійність науково-педагогічної діяльності, на принципах проведення наукових досліджень, поширення знань і інформації, свободи слова та творчості, що виявляється у вільному виборі методів і прийомів викладання. Більшість викладачів, які забезпечують освітній процес постійно підвищують кваліфікацію (<https://u.to/7Hc-HQ>) та використовують нові методики у навчальному процесі (<https://u.to/hHs-HQ>). Досягнення принципів академічної свободи здобувачів забезпечується наданням їм прав вільного вибору форм та методів навчання, тем курсових робіт, наукових досліджень і кваліфікаційних робіт, вільного висловлювання у дискусіях, способів апробації результатів досліджень. Здобувачі в рамках індивідуальної освітньої траєкторії обирають ОК, попередньо ознайомившись з каталогом вибіркових дисциплін <https://u.to/QEVHHQ>. Кафедра систематично підтримує зворотний зв'язок зі здобувачами освіти з метою 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 *

Освітнім ресурсом НАУ є офіційний сайт <https://nau.edu.ua/ua/>. Інформація щодо цілей, змісту та очікуваних РН наведена у ОП «Електронний маркетинг», яка розміщена на сторінці кафедри (<https://u.to/mHo-HQ>). Ознайомлення здобувачів першого року навчання здійснює гарант, куратори та керівництво кафедри на початку семестру. Презентація цілей та змісту ОП проходить в рамках ОК «Маркетинг. Вступ до спеціальності». На першому занятті викладач надає інформацію стосовно очікуваних ПРН та критеріїв оцінювання. Для забезпечення дистанційного навчання на платформі Google Classroom НПП та здобувачами НАУ створено корпоративні облікові записи у G Suite for Education. Класи з кожної ОК мають відповідне методичне наповнення: форма оцінювання, кількість та розподіл балів за поточним та підсумковим контролем. 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» (<https://u.to/e3U-HQ>), «Наука», «Забезпечення якості» (<https://u.to/e3U-HQ>)

Викладачі кафедри є відкритими до діалогу та співпраці із здобувачами. Кожен здобувач має змогу отримати індивідуальне консультування, згідно складеному графіку консультації (<https://u.to/lJCQHQ>). Взаємодія з викладачами, кураторами та деканатом відбувається через електронну скриньку, месенджери, Viber-спільноти, ТГ канали (https://t.me/SR_feba).

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

Науково-дослідна робота здобувачів ВО полягає у написанні наукових публікацій під керівництвом викладача кафедри або у співавторстві, участі в науково-практичних конференціях та семінарах (<https://u.to/1PrFHQ>), на оглядах-конкурсах на кращу випускню роботу (2021 р. Чернова К. ІІ місце) (<https://u.to/KpdFHQ>), у роботі студентського наукового гуртка «Управління розвитком інструментів маркетингу в умовах цифровізації». Здобувачі НАУ долучаються до роботи наукового товариства НАУ <http://ysa.nau.edu.ua/>, Студентської ради НАУ

<http://surl.li/agvdd> та Студентської ради ФЕБА <http://surl.li/dibpa>.

Здобувачі беруть участь в НДР кафедри; публікують результати досліджень у збірниках наукових праць, матеріалах міжнародних та вітчизняних конференцій (<http://surl.li/dicnj>, <https://u.to/jOJENQ>, <https://u.to/TIVFHQ> та інші); публікують спільні з НПП результати наукових досліджень у фахових виданнях, зокрема: «Проблеми системного підходу в економіці» (<http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/>).

Поєднання навчання та дослідження відбувається у креативних та громадських ініціативах та проєктах, зокрема ставали амбасадорами "Найбільший урок у світі" від ЮНІСЕФ <https://u.to/hR1FHQ>, виступи на круглому столі з нагоди Дня маркетолога «Сучасні тенденції в маркетингу» <https://u.to/taRFHQ>, Всеукраїнському креатив-баттлі «Рекламний Полігон» (<https://u.to/matFHQ>, конкурси «Марафон з інтелектуальної власності (IP MARATHON)» Євченко А. <https://u.to/mCtGHQ>.

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

Оновленню змісту освітніх компонент сприяє впровадження результатів підвищення кваліфікації та стажування: гарант ОПП Ярмолюк О.Я. (Genesis «Створення та розвиток ІТ-продуктів») оновлено: ОК33; Смерічевський С.Ф. (стажування в 2021 р. у Познанській вищій школі педагогіки та адміністрації ім. Мешка І) оновлено: ОК10; Князева Т.В. (стажування в 2019 р. у Варненському вільному університеті ім. Чорноризця Храбра (Болгарія) оновлено: ОК24, Слободяник А.М. (Міжнародне стажування за темою «DigitalMarketing» Республіка Польща (2022 р.) оновлено: ОК36.

НПП мають публікації у фахових виданнях в базі Scopus та WOS (Князева Т.В., Смерічевський С.Ф., Полоус О.В., Шевченко А.В., Радченко Г.А., Салькова І.Ю., Казанська О.О.)

НПП кафедри використовують власні наукові розробки в навчальному процесі:

- 1) гарант ОПП Ярмолюк. – Теоретико-методологічні аспекти таргетованої реклами, як інструменту комплексного інтернет-маркетингу в ОК39; «Соціальні мережі як сучасний інструмент просування» в ОК32;
- 2) Князева Т.В. - The impact of the transnationalization process on the consumer market of Ukraine (публікація Web of Science) в ОК24;
- 3) Ороховська Л.А. – Специфіка соціально-ринкових комунікацій у сфері інфлюенс-маркетингу (публікація у фаховому виданні кат. В) в ОК11;
- 4) Полоус О.В. – Intellectualization Of Human Capital Development In Digital Economics в ОК12;
- 5) Радченко Г.А. - Formation of an innovative business model of a trade organization in the context of economic globalization. ОК23 та ін.

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

Розвиток ОПП спрямовано на Стратегію розвитку НАУ до 2030 року <http://surl.li/didel> та Стратегії інтернаціоналізації співробітництва в галузі освіти НАУ <https://cutt.ly/lRlkXkN>.

НАУ за останні роки підписано низку міжнародних договорів, які надають можливість проходження стажування, мобільності викладачів та здобувачів (Варненський вільний університет «Чернорізець Храбар», Болгарія, Середземноморським університетом Албанії в Тирані, Вища школа управління і адміністрації в Ополе, Польща; Рієцький Університет, Хорватія; Університет Марії Кюрі-Склодовської, Польща; E-SCIENCE SPACE, Польща; Китайський університет цивільної авіації; Університет Ерджієс, Університет Чанкірі Каратекін, Університет Самсуна, Туреччина; Університет Тойо, Японія).

В рамках даних угод кафедра є співорганізатором щорічних міжнародних науково-практичних конференцій, активно співпрацює в межах «Угоди про співробітництво» Batumi Shota Rustaveli State University (Грузія), Mieszko I School of Education and Administration (Польща).

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>).

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 ОП 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>). Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів освіти є чіткими, зрозумілими, надають можливість встановити досягнення здобувачем результатів навчання та своєчасно доводяться до студентів.

У межах навчальних дисциплін ОП «Електронний маркетинг» передбачено поточні і підсумкові контрольні заходи. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і його метою є перевірка рівня засвоєння студентом навчального матеріалу. Можливими видами робіт на практичних заняттях є: розв'язування задач, аналіз практичних ситуацій, дискусійне обговорення проблемних питань із теми заняття, презентації, тести.

Метою підсумкового контролю є оцінювання результатів навчання кожної ОК на окремих його завершальних етапах

і проводиться у формі іспиту або диференційованого заліку по закінченні викладання курсу. 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.

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

Забезпечення чіткості та зрозумілості форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти відбувається унаслідок проведення таких заходів: 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 непорозуміння 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 навчальній платформі ОК на початку робочого семестру. Силабуси ОК знаходяться у вільному доступі на сайті кафедри (<https://cutt.ly/1932u4Y>). Критерії оцінювання знань здобувачів та перелік питань, які виносяться на залік, диференційований залік чи іспит, затверджується на засіданні кафедри та доводиться до відома здобувачів.

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

Попереднє ознайомлення здобувача з інформацією про форми контрольних заходів та критерії оцінювання за кожним освітнім компонентом відбувається до початку вивчення навчальних дисциплін через силабуси, які оприлюднені на сайті кафедри маркетингу (<https://cutt.ly/1932u4Y>). Силабус та робоча програма публікується викладачем у Google-Classrom у кожній ОК. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання доводяться до здобувачів вищої освіти на першому занятті ОК викладачами.

Екзамени в період екзаменаційних сесій складаються здобувачами вищої освіти, і передбачені графіком навчального процесу та проводяться згідно розкладу, який оприлюднюється у відкритому доступі на сайті в розділі «Розклад занять» за посиланням (<http://feba.nau.edu.ua/rozklad-zanyat-iem-nau>). Перед складанням екзамену, в обов'язковому порядку проводиться консультація, де детально обговорюються зміст та вимоги до завдання та критерії оцінювання.

Збір інформації щодо чіткості і зрозумілості критеріїв оцінювання навчальних досягнень здійснюється шляхом опитувань, бесід та обговорень зі здобувачами вищої освіти.

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

Формою атестації здобувачів вищої освіти ОП «Електронний 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 репозиторії 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/JChX130>), «Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю» (<https://cutt.ly/fChC70>), «Положенням про атестацію випускників Національного авіаційного університету освітньо-кваліфікаційних рівнів (освітніх ступенів) бакалавра, спеціаліста, магістра» (<https://cutt.ly/KChCgyz>).

Усі нормативні документи представлені на офіційному сайті університету та знаходяться у вільному доступі для всіх учасників освітнього процесу.

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 (<https://cutt.ly/o937pUo>). Контрольні заходи здійснюються тільки у письмовому вигляді та із-за застосування тестування. Усі форми контролю проводяться з дотриманням принципів академічної доброчесності (<https://cutt.ly/l937vLB>). В НАУ діє кодекс честі науково-педагогічного працівника і здобувача, які обов'язкові для виконання (<https://cutt.ly/zChVW4s>). У здобувачів ОП «Електронний маркетинг» при проведенні контрольних заходів конфлікту інтересів не виникало. У разі виникнення конфліктів, здобувачі можуть звернутися до куратора групи, декана, ректора, до представників студентського самоврядування (<https://cutt.ly/X937YlB>), до відділу із питань запобігання та виявлення корупції (<https://cutt.ly/wBl5uTo>), та мають можливість анонімно надавати інформацію через Скриньку довіри (<https://nau.edu.ua/ua/menu/un%D1%96versitet/skrinka-doviri.html>).

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів регламентується «Положенням про організацію та проведення поточного і семестрового контролю» (<https://cutt.ly/AChNDUub>), згідно якого, 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 урегульовують порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів? Наведіть приклади застосування відповідних правил на ОП

Право здобувачів вищої освіти на оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів в разі виникнення сумнівів щодо оцінювання знань та об'єктивності виставленої оцінки 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 ОП «Електронний 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 «Unicheck».
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?

Технологічне рішення, яке використовуються на ОП «Електронний маркетинг» як інструмент протидії порушенням академічної доброчесності регламентується «Порядком перевірки академічних та наукових текстів на плагіат» (<https://cutt.ly/rCh15zN>), Положенням «Про виявлення та запобігання академічному плагіату» (<https://cutt.ly/lCh18xJ>).

Національним авіаційним університетом підписаний договір про співпрацю з ТОВ «Антиплагіат», що дозволяє отримувати вільний доступ до сервісу Unicheck (<https://unicheck.com/>)

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 честі науково-педагогічного працівника і студента який популяризує принципи академічної доброчесності і є обов'язковим до виконання (<https://cutt.ly/zChVW4s>).

Академічна доброчесність популяризується серед здобувачів вищої освіти і науково-педагогічних працівників через проведення занять з актуальності питання академічної доброчесності, систематичну роз'яснювальну роботу як основного елемента якості освітнього процесу, а також здійснюється інформування кураторами під час кураторських годин та нагадування науково-педагогічними працівниками під час викладання занять. НПП та здобувачі в обов'язковому порядку підписують декларації про дотримання академічної доброчесності.

Крім того, для здобувачів четвертого року навчання був проведений семінар «Академічна доброчесність», де здобувачі вищої освіти додатково проінформовані про необхідність дотримання правил академічної доброчесності (правильності написання наукових робіт, підготовка та написання кваліфікаційної роботи, правил опису джерел та оформлення цитувань) (<http://surl.li/eumaf>).

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 ОП за спеціальністю 075 «Електронний 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?

Формування колективу викладачів в НАУ для забезпечення освітньої діяльності за ОП відбувається за процедурою конкурсного відбору на засадах: відкритості, гласності, законності, доброчесності, рівності прав, колегіальності, незалежності, об'єктивності та обґрунтованості прийняття рішень, неупередженого ставлення до кандидатів на зайняття вакантних посад НПП. Відбір НПП, окрім дотримання вимог Закону України «Про освіту», «Про вищу освіту», Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності (<http://surl.li/ruki>) та вимог і рекомендацій Національного агентства, відбувається у відповідності до Статуту НАУ та Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП <http://surl.li/dhbsp>, де визначено основні вимоги до кандидатів: освіта, наявність наукового ступеня, вченого звання, рівень професійної та наукової активності, стажування або підвищення кваліфікації, досвід науково-педагогічної діяльності.

Для організації проведення конкурсного відбору створюється Конкурсна комісія, а інформація про проведення конкурсного відбору розміщується в засобах масової інформації та на сайті Університету.

До викладання на ОП залучаються фахівці з найвищим рівнем професійної кваліфікації. 94% викладачі на ОП мають науковий ступінь та вчене звання, у т.ч. доктори наук – 26%, кандидати наук – 68%. Всі викладачі, залучені до навчального процесу на ОП, мають високий рівень професійної та наукової активності, відповідність ліцензійним умовам (табл. 2 додатку).

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

НАУ активно залучає до організації і реалізації освітнього процесу роботодавців, використовуючи їх практичні навички для формування відповідних ФК здобувачів. В НАУ функціонує Рада роботодавців <http://surl.li/dikuw>, створено Раду роботодавців ФЕБА (<http://surl.li/escyf>), головою є С. Заводовський, начальник відділу маркетингу ДП «НСК «Олімпійський». Роботодавці приймають участь в проектуванні, рецензуванні, періодичному перегляді ОП (<http://surl.li/escyj>), долучаються до обговорення тематики кваліфікаційних робіт, перегляду та наповнення каталогу вибіркового дисциплін (<http://surl.li/escxy>).

Протягом 2021-2022 н.р. проведено серію гостьових лекцій з фахівцями з маркетингу: лекція С. Заводовського (начальник відділу маркетингу НСК «Олімпійський») (<http://surl.li/dimfb>); зустріч з М. Лазебником (Генеральний директор Всеукраїнської рекламної коаліції) «Тренди розвитку рекламного ринку» (<http://surl.li/dimey>), практиками авіаційної галузі (Радник генерального директора ДП МА «Бориспіль» К. Астахов та авіаційний експерт А. Борисюк <http://surl.li/escxw>) та ін. У 2022-2023 н.р. проведено серію зустрічей з експертом в галузі цивільної авіації М. Волошиним (<http://surl.li/dimfd>, <http://surl.li/escyy>), практиком А. Петренко, Project Manager в компанії

Infocus (<http://surl.li/escze>) та ін.

Співпраця НАУ з багатьма ЗВО України дає можливість залучати фахівців до участі у гостьових лекціях, круглих столах, конференціях тощо, на яких обговорюються сучасні тренди розвитку маркетингу.

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

До організації та реалізації ОП залучаються роботодавці, фахівці-практики, досвід практичної роботи яких дозволяє сформувати відповідні ФК у здобувачів ВО. Роботодавці беруть участь у розробці та щорічному перегляді ОП у відповідності до потреб ринку.

В рамках ОП до аудиторних занять залучаються професіонали-практики, зокрема навчальні заняття ОП «Електронний маркетинг» викладають:

- Слободяник А., доцент кафедри маркетингу (за сумісн.), головний спеціаліст департаменту Антимонопольного комітету України – ОК20 «Маркетингове ціноутворення», ОК29 «Аутсорсинг на електронному ринку»;
- Жамойда О.А., професор кафедри маркетингу, до червня 2022р. Директор департаменту інвестиційної діяльності ТОВ «ІНКСТІЛ ГРУП» – ОК27 «Хеджування маркетингових ризиків».

До гостьових зустрічей на систематичній основі залучаються відомі вчені, професіонали-практики, експерти та представники роботодавців:

- професор діджитал маркетингу та медіа інновацій Університету оборони Мюнхена Філіп Раушнабель <http://surl.li/etvsf>
- сертифікований спеціаліст з контекстної реклами, аналітики та програматик реклами, викладач з Digital Marketing, сертифікований тренер Google Marketing Platform Юрій Островський <http://surl.li/eyela>
- представники компанії The one, контент-менеджер Анастасія Макаревич та таргетолог Максим Загривий <http://surl.li/esczp>
- засновник та тренер консалтингової компанії з побудови та впровадження систем продажу Martsenko Sales Вадим Марценко <http://surl.li/ddrul>
- Senior Software Engineer Ілля Хороших <http://surl.li/esdaf>, ін.

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

Для забезпечення професійного фахового розвитку викладачів, відповідно до Положення про підвищення кваліфікації (стажування) НПП НАУ застосовуються різні види підвищення кваліфікації <http://surl.li/gsjr>: стажування, семінари, тренінги, вебінари, тощо. Також НАУ співпрацює з Університетом менеджменту освіти НАПН України (підвищення кваліфікації Борисенко О.С., Радченко Г.А. 2020р., Шевченко А.В. 2018 р.). В НАУ в рамках роботи Центру організаційного розвитку та лідерства проводились заходи неформальної освіти для викладачів: школа викладацької майстерності, інтерактивні заняття з розвитку «softskills» та ін. (Шевченко А.В. – навчання у Школі та була учасником майстер-класів, 2019). В Навчально-науковому інституті неперервної освіти НАУ <https://ino.nau.edu.ua/> НПП мають можливість підвищити кваліфікацію за пропонуваними тематиками тренінгових програм (Борисенко О.С., Радченко Г.А., Шевченко А.В., Ярмолюк О.Я. – 2019 р.)

Викладачі, що забезпечують підготовку за ОП, також проходили стажування за кордоном: Шевченко А.В. – 2019 р. Болгарія; Князева Т.В. – 2018 р. Латвія, 2019 р. Болгарія; Смерічевський С.Ф. – 2021 р. Польща; Слободяник А.М. – 2022 р., Польща.

Стажування відбувається на основі щорічного складання Плану підвищення кваліфікації НПП. Керівництво НАУ сприяє професійному розвитку НПП, укладаючи відповідні угоди з іншими навчальними закладами та установами, в т.ч. зарубіжними, інформуючи про міжнародні проекти в сфері ВО (зокрема, Програмі Європейського Союзу – ERASMUS+, та ін.), гранти, тощо.

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Підвищення фаховості та викладацької майстерності НПП НАУ забезпечується системою заходів, яка передбачає матеріальні й моральні заохочення, що регламентується Статутом Університету, Колективним договором <http://surl.li/bfnpb>, <http://surl.li/esdaw>, Положенням про преміювання працівників НАУ (<http://surl.li/bdqir>),

Положення «Про рейтингове оцінювання діяльності науково-педагогічного працівника та навчально-наукового структурного підрозділу національного авіаційного університету» (<http://surl.li/czmse>).

Матеріальне стимулювання здійснюється за підготовку кадрів вищої кваліфікації (5000 грн за підготовку кандидата наук), видання монографій і підручників, опублікування статей у періодичних виданнях (5 000 (п'ять тисяч) гривень за кожну публікацію (статтю) у фахових виданнях, що індексуються науково-метричними базами даних Web of Science або Scopus), впровадження інноваційних інформаційних комплексів.

За вагомі успіхи у науково-педагогічній діяльності застосовуються моральні заохочення, які 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.

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

Продемонструйте, яким чином фінансові та матеріально-технічні ресурси (бібліотека, інша

інфраструктура, обладнання тощо), а також навчально-методичне забезпечення ОП забезпечують досягнення визначених ОП цілей та програмних результатів навчання?

Матеріально-технічні ресурси НАУ повністю забезпечують досягнення цілей та ПРН ОП. Університет має сучасну матеріально-технічну та соціальну інфраструктуру <https://cutt.ly/pCU3Kwt>. Інформація про фінансування щорічно розміщується на сайті університету <https://cutt.ly/MCU8eJU>. Здобувачі мають можливість користуватися навчальною, науковою, виробничою, спортивною та ін. базами НАУ <http://surl.li/evmg1>.

Здобувачі НАУ забезпечуються безоплатним доступом до інфраструктури, інформаційних ресурсів та мережі Інтернет, можуть користуватися послугами стартап-школи, воркшопів англійської мови, школи лідерства та громадянської свідомості, НАУ-хабом <https://cutt.ly/GCU8puL>.

НТБ НАУ <https://cutt.ly/BCU8xgN> має універсальний профіль, надає вільний доступ до фондів і електронних каталогів, світових інформаційних ресурсів, комп'ютерного класу, електронного каталогу та довідково-пошукового апарату. У головному корпусі НТБ створено простір неформальної освіти Clever Space. В умовах карантину та військового стану послугами бібліотеки можна користуватися дистанційно, через сервіс «Бібліографічна довідка», на сайті або через листування на e-mail methodist@nau.edu.ua.

Для всіх ОК ОП «Електронний маркетинг» розроблено навчально-методичне забезпечення <https://cutt.ly/QCU86da>. Підготовка здобувачів ОП ведеться з використанням сучасних інформаційних освітніх технологій, у структурі кафедри маркетингу функціонує навчально-наукова лабораторія «Інформаційних систем маркетингу» <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 на належному рівні освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів, включає платформу Google Classroom, електронний репозиторій, електронну бібліотеку, сервіси корпоративної електронної пошти, хмарні сервіси Microsoft, Центр підтримки інновацій «TISC». Реалізації наукової діяльності здобувачів сприяє Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених НАУ (<http://usa.nau.edu.ua/>). Індивідуальну освітню траєкторію здобувача допомагає забезпечувати впровадження автоматизованої системи <https://cutt.ly/iCU4iEb>. Результати наукових досліджень здобувачі можуть публікувати в науковому фаховому виданні «Проблеми системного підходу в економіці» <http://www.psaejrnl.nau.in.ua/>.

Виявлення і врахування потреб та інтересів здобувачів в НАУ забезпечують: відділ по роботі зі студентами <https://cutt.ly/WCU4mHw>, сектор психолого-педагогічної роботи <https://cutt.ly/RCU4FQh>. Надання матеріальної допомоги 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, результати яких аналізуються на засіданнях кафедр, вченій раді факультету. Результати анкетування здобувачів ВО, проведеного НАУ на основі якісних показників, за якими оцінювалась реалізація ОП, представлені на сайті НАУ <http://surl.li/dhexc>.

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>. Згідно п. 3.2.13 Статуту, НАУ забезпечується надання медичних послуг, проведення діагностичної медичної експертизи; п. 3.4.8 – соціальний захист членів трудового колективу та інших учасників освітнього процесу; п. 3.5.3 – створення необхідних умов для здобуття ВО особами з особливими освітніми потребами; п. 3.5.5 – здійснення освітньої діяльності на засадах студентоцентрованого навчання.

Для забезпечення безпеки життєдіяльності здобувачів, кураторами груп проводяться інструктажі з питань: охорони здоров'я, пожежної, радіаційної безпеки, реагування на надзвичайні ситуації, правил поведінки напередодні канікул та свят. Щорічно спецслужбами університету проводяться масові навчальні заходи цивільної оборони та пожежної безпеки, у т.ч. й надання медичної допомоги. Надання медичних послуг забезпечує Медичний центр НАУ <http://medcenter.nau.edu.ua/>

Психологічний супровід та допомогу в адаптації здобувачів забезпечує сектор психолого-педагогічної роботи <https://cutt.ly/FRQVuux>. На період пандемії та в умовах військового стану, згідно наказів ректора НАУ, було впроваджено невідкладні заходи щодо організації дистанційного навчання на платформі Google Classroom. 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?

На рівні університету створені всі передумови забезпечення належних умов навчання. Для абітурієнтів, на сайті НАУ, розміщено інформацію приймальної комісії <https://pk.nau.edu.ua/> щодо набору на 1 курс (денної і заочної форм навчання) та на 1 скорочений, 2, 3 курс, алгоритм вступу до НАУ, вартість навчання тощо. Освітня підтримка під час навчання здобувачів забезпечується через розподіл функцій випусковою кафедрою, зокрема гарантом ОП, завідувачем кафедри, кураторами груп, НПП. Інформаційна підтримка забезпечується через офіційні канали розповсюдження інформації – сайт НАУ, ФЕБА <http://feba.nau.edu.ua/>, корпоративну пошту, через платформу

GoogleClassroom та месенджери.

Психологічну допомогу та консультування здобувачам надає сектор психолого-педагогічної роботи <http://surl.li/eimtl>. Соціальна підтримка забезпечується участю здобувачів у професійній спільноті студентів НАУ <http://pposa.nau.edu.ua/>, наданням гуртожитку, можливістю гармонійного поєднання навчання і роботи та ін. Організаційна та консультативна підтримка здобувачів освіти реалізується у взаємодії зі структурними підрозділами факультету (деканат, студентська рада) та НАУ (навчально-методичний відділ, відділ по роботі зі студентами, організаційний відділ, тощо). Згідно статуту НАУ (п. 2.3.14) забезпечується створення умов для мобільності здобувачів у межах європейського освітнього простору та міжнародних програмах академічної мобільності. Анонімне анкетування здобувачів <http://surl.li/esdef> свідчить, що освітня, організаційна, інформаційна, консультативна та соціальна їх підтримка в НАУ 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)

Реалізація права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами здійснюється в університеті 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/OCZlBHZ>, видано Розпорядження «Про закріплення аудиторій для осіб з особливими освітніми потребами під час освітнього процесу» <https://cutt.ly/vCZl52L>. 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 «Електронний 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?

Політика та процедури врегулювання конфліктних ситуацій в університеті 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>. 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>. Конфліктних ситуацій, пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією, корупцією тощо, під час реалізації ОП «Електронний 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

Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми ОП 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/y96sbwg>) та іншими документами системи менеджменту якості НАУ (<https://cutt.ly/696sF8l>).

Послідовність дотримання процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП встановлюється Положенням про освітні програми (<https://cutt.ly/zRQ1UIp>), Методичними рекомендаціями до розроблення та оформлення освітньо-професійних програм (<https://cutt.ly/jRQ1SsA>). 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 систему 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 контролінг за

виконанням 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?

В НАУ відбувається щорічний перегляд ОП або, як виняток, двічі на рік з відповідним обґрунтуванням за результатами моніторингу. Також перегляд і внесення змін до ОП можливий: по завершенню реалізації освітнього компоненту; по завершенню підсумкових атестацій здобувачів ВО; за результатами вступної кампанії; за рішенням Ради з якості університету; після введення в дію нормативних документів університету, які регламентують процеси пов'язані з проектуванням та реалізацією освітніх програм; після введення в дію затверджених стандартів ВО (професійних стандартів) (<https://cutt.ly/zRQ1UIp>). Перегляд ОП можуть ініціювати всі учасники реалізації ОП та стейкхолдери. До ОП вносяться зміни відповідно до рівня інституційної структури внутрішньої системи забезпечення якості 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 опитувань/анкетувань усіх учасників освітнього процесу. Процес перегляду ОП відбувається щорічно на розширеному засіданні кафедри маркетингу за участю стейкхолдерів. Значних змін ОП зазнала у 2021 році з метою відповідності ОПП Стандарту ВО України першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», Положенню про освітні програми НАУ та запитам здобувачів ВО, у 2022 році зміни носили коригувальний характер.

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 <http://surl.li/esdcf>, участі у засіданнях кафедри, студентському самоврядування. Результати моніторингу аналізуються завідувачем кафедрою і гарантом ОП, обговорюються на засіданнях кафедри, що впливає на можливість зміни ОК або викладача. Також відбуваються регулярні зустрічі керівництва Університету, факультету, гарантів ОП 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, входять до складу робочої групи з розроблення ОП, обговорюють ОП 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 ОП та освітнього процесу в Університеті. Здобувачі ВО активно беруть участь в публічному обговоренні ОП на сайті НАУ та факультету, засіданнях Вченої ради університету, факультету, засіданнях кафедри маркетингу під час презентації ОП кафедрою (<http://surl.li/escyj>, <https://cutt.ly/D3qHnFM>).

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

Студентське самоврядування відіграє вагомий роль у здійсненні процедур якості освітнього процесу у НАУ. Зокрема, до складу Вченої ради входять представники аспірантів та керівників органів студентського самоврядування (<https://cutt.ly/uRT39W7>), що надає їм можливість впливати на забезпечення якості ОПП та відстоювати власні інтереси. Членом робочої групи з розробки ОПП «Електронний маркетинг» є здобувач ВО Соколова М.Р. Участь студентського самоврядування у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОП затверджена у Статуті НАУ, що сприяє виявленню слабких та підсиленню сильних сторін ОП та інформує та мотивує здобувачів ВО до участі в опитуваннях та анкетуванні. На рівні університету та кафедри маркетингу регулярно проводиться опитування здобувачів та оцінка рівня внутрішньої системи забезпечення. Індикатори якості враховуються при реалізації ОПП, організації навчання, технологічності навчального процесу, досягненні 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 пропозиції 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. Регулярно проводяться засідання Ради роботодавців факультету економіки та бізнес-адміністрування (<https://cutt.ly/z96hmSf>, <http://surl.li/evizf>). 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

Збирання та врахування інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП здійснюється централізовано та структурними підрозділами (факультет, кафедра). Практикується збір, аналіз та розгляд інформації у вигляді досьє випускників і баз даних, а також моніторинг їхніх професійних досягнень, 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 залучення роботодавців та експертів-практиків до освітнього процесу, проведення ярмарок вакансій, зустрічей з роботодавцями. Кафедра маркетингу залучає випускників до викладання гостьових лекцій. 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?

Під час особистих зустрічей зі здобувачами, засідань кафедри та анкетуванні здобувачі ВО було висловлено бажання щодо залучення до освітнього процесу експертів-практиків. Результати анкетування здобувачів щодо здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності обговорюються на засіданнях кафедри, засіданнях НМК, Ради якості факультету та університету, Вченій раді факультету, Вченій раді Університету та враховуються під час перегляду ОПП. На запити здобувачів кафедрою залучено до викладання на постійній основі та у гостьовому форматі експертів-практиків. Найбільшої трансформації ОП зазнала у 2021 році скорегувано ціль освітньої програми, яка повинна демонструвати особливості ОП, відповідати місії та цінностям НАУ, враховувати тенденції розвитку спеціальності, ринку праці, запити роботодавців та враховувати досвід аналогічних вітчизняних та іноземних програм. В ході реалізації ОП виявлено необхідність приділення більшої уваги розширити перелік фахових компетентностей, шляхом додавання скорегованих ФК15-ФК21. Розширено перелік програмних результатів шляхом коригування ПРН19-ПРН25. Також внесено зміни до циклу дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки та обов'язкових компонентів ОП та ін., з метою відповідності ОП Стандарту ВО України першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», Положенню про освітні програми НАУ та запитам здобувачів ВО. У 2022 зміни внесені до ОП носили коригувальний характер.

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?

Акредитація ОПП «Електронний маркетинг» проводиться вперше. Зовнішнє забезпечення якості вищої освіти здійснюється відповідно до вимог Національної рамки кваліфікації України, закону «Про вищу освіту». Стандарту ВО України першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг». Результати акредитації освітніх програм другого та третього рівня ВО, що забезпечуються кафедрою маркетингу галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» та інших освітніх програм, що функціонують у НАУ 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?

Академічна спільнота бере участь у забезпеченні якості ОП шляхом обговорення та прийняття рішень на засіданнях Вченої Ради, як 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. Академічна спільнота беруть участь у консультаціях, розробці та перегляді методичних вимог до ОП, обговореннях і рекомендаціях щодо робочих програм, перегляді навчальних курсів, погодженні друку підручників, посібників, методичних рекомендацій та поширенні сучасних підходів в навчальний процес на ОП. Академічна спільнота залучається до співорганізації та виступів на круглих столах, наукових конференціях, опитуваннях. Викладачі з метою підвищення компетенцій та переймання європейського досвіду проходять наукові стажування в університетах ЄС, 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

Відповідно до «Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти НАУ» (<https://cutt.ly/wRYrtNT>) в Університеті 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) 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, проектів, 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 (<http://surl.li/eisxl>); «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/hBl3mG3>), «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>) та інші.

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

Проекти нормативних документів (<https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/proekti/proekti-normativnih-dokumentiv.html>)
Проекти ОПП (<https://nau.edu.ua/ua/menu/quality/proekti/proekti-osvitno-profesijnih-program/proekti-osvitnih-program-2022.html>)

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 університету в розділі "Перелік галузей знань, спеціальностей та освітніх програм підготовки здобувачів вищої освіти" (<http://surl.li/exrgc>) та кафедри маркетингу у вільному доступі (<http://feba.nau.edu.ua/kafedri/kafedra-marketingu/osvitni-prohramy-kafedry-marketynhu>)

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

До сильних сторін ОП можна віднести:

- цілі та зміст ОП «Електронний маркетинг» повністю відповідають «Стратегії розвитку Національного авіаційного університету до 2030 року» та «Концепції інноваційного розвитку університету»;
- ОП відповідає тенденціям розвитку спеціальності та ринку праці;
- ОП «Електронний маркетинг» розроблено у відповідності до основного напрямку розвитку вищих закладів освіти України з акцентом на студентоцентризований підхід та надання свободи вибору індивідуальної траєкторії навчання з метою реалізації власних потреб і можливостей здобувачів ВО;
- головною перевагою ОП «Електронний маркетинг» є його інноваційний характер щодо отримання здобувачами ВО фундаментальних знань та практичних навичок з ефективного управління маркетинговою діяльністю в умовах цифровізації галузей економіки, а також впровадження інформаційних складових маркетингу в авіаційну галузь;
- постійний зв'язок і співпраця з роботодавцями та стейкхолдерами, а саме залучення експертів до розробки та перегляду ОП, отримання рекомендацій щодо складання каталогу вибіркових дисциплін, запрошення практиків до лекцій та проведення конференцій, круглих столів тощо;
- 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;
- сформована чітка та зрозуміла політика, стандарти щодо дотримання академічної доброчесності, внутрішня система забезпечення якості освіти, що сприяє постійному розвитку та вдосконаленню ОП;
- наявність можливості використання результатів наукових досліджень здобувачів ВО у різноманітних наукових виданнях та безпосередньо у наукових виданнях Університету;
- використання достатньої матеріально-технічної бази, що надає можливість здобувачам ВО використання Інтернет-ресурсів, міжнародних баз даних, електронних бібліотек на безоплатній основі.

Слабкими сторонами ОП є:

- відсутність практики Perezарухування результатів навчання, отриманих здобувачами вищої освіти у форматі

неформальної освіти, при наявності відповідної процедури в Університеті та досвіду кафедри маркетингу;
- саме на цій ОП не набула поширення практика академічної мобільності здобувачів ВО, хоча досвід на кафедрі маркетингу НАУ активно поширений;
- необхідність фінансової підтримки для розвитку матеріально-технічної бази кафедри з метою оновлення і пристосування її до сучасних вимог інформаційного ринку;
- обмежена можливість щодо залучення іноземних фахівців до навчального процесу та стажування здобувачів ВО у закордонних закладах вищої освіти.

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

- подальше удосконалення ОП «Електронний маркетинг», розширення переліку дисциплін вільного вибору здобувачами ВО з урахуванням сучасних тенденцій розвитку цифрового маркетингу та запитів роботодавців;
- створення сприятливих умов та можливостей для покращення кадрового потенціалу кафедри шляхом захисту дисертаційних робіт, проходження міжнародних стажувань, отримання сертифікатів, грантів та участі у міжнародних наукових проектах;
- активізація науково-дослідної роботи кафедри в сфері електронного маркетингу та залучення до досліджень здобувачів ВО;
- оновлення та модернізація матеріально-технічної бази кафедри, обладнання навчальних лабораторій з метою впровадження сучасних пакетів прикладних програм в навчальний процес;
- залучення викладачів іноземних ЗВО та фахівців з цифрового маркетингу до навчання з метою удосконалення реалізації ОП;
- налагодження зв'язків з профільними компаніями, що здійснюють свою діяльність на електронному ринку, та заключення договорів з ними щодо проведення всіх видів практик та отримання можливостей подальшого працевлаштування випускників за фахом.

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: 24.02.2023 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
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
Холістичний маркетинг	курсорова 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
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
Інтернет-маркетинг	навчальна дисципліна	<i>2.1.22_RP_Internet_marketing.pdf</i>	psTZvAAHvi1CvQzbYfydBzdD5pgCwKa8V1S87YKBNеM=	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. Gennue Intel® CPU G2160@1.80GHz – 1 шт. Мультимедійне обладнання (мультимедійний проектор LCD Epson EMP-X5) – 1 шт. Екран – 1

				<p>ит. Програмне забезпечення: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, Google Chrome (і інші браузери з інших сімейств), Notepad++ (або інший редактор кода), XAMPP, Віртуальний хостинг, Wordpress, Figma, Canva, Serpstat, Google Ads, Google Analytics, Google Trends, Google Search Console, Facebook Ads, Sendpulse.</p> <p>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 Chrome (і інші браузери з інших сімейств), Notepad++ (або інший редактор кода), XAMPP, Віртуальний хостинг, Wordpress, Figma, Canva, Serpstat, Google Ads, Google Analytics, Google Trends, Google Search Console, Facebook Ads, Sendpulse.) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу.</p>
Аутсортинг на електронному ринку	навчальна дисципліна	2.1.23_RP_Autsorsing_na_electron_rink_u.pdf	fUzXSgtyYN2xv8uoMkyBx37OOZ2NFigzhgnHTxQpLhc=	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
Маркетингові дослідження в Інтернеті	навчальна дисципліна	2.1.24_RP_Mark_doslidj_v_Interneti.pdf	pOSt5b/Sllouq1jVaBmRiBvoQXSZY4SdW/eommQPyRA=	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
Маркетингові дослідження в Інтернеті	курсова робота (проект)	2.1.24_MR_KR_Mark_doslidj_v_Interneti.pdf	HRjAKbtiYoBEkJFOcHZRlhUNXGGsHqfrG1SL+zXqMok=	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 Google GSuite for Education (Google

				<i>Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу.</i>
Основи управління якістю товарів	навчальна дисципліна	<i>2.1.25_RP_Osnovi_y pravlinny_yakistu_t ovariv.pdf</i>	dvRLtpRb8oVstGzf35rOF63awtjazqJMEIPLADI+frU=	<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>
Основи розробки та просування сайту	навчальна дисципліна	<i>2.1.26_RP_Osnovi_r ozrob_ta_prosyv_sauty.PDF</i>	OmDrubqkgYdv/Q5MPLAyPmIqt119oqiIy cR1HDbeDa4=	<i>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. Gennue 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, Google Chrome (і інші браузери з інших сімейств), Notepad++ (або інший редактор кода), XAMPP, Віртуальний хостинг, Wordpress, Figma, Canva, Serpstat, Google Ads, Google Analytics, Google Trands, Google Search Console, Facebook Ads, Sendpulse. 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 Chrome (і інші браузери з інших сімейств), Notepad++ (або інший редактор кода), XAMPP, Віртуальний хостинг, Wordpress, Figma, Canva, Serpstat, Google Ads, Google Analytics, Google Trands, Google Search Console, Facebook Ads, Sendpulse.) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу.</i>
Маркетинг програмного продукту	курслова робота (проект)	<i>2.1.27_MR_KR_Mark_progr_prodykty.pdf</i>	GrxvFw7fduoHe58u pnfLE92OH4uOxAB74MLQIoi7d9M=	<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</i>

				дистанційного навчання Googl GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Логістика та управління ланцюгами постачань	навчальна дисципліна	2.1.19_RP_Logist_ta_upravl_lants_postach.pdf	hyRdnIq+cf8CQT8REZ287hQMCL3C4od594en7RfirZc=	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 програмного продукту	навчальна дисципліна	2.1.27_MR_KR_Mark_progr_prodykty.pdf	GrxvFw7fduoHe58upnfLE92OH4uOxAB74MLQ1oi7d9M=	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, Google Chrome (і інші браузери з інших сімейств), Notepad++ (або інший редактор кода), XAMPP, Віртуальний хостинг, Wordpress, Figma, Canva, Serpstat, Google Ads, Google Analytics, Google Trands, Google Search Console, Facebook Ads, Sendpulse. 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 Chrome (і інші браузери з інших сімейств), Notepad++ (або інший редактор кода), XAMPP, Віртуальний хостинг, Wordpress, Figma, Canva, Serpstat, Google Ads, Google Analytics, Google Trands, Google Search Console, Facebook Ads, Sendpulse.) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу.
Комунікації в Інтернеті	навчальна дисципліна	2.1.29_RP_Komunikacii_v_Interneti.pdf	TnfxUSMBhH3XTdxrOLtziABZgwkyU7JHbsUb6N943mQ=	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
Комунікації в Інтернеті	курсова робота (проект)	<i>2.1.29_MR_KR_Ko munikacii_v_Intern eti.pdf</i>	OJLcqj37RTzB8aK8 G18Sl5n2Dtv1oTHTE sJxfkN9cew=	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
Послуги на електронному ринку	навчальна дисципліна	<i>2.1.30_RP_Poslygi_ na_elektr_rinky.pdf</i>	CsOjztYDkVWRCdyk RCu3QKRN7+2suBe qWr27C87uNwk=	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 в діджитал середовищі	навчальна дисципліна	<i>2.1.31_RP_Brending _v_digital.pdf</i>	1ot4KN2/roOJL5UMI S9NpxWmxlK69WS9 yYZBkP4Ne1g=	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
Лояльність клієнтів авіакомпаній	навчальна дисципліна	<i>2.1.32_RP_loyalnist _kliyentiv_AK.pdf</i>	Sv6BFkzWKj+51nxD yjn4noYjQqXWi8Zx XWvmwYYxHV4=	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

Управління Інтернет-проектами	навчальна дисципліна	2.1.33_RP_Ypravl_Internet_proektom.PDF	wB6cJlh+312qtcFYh aaJXfedIhyk5SkF2X 2AccR8S+U=	<p>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. Gennue Intel® CPU G2160@1.80GHz – 1 шт.</p> <p>Мультимедійне обладнання (мультимедійний проектор LCD Epson EMP-X5) – 1 шт. Екран – 1 шт. Програмне забезпечення: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, Google Chrome (і інші браузерери з інших сімейств), Notepad++ (або інший редактор кода), Wordpress, Canva, Serpstat, Google Ads, Google Analytics, Google Trands, Google Search Console, Facebook Ads, Jira, Xmind.</p> <p>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 Chrome (і інші браузерери з інших сімейств), Notepad++ (або інший редактор кода), XAMPP, Віртуальний хостинг, Wordpress, Figma, Canva, Serpstat, Google Ads, Google Analytics, Google Trands, Google Search Console, Facebook Ads, Jira, Xmind.) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу.</p>
Фаховий тренінг з маркетингу	практика	2.2.1.1_RP_Fax_training_z_elektr_marketa.pdf	MZZ4+xyHFZI6+4Q QkbGqIHK4kBPgwc CDFoOJc3bV3Ys=	<p>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</p>
Маркетингово-дослідницька практика	практика	2.2.2.1_RP_Market_Doslid_praktica.pdf	1VVAahfKYp462Qlga QyUzkAjPTd37wSE9 gypNkVPP0I=	<p>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</p>
Переддипломна практика	практика	2.2.2.2_RP_Pereddiplom_praktica.pdf	iRQLGSdpgLngsoxXdkNt6uml7u6TGREv 3PXbgJWtBNM=	<p>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</p>

				платформі дистанційного навчання <i>Googl GSuite for Education</i>
Кваліфікаційна робота	підсумкова атестація	<i>2.3.1. Metod_rek_d o_vik_DR.pdf</i>	1WytN3SCbtmg1Y/SDE4oaHmQnp28z9Pan3jDMEkz2CQ=	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</i>
Управління споживчим досвідом (customer experience)	навчальна дисципліна	<i>2.1.28_RP_Ypravlini a_customer_experience.pdf</i>	P3DyvoAVtJWzweUsS/9F55OpnWWQ8kq1jVKmzootsTE=	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</i> (<i>Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics</i>) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Міжнародний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>2.1.18_RP_Mijn_marketing.pdf</i>	8fcxsxoy6HXnBSHlSYCyKRyMbKXbVykKYtq4fHUbQok=	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</i> (<i>Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics</i>) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Маркетинг інновацій	навчальна дисципліна	<i>2.1.17_RP_Market_innovat.pdf</i>	h7cXhdylMfe9wBa19o7TOuj8hRSl4vNLWala1dgpKAw=	Передбачено (опційно) запрошення здобувачів на платформу <i>Genesis</i> для проходження курсу «Створення та розвиток IT-продуктів» у форматі онлайн-симулятора. Під час опанування курсу, для отримання сертифікату, здобувачі використовують: <i>Google Play, App Store, інструменти SimilarWeb, Sensortower, AppMagic, Google Trends</i> . Завдання за моделлю <i>Lean Canvas</i> за допомогою інструменту будь-якого – <i>PowerPoint, Excel, Word, Google Slides, Google Sheets, Google Doc, Figma, Miro, North Start метрика</i> . Використання інтерактивних дошок: <i>Jamboard</i> (віддаємо перевагу), <i>Padlet, Explain Everything, Figma Jam</i> . Онлайн зустрічі у <i>Google Meet</i> . Робота у підгрупах у просторі <i>Spaces</i> (чат-кімнати), цей

				функціонал доданий у корпоративних облікових записах здобувачів НАУ на платформі Google GSuite for Education
Маркетинг промислового підприємства	курсова робота (проект)	2.1.16_MR_KR_Market_prom_pidpr.pdf	kD55D2zYw49bAWL tV0ox24433NlpYhF7 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 Google GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Google Analytics) та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Історія української державності та культури	навчальна дисципліна	1.1_RP_Istoriya_ukr_derj_ta_kyult.pdf	TLXEPbIW/KhZlpA G759lFqok06M1Kt77 8J9BQViXt7E=	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
Господарське право	навчальна дисципліна	1.2_RP_Gospod_pra vo.pdf	y9YXEvhH/H5Ee7gz3 OB3Ry6Iul4sgL54gx ENmX9xLvA=	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
Ділова українська мова	навчальна дисципліна	1.3_RP_Dilova_ukr _mova.pdf	51H/lSkGKoDZXN3h RTU1PeM99RFUV+ /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 Suite GoogleClassroom та роботою з матеріалами електронного навчального курсу
Фахова іноземна мова	навчальна дисципліна	1.4_RP_Faxova_in_ mova.pdf	hAn5chKcGJV19l6KZ qCJZ2doTFYgxcuon1 GollDGLBE=	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
Філософія	навчальна дисципліна	1.5_RP_Filosofiya.p df	DJIsYAvfb8hDbAUM Nu5SYUbNug5NB6y ULkvz8IQBDj8=	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
Фізичне виховання та самовдосконалення	навчальна дисципліна	1.6_RP_Fiz_vixov_t a_samovdosk.pdf	dhCUVBvcfuUXvFq1y14ZS5h5y9FEiNbGSyGM78MjCGg=	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_ st atistica.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	oUDolWmPtfDfV2eA gYl8yRdq8G9qIdGj yzMBV4THNQ=	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. Genuie 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	RWVnnVsSuGkFdORotixWEbfE4baiHb	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран

			HA7bvA9PDG9To=	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-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	uzYsgX7WSIum+efkbFyh+LBMe+IALaeTUAFHMLe/ZNg=	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_dayaln_syb_gospodar.pdf	Ly5nC8cNAOyNLB1DATw2+tXHPxSNUaBQVWQx94ovXfU=	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	9G3a+CluMy3SGYpnDmudFeeVbqM1BXI n1bjocHWEkoo=	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	курсозна робота (проект)	2.1.9_MR_KR_Marketing.pdf	22YfVFLZycb1vAWZJuXnFn0N5YBKzePw8LnCIKc5bY=	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
Облік і оподаткування	навчальна дисципліна	2.1.10_RP_Oblik_i_opodatk.pdf	dSyb+xcKKwWwDkk1A3b8e8sqmX8H8WNoYbdfR/NLNRa=	Програма автоматизації бухгалтерського обліку «1С: Бухгалтерія», Програма звітності до державних органів та обміну електронними документами з контрагентами М.Е.Дос
Основи маркетингу на транспорті	навчальна дисципліна	2.1.11_RP_Osnovi_mark_na_trans.pdf	zrEq2CmA8gYxW3LIZZUnr9wJN5UXCxLoHFK8rQzFVIY=	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	2.1.12_RP_Biznes_plan_ta_budjet.pdf	DUIYJkz75clPOJkwuPv44/RrSfTXBRnKuLP/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	2.1.13_RP_Mijn_rinki_i_svitovaya_torgivlya.p	gVu/6c8nUbDTc829oFKYDchokGTxzu7u	Мультимедійний комплекс (ноутбук, проектор, екран

		<i>df</i>	mbLvViYIN+k=	<i>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>
Маркетингове ціноутворення	навчальна дисципліна	<i>2.1.14_RP_Market_t sinoytv.pdf</i>	FufvE6ShQtsPiaO2lqbwHUYr7kZBxNfsYEF/ZrFhBI4=	<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>
Маркетинг розподілу	навчальна дисципліна	<i>2.1.15_RP_Market_r ozpod.pdf</i>	w6oOKR88r794723le4FuMSowRsURxv4XNpRwvvh8t5kA=	<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>
Маркетинг промислового підприємства	навчальна дисципліна	<i>2.1.16_RP_Market_prom_pidpr.pdf</i>	VW6Iw6eoDS4LSwQH3dosh5/pUKcve7STivC6MNRViMQ=	<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>

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

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

--	--	--	--	--	--	--

ID викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування
91228	Ярмолюк Олексій Ярославович	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом магістра, Національний авіаційний університет, рік закінчення: 2004, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 004151, виданий 19.01.2012, Атестат доцента 12/ДЦ 039861, виданий 23.09.2014	17	Управління Інтернет-проектами	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 18 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам Гарант освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Електронний Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.1</p> <p>1. Ярмолюк О.Я., Сабірова І.М. Використання SCRUM методології в маркетинговій діяльності підприємств. Електронне науково-практичне фахове видання «Інфраструктура ринку», 2017. Вип. 7/2017. http:// www. market- infr. od. ua/ uk/ 7- 2017 (фахове видання кат. Б)</p> <p>2. 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. 2022. Вип. 2(125). URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua (фахове видання кат. Б)</p> <p>3. 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</p>

«Економічні науки». Херсон.: ХДУ, 2022. Вип. 46. Режим доступу до видання: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej> (фахове видання кат. Б)

4. Ярмолюк О.Я., Фісун Ю.В., Шаповалова А.А Соціальні мережі як сучасний інструмент просування Стаття Підприємство та інновації. Науковий журнал з питань економіки та бізнесу. 2020. №11. Частина 2. С. 62-66. (фахове видання кат. Б)

5. 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. 31/2019. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/31-2019> (фахове видання кат. Б)

6. 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)

7. Ярмолюк О.Я., Клівода Д.С. Використання інструментів електронного маркетингу в маркетингу територій. Електронне науково-практичне фахове видання «Інфраструктура ринку», 2018,- Вип. 15/2018. <http://www.market-infr.od.ua/uk/15-2018> У фаховому виданні. (фахове видання кат. Б)

П.п.8

1. Науковий керівник 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/2614/2018/1
2. Участь у міжнародному тренінгу 21.10.2019-09.11.2019 в рамках угоди №39-2019/UA-VP від 09.11.2019 між «Senior experten service, GmbH» (Німеччина) та Національним авіаційним університетом. Тема: Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері маркетингового менеджменту».
3. Євролайф Україна, концерн Eurolife Group (Австрія), холдинг Metlife, концерн Grawe Навчання для менеджерів за системою MBA з теми «Управління особистими фанансами відповідно до вимог міжнародних стандартів IAIS та ISO». Сертифікат EUROLIFE Ukraine
4. Genesis з ГО «Освітня фундація продуктового IT» Product IT Foundation for Eductaion у співпраці із МОН навчання для викладачів та координаторів курсу «Створення та розвиток IT-продуктів» 25-29 липня 2022, online, Київ. Сертифікат
5. Вебінар для педагогічних працівників "Цифрові інструменти Google для освіти", який відбувся 22 серпня 2022 року. Сертифікат №GDTfE-Vnn-02736 п.п.12
1.Ярмолюк О.Я. Комплексний підхід в сучасному

електронному маркетингу. Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України: наук.-практ. конф., 10 грудня 2015 р.: тези доп. К., 2015. С. 16.

2. Ярмолюк О.Я., Вестова А.В. Відмінності промислового маркетингу від споживчого. Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України: матеріали 1-66 V Всеукраїнської науково-практичної конференції (М. Київ, 8 грудня 2016 р.). Київ : Національний авіаційний університет, 2016. С.21- 24.

3. Ярмолюк О.Я., Фісун Ю.В. Особливості маркетингових досліджень в маркетингу територій International Scientific-Practical Conference Innovation Management in Marketing: Modern Trends and Strategic Imperatives: Conference Proceedings, April 12-13th, 2018. Poznan, Poland.

4. Ярмолюк О.Я., Смерічевський С.Ф. Штучний інтелект в електронному маркетингу. III Міжнародна науково-практичної конференції «Маркетинг і цифрові технології», присвяченої 100-річчю заснування Одеського національного політехнічного університету, Одеса 25-26 травня 2018 р. С. 67-68.

5. Ярмолюк О.Я., Гудіменко В.К. Україна в контексті цифровізації валют Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності» 27 травня 2021 р. п.п. 19

1. Консультуючий інтернет-маркетолог ПП та ТОВ «Яструб-Тур», ТОВ «Промосфера», ТОВ

						«Талісман-Тур», ТОВ «Центр навчання підводного плавання».	
374550	Салькова Ірина Юрївна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес- адмініструванн я	Диплом спеціаліста, Вінницький торгівельно- економічний інститут Київського національного торгівельно- 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	15	Основи управління якістю товарів	<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 1. Ulko Ye., Kucher A., Salkova I., Priamukhina N. Management of soil fertility based on innovative approaches to evaluation of arable land: case of Ukraine. Journal of Environmental Management and Tourism. 2018. Vol. IX. No. 7(31). Pp. 1559–1569. (Scopus) 2. Hryvkivska O., Kotvytska N., Ivanova N., Pryimak N., Salkova I. Economic Security Formation of Enterprise Under the Conditions of Steady Development. European Journal of Sustainable Development. 2021. 10 (1) Pp 561-570 (Web of Science&Scopus) https://doi.org/10.14207/ejsd.2021.v10n1p561 3. Прямухіна Н.В., Салькова І.Ю. Стан ринку яєць в Україні</p>

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. Салькова І.Ю. Тарасович Л.В. Рефлексивні засади маркетинг-менеджменту персоналу підприємств за умов екологізації сільськогосподарського виробництва Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 6. 199-203.
7. 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.
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](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

						<p>продукцію підприємств олійно-жирового підкомплексу. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2018. № 10(3). С. 27-30.</p> <p>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.</p> <p>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. 160-163.</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. Slobodianyk, A., Mohylevska, O., Salkova, I. (2022). Techniques for analyzing commercial activity and pricing strategy in Ukrainian processing firms. Proceedings of the International Scientific Conference "Global Challenges and Sustainable Development of Economics and Business", pp. 23-24. Batumi, Georgia. ISBN – 978-9941-488-62-7 П.п. 19</p> <p>Член польського економічного товариства</p>	
91228	Ярмолук Олексій Ярославович	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом магістра, Національний авіаційний університет, рік закінчення: 2004, спеціальність: 050108 Маркетинг,	17	Основи розробки та просування сайту	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 18 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам

Диплом
кандидата наук
ДК 004151,
виданий
19.01.2012,
Атестат
доцента 12ДЦ
039861,
виданий
23.09.2014

Гарант освітньо-
професійної програми
першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти
«Електронний
Маркетинг» за
спеціальністю 075
«Маркетинг» галузі
знань 07 «Управління
та адміністрування»

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

1. Ярмолюк О.Я.,
Клівода Д.С.
Використання
інструментів
електронного
маркетингу в
маркетингу територій.
Електронне науково-
практичне фахове
видання
«Інфраструктура
ринку», 2018,- Вип.
15/2018. <http://www.market-infr.od.ua/uk/15-2018>
У фаховому виданні.
(фахове видання кат.
Б)

2. 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. 2022. Вип.
2(125). URL:
<http://www.econom.stateandregions.zp.ua>
(фахове видання кат.
Б)

3. 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)

4. Ярмолюк О.Я.,
Фісун Ю.В.,
Шаповалова А.А.
Соціальні мережі як
сучасний інструмент
просування Стаття
Підприємство та
інновації. Науковий
журнал з питань

економіки та бізнесу. 2020. №11. Частина 2. С. 62-66. (фахове видання кат. Б)

5. Ярмолук 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://ejournal.kspu.edu/index.php/ej> (фахове видання кат. Б)

6. Борисенко О.С., Ярмолук 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)

7. Ярмолук О.Я., Сабірова І.М. Використання SCRUM методології в маркетинговій діяльності підприємств. Електронне науково-практичне фахове видання «Інфраструктура ринку», 2017. Вип. 7/2017. [http:// www. market-infr.od.ua/uk/7-2017](http://www.market-infr.od.ua/uk/7-2017) (фахове видання кат. Б)

П.п.8

1. Науковий керівник 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/2614/2018/1

2. Участь у міжнародному тренінгу 21.10.2019-09.11.2019 в рамках угоди №39-2019/UA-VP від 09.11.2019 між «Senior experten service, GmbH» (Німеччина) та Національним авіаційним університетом. Тема: Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері маркетингового менеджменту».

3. Євролайф Україна, концерн Eurolife Group (Австрія), холдинг Metlife, концерн Grawe Навчання для менеджерів за системою MBA з теми «Управління особистими фанансами відповідно до вимог міжнародних стандартів IAIS та ISO». Сертифікат EUROLIFE Ukraine

4. Вебінар для педагогічних працівників "Цифрові інструменти Google для освіти", який відбувся 22 серпня 2022 року. Сертифікат №GDTfE-Vnn-02736 п.п.12

1.Ярмолюк О.Я. Комплексний підхід в сучасному електронному маркетингу. Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України: наук.-практ. конф., 10 грудня 2015 р.: тези доп. К., 2015. С. 16.

2. Ярмолюк О.Я., Вестова А.В. Відмінності промислового маркетингу від споживчого. Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України: матеріали 1-66 V Всеукраїнської науково-практичної конференції (М. Київ, 8 грудня 2016 р.). Київ : Національний авіаційний університет, 2016. С.21- 24.

3. Ярмолюк О.Я., Фісун Ю.В. Особливості

						<p>маркетингових досліджень в маркетингу територій International Scientific-Practical Conference Innovation Management in Marketing: Modern Trends and Strategic Imperatives: Conference Proceedings, April 12-13th, 2018. Poznan, Poland.</p> <p>4. Ярмолук О.Я., Смерічевський С.Ф. Штучний інтелект в електронному маркетингу. III Міжнародна науково-практичної конференції «Маркетинг і цифрові технології», присвяченої 100-річчю заснування Одеського національного політехнічного університету, Одеса 25-26 травня 2018 р. С. 67-68.</p> <p>5. Ярмолук О.Я. Гудіменко В.К. Україна в контексті цифровізації валют Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності» 27 травня 2021 р. п.п. 19</p> <p>1. Консультуючий інтернет-маркетолог ІП та ТОВ «Яструб-Тур», ТОВ «Промосфера», ТОВ «Талісман-Тур», ТОВ «Центр навчання підводного плавання».</p>	
91228	Ярмолук Олексій Ярославович	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом магістра, Національний авіаційний університет, рік закінчення: 2004, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 004151, виданий 19.01.2012, Аттестат доцента 12/ДЦ 039861, виданий 23.09.2014</p>	17	Маркетинг програмного продукту	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 18 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам Гарант освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Електронний Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p>

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](http://www.market-infr.od.ua/uk/66-2022)
(фахове видання кат.
Б)

2. 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.e
du/index.php/ej](http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej)
(фахове видання кат.
Б)

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. 2022. Вип.
2(125). URL:
[http://www.econom.sta
teandregions.zp.ua](http://www.econom.sta
teandregions.zp.ua)
(фахове видання кат.
Б)

2. Ярмолюк О.Я.,
Фісун Ю.В.,
Шаповалова А.А
Соціальні мережі як
сучасний інструмент
просування Стаття
Підприємство та
інновації. Науковий
журнал з питань
економіки та бізнесу.
2020. №11. Частина 2.
С. 62-66. (фахове
видання кат. Б)

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. 31/2019. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/31-2019> (фахове видання кат. Б)

4. Ярмолюк О.Я., Клівода Д.С. Використання інструментів електронного маркетингу в маркетингу територій. Електронне науково-практичне фахове видання «Інфраструктура ринку», 2018. Вип. 15/2018. <http://www.market-infr.od.ua/uk/15-2018> У фаховому виданні. (фахове видання кат. Б)

5. Ярмолюк О.Я., Сабірова І.М. Використання SCRUM методології в маркетинговій діяльності підприємств. Електронне науково-практичне фахове видання «Інфраструктура ринку», 2017. Вип. 7/2017. <http://www.market-infr.od.ua/uk/7-2017> (фахове видання кат. Б)

П.п.8

1. Науковий керівник 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/2614/2018/1

2. Участь у міжнародному тренінгу 21.10.2019-09.11.2019 в рамках угоди №39-2019/UA-VP від 09.11.2019 між «Senior experten service, GmbH» (Німеччина) та Національним авіаційним

університетом. Тема: Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері маркетингового менеджменту».

3. Євролайф Україна, концерн Eurolife Group (Австрія), холдинг Metlife, концерн Grawe Навчання для менеджерів за системою MBA з теми «Управління особистими фінансами відповідно до вимог міжнародних стандартів IAIS та ISO». Сертифікат EUROLIFE Ukraine

4. Genesis з ГО «Освітня фундація продуктового IT» Product IT Foundation for Education у співпраці із МОН навчання для координаторів курсу «Створення та розвиток IT-продуктів» 25-29 липня 2022, online, Київ. Сертифікат

5. Вебінар для педагогічних працівників "Цифрові інструменти Google для освіти", який відбувся 22 серпня 2022 року. Сертифікат №GDTfE-Vnn-02736 п.п.12

1. Ярмолюк О.Я. Комплексний підхід в сучасному електронному маркетингу. Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України: наук.-практ. конф., 10 грудня 2015 р.: тези доп. К., 2015. С. 16.

2. Ярмолюк О.Я., Вестова А.В. Відмінності промислового маркетингу від споживчого. Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України: матеріали 1-66 V Всеукраїнської науково-практичної конференції (М. Київ, 8 грудня 2016 р.). Київ : Національний авіаційний університет, 2016. С.21- 24.

3. Ярмолюк О.Я., Фісун Ю.В. Особливості маркетингових досліджень в

						<p>маркетингу територій International Scientific-Practical Conference Innovation Management in Marketing: Modern Trends and Strategic Imperatives: Conference Proceedings, April 12-13th, 2018. Poznan, Poland.</p> <p>4. Ярмолук О.Я., Смерічевський С.Ф. Штучний інтелект в електронному маркетингу. III Міжнародна науково-практичної конференції «Маркетинг і цифрові технології», присвяченої 100-річчю заснування Одеського національного політехнічного університету, Одеса 25-26 травня 2018 р. С. 67-68.</p> <p>5. Ярмолук О.Я. Гудіменко В.К. Україна в контексті цифровізації валют Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності» 27 травня 2021 р. п.п. 19</p> <p>1. Консультуючий інтернет-маркетолог ПП та ТОВ «Яструб-Тур», ТОВ «Промосфера», ТОВ «Галісман-Тур», ТОВ «Центр навчання підводного плавання».</p>	
30108	Радченко Ганна Анатоліївна	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 000111, виданий 10.11.2011, Атестат доцента 12/ДЦ 037110, виданий 17.01.2014</p>	17	Управління споживчим досвідом (customer experience)	<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») Член Громадської організації «Об'єднання маркетологів України» посвідчення № 0179 дійсне до 31.12.2025 р Член Польського Економічного Товариства</p>

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

1. 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)
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. (Scopus)
3. 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)
4. 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)
5. 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/10.30525/2256-0742/2021-7-5-268-276> (Web of Science)

6. Радченко Г.А., Казанська О.О., Хороших В.В. Маркетингова інформаційна система в умовах сучасних екосистем споживання. Інфраструктура ринку: Електронний науково-практичний журнал. Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, Одеса. 2021. Вип. 55. С.174-182.

7. 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. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-7\(9\)-158-168](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-7(9)-158-168)

8. Радченко Г.А., Саїдова Г.О. Контент-маркетинг як дієва складова просування бізнесу Проблеми системного підходу: зб. наук. Праць. Випуск 2 (70) / 2019 (Част. 1). К. НАУ, 2019. С. 144-149. Фахове видання (категорія Б) DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-2-46>

9. 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>

10. Радченко Г. А., Тесля О. В. Тенденції розвитку ринку труб України. Modern Economics. 2019. № 18(2019). С. 152-157. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V18\(2019\)-23](https://doi.org/10.31521/modecon.V18(2019)-23).

11. Радченко Г.А.

Сібрук В.Л. Кутліна І.Ю. Формування підходів до управління маркетингом територій на засадах теорії обмежень систем. Проблеми системного підходу: зб. наук. праць. Випуск № 4 (72)/2019 (Частина 2). К. НАУ, 2019. С. 193-199 DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-59>

12. Радченко Г.А., Томчук А.С. Особливості та маркетингові тенденції розвитку пивоварної галузі України. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр. Випуск 6(68)/2018. С. 166-173. 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. С.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, Wrocław 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 інші. 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. Радченко Г.А., Котовська Н.В. Управління клієнтським досвідом як вагова складова сфери гостинності. Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: Матеріали XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції

здобувачів вищої освіти і молодих вчених 27 вересня 2022 р. – Укл.: Омельченко В.Я., Балабаниць А.В., Стойка А.В. Мацука В.М., Рібейро Рамос О.О., Горюнова К.А. та інш.; За заг. редакцією д.е.н., професора – Балабаниць А.В., Київ: МДУ, 2022. С. 59-60

2. Марчук В., Радченко Г. «Агропортал МХП» як незамінний інструмент покращення Customer Experience B2B-клієнтів аграрної сфери Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи: матеріали XIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 27-28 жовтня 2022 р.: Дніпро : ДДАЕУ, 2022. С. 301-304

3. Соболева А., Радченко Г. Цифрова концепція як трансформаційний розвиток авіаційної галузі. Proceeding of The Tenth World Congress “Aviation In The Xxi-St Century - Safety in aviation and space technology”. 28-30.09.2022. м. Київ. Національний авіаційний університет. С. 5.42-5.45. URL: <https://conference.nau.edu.ua/index.php/Congress/Congress2022/paper/viewFile/8862/7294>

4. 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

5. 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.

6. 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.

7. 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.

8. Корх Н.Ю., Радченко Г.А. Інтернет просування бізнес-початківця з мінімальним бюджетом. Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності : тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27 травня 2021 р.). Київ : НАУ, 2021. С. 13-15.

9. 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.

10. 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.

11. 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

12. 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

13. 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

14. 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

15. 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

16. Радченко Г.А., Федоренко О.О. Особливості інвестиційної та маркетингової діяльності при просуванні стартапів. XII Всеукраїнська конференція «B2B МАРКЕТИНГ» (м. Київ, 2018 р. КПІ ім. Ігоря Сікорського. 124 с. С.112-113

17. 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-vyklyku-hlobalnoho-marketynhu> С. 9-11. п.п.14

1. Керівництво командою у творчому 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.

2. Міжнародний рекламний конкурс креатив-батл «Рекламний полігон» осінь 2020 (Київ) – 2 місце.

3. Керівництво студенткою (Кириленко А.) для участі у V Всеукраїнському

						студентському фестивалі соціальної реклами «Призма». 2017 р. Номінація «Радіореклама». Диплом II ступеня. 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). 5. Керівництво командою у 17-й Український студентський фестиваль реклами, м. Київ, 17.11.2022, 2-е місце в партнерській номінації «Україна працює!» Тема №1 – «Працюй легально – підтримай країну!», 3-е місце у номінації «Друкована реклама» 6. Керівництво командою VI Всеукраїнський конкурс студентських проєктів «Від ідеї до успіху» - Диплом II ступеня. Київ, листопад 2022
69713	Петропавловська Світлана Євгенівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом кандидата наук ЕК 028066, виданий 29.03.1989, Атестат доцента ДЦ 007938, виданий 19.06.2003	23	Комунікації в Інтернеті 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., 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. 2. 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.

3. Petropavlovska 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.

4. 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).

5. 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.

6. 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.

7. Петропавловська
С.Є., Радченко О.А.
Стратегія
позиціонування
бренду. [Електронний
ресурс] //
Інфраструктура
ринку. 2017. №7.
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., 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. Poznan, Poland. 2018. С.246-248.

2. 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.

3. 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.

4. Petropavlovska S.Y., Beznitska D.O. THE RELEVANCE OF MARKETING IN THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY IN UKRAINE. I International Scientific and Practical Conference "Economic Development and Business Administration: Scientific Currents and Solutions": матеріали

						<p>міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 22 жовт. 2020 р. Київ, 2020.</p> <p>5.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.</p> <p>6. 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.</p> <p>7. 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.</p> <p>П.п.19 Член Української Асоціації Мркетингу з 2020 року</p>	
402534	Слободяник Анна Миколаївна	Доцент (0,5 ставки), Сумісництво	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом магістра, Білоцерківський національний аграрний університет, рік закінчення: 2009, спеціальність: 050107 Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 024082, виданий 23.09.2014, Атестат доцента АД 007922, виданий 29.06.2021</p>	6	Послуги на електронному ринку	<p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.1</p> <p>1. Abuselidze G., Slobodianyk A. Investment of the Financial Instruments and their Influence on the Exchange Stock Market Development. 20th International Scientific Conference Economic Science for Rural Development Conference Proceeding. URL: http://www.esaf.llu.lv/sites/esaf/files/files/lapas/Latvia_ESRD_52_2019.pdf(WoS)</p> <p>2. Abuselidze G., Slobodianyk A. Analysis and Control of Bankruptcy and Reorganization Processes: Case Studies Using Accounting Data. URL: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2020/24/e3sconf_tpacce2020_09036/e3sconf_tpacce2020_09036.html(Scopus)</p>

)
3. Zaitsev Y.O., Ponomariov O.S., Krasnorutskiy O.O., Slobodiansky A.M., Guley A.I. Analysis of the Modern Monitoring Implementation Methods as the Main Stage of Digitalization of the Agrarian Enterprises. International Journal of Advanced Science and Technology, 2020. № 29(6s). P. 1014 - 1021. URL: <http://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9098>(Scopus)

4. Taran N.V., Krasnorutskyy O.O., Reznik N.P., Slobodiansky A.M., Guley S.A. Analysis of Future of Technologies in the Agricultural Sector. International Journal of Advanced Science and Technology. 2020.№ 29(6s). P. 1022 - 1029. URL: <http://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9099>(Scopus)

5. Abuselidze G., Slobodiansky A. Pandemic Crisis and Its Impact on Small Open Economies: A Case Study of COVID-19. International Scientific Conference Energy Management of Municipal Facilities and Sustainable Energy Technologies EMMFT 2019. Advances in Intelligent Systems and Computing. 2021. vol 1258. https://doi.org/10.1007/978-3-030-57450-5_61. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-030-57450-5_61#citeas (Scopus)

6. Abuselidze G., Reznik N., Slobodiansky A. Prokhorova V. 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)

7. Abuselidze G., Slobodiansky 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)

8. 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)

9. Reznik N., Slobodianyuk A., Blahodatnyi A. 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)

10. 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)

11. 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. Слoбoдяник A.M.,

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.) в Науково-освітньому консорціумі м. Кельце, Республіка Польща. (2021 р.).
2. Virtual Seminar on Market Definition: Methodologies, Challenges and Developments held by the OECD-GVH Regional Centre for Competition 16-17 February 2022.
3. Дистанційний курс «Цифрова грамотність державних службовців 1.0. на базі інструментів Google», 19.02.2022
4. Міжнародне стажування за темою «DigitalMarketing» (150 год.) в

AkademiaWSB (Вища школа бізнесу) м. Дамброва-Гурнічей, Республіка Польща (2022 р.);

п.п.12

1. 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)

2. Slobodianyuk A., Mohylevska O. Peculiarities Of Speculative Operations On The Capital Market In Ukraine. International Science Journal of Management, Economics & Finance.2022.1(2). pp. 8–14. Retrieved from <https://isg-journal.com/isjmef/article/view/9>

3. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В. Торгівля індексами на ринку капіталів: ефективний засіб залучення спекулятивного капіталу. Ефективна економіка. 2021. № 8. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9137>

4. Слободяник А.М. Здійснення спекулятивних операцій і їхня роль у формуванні ринку капіталів. Сучасні питання економіки і права: зб. наук. праць. 2021. № 2(12). С. 128-138.

5. Reznik N. P., Abuselidze G. D. Slobodianyuk A. M.Ensuring Trading Strategies Profitability with Technical Analysis Tools and Computer Technology. Eurasia: Sustainable Development, Security, Cooperation. 2019. Volume 71. URL: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2019/12/shsconf_eurasia2019_04005/shsconf_eurasia2019_04005.html

п.п.14

Член журі II етап Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-

						дослідницьких робіт учнів-членів МАН України 2019/2020 та 2020/2021 н. р., Київська область.	
284045	Казанська Олена Олександрівна	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 034750, виданий 08.06.2006, Атестат доцента 12ДЦ 024251, виданий 14.04.2011	16	Брендинг в діджитал середовищі	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 19 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним дисциплінам. Член Громадської організації «Об'єднання маркетологів України» посвідчення № 0176 від 25.03.2021 дійсне до 31.12.2025 р</p> <p>Член Польського Економічного Товариства.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: 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. Казанська О.О., Радченко Г.А., Чернова К.А. Ребрендинг як інструмент зміцнення бренду. Наука і техніка сьогодні (Серія «Економіка»), № 12(12). 2022. С. 47-57. (фахове видання кат. Б)</p> <p>3. Радченко Г.А., Казанська О.О., Хороших В.В. Маркетингова інформаційна система в умовах сучасних екосистем споживання. Інфраструктура ринку: Електронний науково-практичний журнал. Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, Одеса. 2021. Вип. 55. С.174-182. http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/55_2021/23.pdf (фахове видання кат. Б)</p>

4. Казанська О., Михальченко І. Стратегічні орієнтири маркетингової концепції франчайзингового підприємства. Наукові перспективи (Наукovi perspektivi), № 12 (18). 2021. С. 303-315. (фахове видання кат. Б)

5. Іваницька О.М., Ткачова Н.М., Казанська О.О. Маркетинг в публічному управлінні: стратегія національного бренду. Management, finance, economics: modern problems and ways of their solutions: collective monograph / Zhydovska N., etc. International Science Group. Boston : Primedia eLaunch, 2021. P. 445-452. DOI-10.46299/ISG.2021.MO NO.ECON.II

П.п. 3

1. Ткачова Н. М., Казанська О. О. Адміністративні послуги: теорія, реформи децентралізації, маркетинг е-послуг. Вектори розвитку у галузі публічного управління та адміністрування: collective monograph. Riga: Izdevnieciba "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. Чернова К.А., Казанська О.О. Аналіз закордонного досвіду проведення ребрендингу в умовах сучасного ринку. The XXXVII International Scientific and Practical Conference «Modern ways of solving the latest problems in science», September 20 – 23, 2022, Varna, Bulgaria. P. 157-162.

2. Morokhovets S., Kazanska O. Features of franchise marketing. Materials of the

						<p>International conference for the students and junior research staff. Dnipro, Dnipro University of Technology, 2021. P. 171-173.</p> <p>3. Казанська О., Дідковський А. (2021). Особливості розвитку Інтернет-торгівлі в Україні. Збірник наукових праць SCIENTIA. URL: https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/scientia/article/view/15862</p> <p>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.</p> <p>5. Казанська О.О., Ткачова Н.М. Запровадження цифрових технологій у систему публічного адміністрування – запорука сталого розвитку ОТГ. Публічне управління для сталого розвитку: виклики та перспективи на національному та місцевому рівнях: збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції. 27-28-травня 2021 р. Маріуполь (Україна). – Маріуполь-Київ: ПП Халіков Р.Р., 2021. 274 с. С. 234-237.</p> <p>п.п. 19</p> <p>1. Член Громадської організації «Об'єднання маркетологів України», посвідчення № 0176 від 25.03.2021</p> <p>2. Член Польського економічного співтовариства Polish Economic Society PTE O / CZĘSTOCHOWA з 2022 р.</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	Лояльність клієнтів авіакомпаній	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 19 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»

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

1. Шевченко А.В., Трухан А.А. Основні фази формування корпоративної культури підприємств авіаційного транспорту. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Випуск № 21. Частина 2. Ужгород, 2018. 148 с. (С. 121-124) (фахове видання кат. Б)

2. 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)

3. 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)

п.п.3

1. 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).

2. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. К.: НАУ, 2022. 204 с. 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, А.В. Шевченко, Г.А. Радченко, І.Г. Михальченко. К: НАУ, 2022. 80 с.

4. Маркетинговий аналіз міжнародної діяльності суб'єктів господарювання: практикум / уклад.: Т. В. Князева, А. В. Шевченко. К.: НАУ, 2019. 52 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. Марчук В.В., Шевченко А.В. Тенденції інтернет-маркетингу: інструменти комунікацій з споживачами. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами» 21 жовтня 2021 р. Том 1. К.: НАУ, 2021. 402 с. (С. 305-307).

3. Шевченко А.В., Марчук В.В. Сучасні тренди маркетингових досліджень бізнес-середовища компаній в умовах цифрових трансформацій. III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології», 2-4 березня 2022 року. К.: НАУ, 2022.

4. Смерічевський С.Ф.,

Шевченко А.В.,
Малахівська Г.В.
Моделювання оцінки
рівня лояльності
клієнтів авіакомпанії.
Інформаційні
технології, системний
аналіз і моделювання
соціоекологоекономіч
них систем: збірник
матеріалів X
Міжнародної науково-
практичної
конференції (м. Київ,
19-20 березня 2019 р.).
К.: НАУ, 2019. 282 с.
(С. 168-170).

5. Smerichevskii S.,
Shevchenko A. Basic
principles for modeling
airlines clients loyalty
programs. 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. 217-219).

6. Shevchenko A.,
Malakhivska G. Areas
of customer loyalty of
development in the
socially responsible
marketing system.
Eighth World Congress
«AVIATION IN THE
XXI-st CENTURY» –
«Safety in Aviation and
Space Technologies»,
October 10-12, 2018,
Kyiv, Ukraine. (p. 11.59-
11.61.)
<http://conference.nau.edu.ua/index.php/Congress/Congress2018/paper/viewFile/5484/4252>

7. Шевченко А.В.
Ринкові тренди
побудови бізнес-
моделей
авіакомпаній.
Матеріали ІХ
Всеукраїнської
науково-практичної
конференції «Сучасні
підходи до
креативного
управління
економічними
процесами». К.: НАУ,
2018. 152 с. (С.142-143)
п.п.14

1. Керівництво
студентом (Табачук
Наталія), яка посіла І
місце у
Всеукраїнському
конкурсі дипломних
робіт студентів вищих
навчальних закладів
освіти зі спеціальності
«Маркетинг» за
рівнем вищої освіти
магістр, 28 квітня

						<p>2020 р., Хмельницький національний університет.</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>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).</p> <p>5. Робота у складі організаційного комітету з організації та проведення науково-практичних конференцій</p>	
103914	Дячук Тетяна Миронівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій	Диплом кандидата наук ДК 020886, виданий 12.11.2003, Аттестат доцента 12ДЦ 039856, виданий 23.09.2014	23	Ділова українська мова	<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 науково-методично-редакційної ради факультету лінгвістики та соціальних комунікацій</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.1</p> <p>1. Сенчило-Татліліоглу Н. О., Литвинська С. В., Дячук Т. М. Від малюнка до інтерактивності:</p>

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. Зимомря]. 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. наук. матеріалів XXI Міжнародної наук.-прак. Конф. м. Київ. К.: НАУ, 2021. 148 с. С.17.

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.

9. Дячук Т.М., Міх А.

						<p>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 сьогодення), «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	<p>Диплом спеціаліста, Кіровоградський інститут комерції, рік закінчення: 2001, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом кандидата наук ДК 002793, виданий 22.12.2011, Атестат доцента 12/ДЦ 043033, виданий 30.06.2015</p>	5	<p>Логістика та управління ланцюгами постачань</p>	<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 11</p> <p>1. Наукове консультування на підприємстві ТОВ «ГІС Флюїде Сервіс»</p> <p>П.п 12.</p> <p>1. Суворова І. М., Демус А.О. Оцінка рівня конкурентоспроможності логістичного підприємства // Наука, освіта і суспільство: нові дослідження і перспективи: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 6 травня 2022 р.).</p>

							<p>Полтава: ЦФЕНД, 2022. 71 с. С.27-30 2. Суворова І. М., Швець В.В. Підвищення конкурентоспроможності 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 конкурентоспроможності 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 Володимирівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом спеціаліста, Національний авіаційний університет, рік закінчення: 2002, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 063178, виданий 30.11.2021</p>	17	Холістичний маркетинг	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 17 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 маркетингу. Інфраструктура ринку. Електронне науково-практичне фахове видання. Вип. № 66. URL: 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</p>

«Інфраструктура ринку», 2017. Вип. 7/2017. URL: market-infr.od.ua/uk/

3. Ярмолюк 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/10.37320/2415-3583/11.28>

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/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>

6. Фісун Ю.В. Пріоритетні напрями стратегічного розвитку підприємств туристичної інфраструктури. Актуальні проблеми економіки. 2021. № 4. С. 36-48. URL: <https://economics.net/issue/№4-238-квітень-2021-p/>

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/jo>

urnals/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 ўніверсітэта». 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

						<p>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.</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>9. Fisun Y., Yaremenko V. Specific impacts of the external environment for the development of enterprises in the 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	Диплом магістра, Донецький державний технічний університет, рік закінчення:	3	Хеджування маркетингових ризиків	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 11 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за

				<p>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>			<p>змістом відповідним навчальним дисциплінам.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.1 1. Жамойда О.А. Сучасні інструменти хеджування маркетингових ризиків підприємства для забезпечення його конкурентоспроможн ості. Проблеми системного підходу в економіці. – 2022. – Випуск №3 (89). (фахове видання кат. Б) 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 ГРУП» (м. Київ); 02.2006 - 07.2019: Директор дирекції з операційного управління активами ПрАТ «Донецьксталь» - металургійний завод» / представник акціонера, член правління компанії «Т 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>
91228	Ярмолюк Олексій Ярославович	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес- адмініструванн я	Диплом магістра, Національний авіаційний університет, рік закінчення: 2004, спеціальність: 050108	17	Інтернет- маркетинг	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 18 років наукової роботи на посадах, що відповідають або є спорідненими за змістом відповідним навчальним

Маркетинг,
Диплом
кандидата наук
ДК 004151,
виданий
19.01.2012,
Атестат
доцента 12/ДЦ
039861,
виданий
23.09.2014

дисциплінам
Гарант освітньо-
професійної програми
першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти
«Електронний
Маркетинг» за
спеціальністю 075
«Маркетинг» галузі
знань 07 «Управління
та адміністрування»

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://ejournal.kspu.edu/index.php/ej>
(фахове видання кат.
Б)

2. Ярмолюк О.Я.,
Фісун Ю.В.,
Шаповалова А.А
Соціальні мережі як
сучасний інструмент
просування Стаття
Підприємство та
інновації. Науковий
журнал з питань
економіки та бізнесу.
– 2020. – №11.
Частина 2. – С. 62-66.
У фаховому виданні.
(фахове видання кат.
Б)

3. Ярмолюк О.Я.,
Клівода Д.С.
Використання
інструментів
електронного
маркетингу в
маркетингу територій.
Електронне науково-
практичне фахове
видання
«Інфраструктура
ринку», 2018,- Вип.
15/2018. [http
://www.market-
infr.od.ua/uk/15-2018](http://www.market-infr.od.ua/uk/15-2018)
У фаховому виданні.
(фахове видання кат.
Б)

4. 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)

5. 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. 2022. Вип. 2(125). URL: <http://www.econom.steandregions.zp.ua>. (фахове видання кат. Б)

6. 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)

7. Ярмолюк О.Я., Сабірова І.М. Використання SCRUM методології в маркетинговій діяльності підприємств. Електронне науково-практичне фахове видання «Інфраструктура ринку», 2017,- Вип. 7/2017. <http://www.market-infr.od.ua/uk/7-2017> (фахове видання кат. Б)

П.п.8

1. Науковий керівник 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

2018p. Mieszko I School of Education and Administration. Тема: «Innovation in international marketing».

Сертифікат WSPiA – WK/2614/2018/1

2. Участь у міжнародному тренінгу 21.10.2019-09.11.2019 в рамках угоди №39-2019/UA-VP від 09.11.2019 між «Senior experten service, GmbH» (Німеччина) та Національним авіаційним університетом. Тема: Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників у сфері маркетингового менеджменту».

3. Євролайф Україна, концерн Eurolife Group (Австрія), холдинг Metlife, концерн Grawe

Навчання для менеджерів за системою MBA з теми «Управління особистими фанансами відповідно до вимог міжнародних стандартів IAIS та ISO». Сертифікат EUROLIFE Ukraine п.п.12

1.Ярмолюк О.Я. Комплексний підхід в сучасному електронному маркетингу. Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України: наук.-практ. конф., 10 грудня 2015 р.: тези доп. К., 2015. С. 16.

2. Ярмолюк О.Я., Вестова А.В. Відмінності промислового маркетингу від споживчого. Інноваційно-інвестиційні проблеми розвитку економіки України: матеріали 1-66 V Всеукраїнської науково-практичної конференції (М. Київ, 8 грудня 2016 р.). Київ : Національний авіаційний університет, 2016. С.21- 24.

3. Ярмолюк О.Я., Фісун Ю.В. Особливості маркетингових досліджень в маркетингу території International Scientific-Practical Conference

						<p>Innovation Management in Marketing: Modern Trends and Strategic Imperatives: Conference Proceedings, April 12-13th, 2018. Poznan, Poland.</p> <p>4. Ярмолук О.Я., Смерічевський С.Ф. Штучний інтелект в електронному маркетингу. III Міжнародна науково-практичної конференції «Маркетинг і цифрові технології», присвяченої 100-річчю заснування Одеського національного політехнічного університету, Одеса 25-26 травня 2018 р. С. 67-68.</p> <p>5. Ярмолук О.Я. Гудіменко В.К. Україна в контексті цифровізації валют Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності» 27 травня 2021 р. п.п. 19</p> <p>1. Консультуючий інтернет-маркетолог ПП та ТОВ «Яструб-Тур», ТОВ «Промосфера», ТОВ «Талісман-Тур», ТОВ «Центр навчання підводного плавання».</p>
402534	Слободяник Анна Миколаївна	Доцент (0,5 ставки), Сумісництво	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>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</p>	6	<p>Аутсортинг на електронному ринку</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p> <p>п.п.1</p> <p>1. Abuselidze G., Slobodianyuk A. Investment of the Financial Instruments and their Influence on the Exchange Stock Market Development. 20th International Scientific Conference Economic Science for Rural Development Conference Proceeding. URL: http://www.esaf.llu.lv/sites/esaf/files/files/lapas/Latvia_ESRD_52_2019.pdf(WoS)</p> <p>2. Abuselidze G., Slobodianyuk A. Analysis and Control of Bankruptcy and Reorganization Processes: Case Studies Using Accounting Data. URL: https://www.e3s-conferences.org/articles</p>

/e3sconf/abs/2020/24/e3sconf_tpacee2020_09036/e3sconf_tpacee2020_09036.html(Scopus)

3. Zaitsev Y.O., Ponomariov O.S., Krasnorutskiy O.O., Slobodianyuk A.M., Guley A.I. Analysis of the Modern Monitoring Implementation Methods as the Main Stage of Digitalization of the Agrarian Enterprises. International Journal of Advanced Science and Technology, 2020. № 29(6s). P. 1014 - 1021. URL: <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9098>(Scopus)

4. Taran N.V., Krasnorutskyy O.O., Reznik N.P., Slobodianyuk A.M., Guley S.A. Analysis of Future of Technologies in the Agricultural Sector. International Journal of Advanced Science and Technology. 2020.№ 29(6s). P. 1022 - 1029. URL: <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9099>(Scopus)

5. Abuselidze G., Slobodianyuk A. Pandeconomic Crisis and Its Impact on Small Open Economies: A Case Study of COVID-19. International Scientific Conference Energy Management of Municipal Facilities and Sustainable Energy Technologies EMMFT 2019. Advances in Intelligent Systems and Computing. 2021. vol 1258. https://doi.org/10.1007/978-3-030-57450-5_61. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-030-57450-5_61#citeas (Scopus)

6. Reznik N.P., Slobodianyuk A.M., Cherkasov A.V. Organizational and Economic Support of Implementation of Changes in the Structure of Personnel of Enterprises. 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. 1218-1229. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-69221-6_92 (Scopus)

7. 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)

8. 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 0117Уо02637 (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.) в Науково-освітньому консорціумі м. Кельце, Республіка Польща. (2021 р.).

2. Virtual Seminar on Market Definition: Methodologies, Challenges and Developments held by the OECD-GVH Regional Centre for Competition 16-17 February 2022.

3. Дистанційний курс «Цифрова грамотність державних службовців 1.0. на базі інструментів Google», 19.02.2022

4. Міжнародне стажування за темою «DigitalMarketing» (150 год.) в AkademiaWSB (Вища школа бізнесу) м. Дамброва-Гурнічей, Республіка Польща (2022 р.);

п.п.12

1. 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)

2. Slobodianyuk A., Mohylevska O. Peculiarities Of Speculative Operations On The Capital Market In Ukraine. International Science Journal of Management, Economics & Finance.2022.1(2). pp. 8–14. Retrieved from <https://isg-journal.com/isjmef/article/view/9>

3. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю.,

						<p>Романова Л.В. Торгівля індексами на ринку капіталів: ефективний засіб залучення спекулятивного капіталу. Ефективна економіка. 2021. № 8. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9137</p> <p>4. Слободяник А.М. Здійснення спекулятивних операцій і їхня роль у формуванні ринку капіталів. Сучасні питання економіки і права: зб. наук. праць. 2021. № 2(12). С. 128-138.</p> <p>5. Reznik N. P., Abuselidze G. D. Slobodianyuk A. M. Ensuring Trading Strategies Profitability with Technical Analysis Tools and Computer Technology. Eurasia: Sustainable Development, Security, Cooperation. 2019. Volume 71. URL: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2019/12/shsconf_eurasia2019_04005/shsconf_eurasia2019_04005.html</p> <p>п.п.14 Член журі II етап Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів МАН України 2019/2020 та 2020/2021 н. р., Київська область.</p>
167095	Фісун Юлія Володимирівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	Диплом спеціаліста, Національний авіаційний університет, рік закінчення: 2002, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 063178, виданий 30.11.2021	17	<p>Маркетингові дослідження в Інтернеті</p> <p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 17 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. 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. 2022. Вип. 2(125). URL:</p>

[http://www.econom.sta
teandregions.zp.ua](http://www.econom.sta
teandregions.zp.ua)
(фахове видання кат.
Б)

2. Борисенко О.С.,
Фісун Ю.В.
Промисловий і
споживчий
маркетинг:
особливості та основні
відмінності.
Електронне науково-
практичне фахове
видання
«Інфраструктура
ринку», 2018. Вип.
18/2018. URL:
[http://www.market-
infr.od.ua/uk/18-2018](http://www.market-
infr.od.ua/uk/18-2018)
(фахове видання кат.
Б)

3. 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/202
0/50_2020_ukr/16.pdf)
. (фахове видання кат.
Б)

4. Фісун Ю.В.
Методика
аналітичного
оцінювання рівня
розвитку підприємств
туристичної
інфраструктури
України. Актуальні
проблеми економіки.
2021. № 3. С. 14–28.
URL: [https://eco-
science.net/issue/№-3-
237-березень-2021-р/](https://eco-
science.net/issue/№-3-
237-березень-2021-р/)
(фахове видання кат.
Б)

5. 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://rev.kpu.zp.ua/jo
urnals/2021/2_25_ukr
/](http://rev.kpu.zp.ua/jo
urnals/2021/2_25_ukr
/) (фахове видання кат.
Б)

6. 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>
(фахове видання кат.
Б)

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

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. Участь в міжнародному тренінгу «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. Фісун Ю.В., Дрофа К.Д. Кластерний аналіз в маркетингу // Інноваційно-інвестиційні проблеми кластеризації економіки України: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 6 грудня 2019 р.). – Київ : Національний авіаційний університет, 2019. – С. 70-72.
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 ўніверсітэта». Минск, Беларусь, 2018. № 1 (126). С. 122-130.
4. 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.
5. Фісун Ю.В. Стратегічний розвиток підприємств

						<p>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.</p> <p>6. Fisun Y., Yaremenko V. Specific impacts of the external environment for the development of enterprises in the 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>	
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, Атестат доцента 12ДЦ 029206, виданий 23.12.2011, Атестат професора АП 004391, виданий 10.10.2022</p>	17	Міжнародний маркетинг	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 18 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</p> <p>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)</p> <p>2. Tetiana V. Kniazieva, 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-</p>

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., Полоус О.В. Фактори впливу на конкурентоспроможність авіатранспортних послуг в світогосподарській системі. Наукові перспективи. Сер. «Економіка». 2022. С. 128-141. (фахове видання кат. Б)

7. 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)

8. 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 дипломного 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 науково-дослідної роботи «Розвиток теорії та методології інноваційних маркетингових технологій в глобальному цифровому просторі» (термін виконання 01.10.2021-30.06.2023)

3. 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)

4. 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. Сталий 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

						<p>економічна фундація», 2020. С. 21-24.</p> <p>3. Kniazieva T. , Yur O. Ukraine in the world market of goods and services. Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та 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 Koreć (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	Диплом спеціаліста, Запорізький державний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: 060101 Правознавство, Диплом магістра, Київський національний	18	Господарське право	<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>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження</p>

<p>університет імені Тараса Шевченка, Український центр правничих студій Української Правничої Фундації, рік закінчення: 2000, спеціальність: 060101</p> <p>Правознавство, Диплом магістра, Державний університет інфраструктур и та технологій, рік закінчення: 2022, спеціальність: 073</p> <p>Менеджмент, 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</p>		<p>освітньої діяльності: П.п.1.</p> <p>1. Mikichurova, Olga (Mikichurova, Olga) ; Klyuyeva, Yevgeniya (Klyuyeva, Yevgeniya) ; Armash, Nadiia (Armash, Nadiia) Transport in the circular economy / Turismo-estudos e praticas, № 1, FEB 2021 // https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000625009000007 (Web of Science Core Collection)</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>4. Армаш Н.О. Демократія як елемент кадрового забезпечення органів виконавчої влади / DICTUM FACTUM. Випуск 3 (8) (2020). С. 16-19.</p> <p>5. Armash, Nadiia Political posts nuances in the public service system / Юридичний вісник. Повітряне та космічне право. № 1 (2018). С. 11-14</p> <p>П.п.3.</p> <p>1. Адміністративно-правова реформа в Україні/за заг. ред. СВ Петкова–Київ: КНТ, 2022–180 с.</p> <p>2. Адміністративне право України. Повний курс: підручник Київ: Академія адміністративно-правових наук, 2020. 466 с.</p> <p>П.п.6.</p> <p>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</p>
--	--	---

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 Spoleczeństwo 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 12ДЦ 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: 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.,</p>

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/10.30525/2256-0742/2021-7-5-268-276> (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. Полоус О.В., Радченко Г.А., Цалко Б.В. Маркетингові тренди ринку електронної торгівлі комп'ютерними іграми в постпандемічний період. Проблеми системного підходу: зб. наук. Праць. Випуск 3(89)/2022. К. НАУ, 2022. С. 144-149. Фахове видання (категорія Б) <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2022-2-22>

7. . Казанська О.О., Радченко Г.А., Чернова К.А. Ребрендинг як інструмент зміцнення бренду. *Наука і техніка сьогодні (Серія «Економіка»)*, № 12(12). 2022. С.47-57

8. Полоус О.В., Радченко Г.А., Паркер М.О. Маркетингове дослідження тенденцій розвитку

світового автомобільного ринку. Проблеми системного підходу: зб. наук. Праць. Випуск 3(89)/2022. К. НАУ, 2022. С. 144-149. Фахове видання (категорія Б)

9. Радченко Г.А., Казанська О.О., Хороших В.В. Маркетингова інформаційна система в умовах сучасних екосистем споживання. Інфраструктура ринку: Електронний науково-практичний журнал. Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, Одеса. 2021. Вип. 55. С.174-182

10. 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>

11. Радченко Г. А., Тесля О. В. Тенденції розвитку ринку труб України. Modern Economics. 2019. № 18(2019). С. 152-157. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V18\(2019\)-23](https://doi.org/10.31521/modecon.V18(2019)-23).

12. Радченко Г.А. Сібрук В.Л. Кутліна І.Ю. Формування підходів до управління маркетингом територій на засадах теорії обмежень систем. Проблеми системного підходу: зб. наук. праць. Випуск № 4 (72)/2019 (Частина 2). К. НАУ, 2019. С. 193-199 DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-4-59>

13. Радченко Г.А., Томчук А.С. Особливості та маркетингові тенденції розвитку пивоварної галузі України. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр. Випуск 6(68)/2018. С. 166-173. 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. С.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 інші. 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. Соболева А., Радченко Г. Цифрова концепція як трансформаційний розвиток авіаційної галузі. Proceeding of The Tenth World Congress "Aviation In The Xxi-St Century - Safety in aviation and space technology". 28-30.09.2022. м. Київ. Національний авіаційний університет. С. 5.42-5.45. URL: <https://conference.nau.edu.ua/index.php/Congress/Congress2022/paper/viewFile/8862/7294>

2. 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.
3. 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. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С. 160-162.

4. Корх Н.Ю., Радченко Г.А. Інтернет просування бізнес-початківця з мінімальним бюджетом. Глобальний маркетинг: аналіз і виклики сучасності : тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27 травня 2021 р.). Київ : НАУ, 2021. С. 13-15.

5. 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.

6. 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.

7. 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

8. 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

9. 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

10. Радченко Г.А. Маркетингова компонента ринкової кон`юнктури ринку альтернативної енергетики. Соціально-економічні проблеми сучасності: Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, м. Маріуполь, 31 травня 2020 р. – Маріуполь, 2020. С. 131-133

11. 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 Svitlana Petrovska, Olha Vovk [and others], Kiev, 2020, National Aviation University.. K: NAU, 2020. P. 392- 394

12. 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 Svitlana Petrovska, Olha Vovk [and others], Kiev, 2020, National Aviation University.. K: NAU, 2020. P. 384- 386

13. 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

14. 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.

15. Радченко Г.А., Федоренко О.О. Особливості інвестиційної та маркетингової діяльності при просуванні стартапів. XII Всеукраїнська конференція «B2B МАРКЕТИНГ» (м. Київ, 2018 р. КПІ ім. Ігоря Сікорського. 124 с. С.112-113

16. 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-perspektyvu-i-vyklyky-hlobalnoho-marketynhu> С. 9-11.

П.п.14

1. Керівництво командою у творчому турнірі в галузі реклами (creative battle) XV-й «Рекламний полігон»,

						<p>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	<p>Історія української державності та культури</p> <p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 23 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)</p> <p>Член Національної спілки краєзнавців України</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p> <p>П.п.3</p> <p>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 семінарських занять для студентів усіх спеціальностей / Уклад.: І.І. Тюрменко,</p>

О.М. Захарчук, О.Г. Ількова 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 семінарських 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. Ількова 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=&S21CO
O.

4. Захарчук О.М.
«Наполеоніда» //
Енциклопедія історії
України / Редкол.:
В.А. Смолій (голова)
та ін. Інститут історії
НАН України. К.,2019.
// [Електронний
ресурс]. Режим

						<p>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 OLO RTE RMS=0&S21STR=Napoleonidy_planovani 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 OLO RTE RMS=0&S21STR=Napoleon_I П.п.14 У червні 2020 р. експерт науково-дослідницьких робіт МАН 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</p>	
395060	Дишлева Світлана Миколаївна	Доцент (1 ставка), Основне	Факультет лінгвістики та соціальних	Диплом спеціаліста, Національний	22	Фахова іноземна мова	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 34 роки

		місце роботи	комунікацій	<p>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, Атестат доцента 12ДЦ 031939, виданий 26.09.2012</p>		<p>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. 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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 І (147). – Серія педаг. науки). С. 45-55.</p>
--	--	--------------	-------------	--	--	--

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 (VI) 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 компетенції студентів немовних

						<p>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	<p>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, Атестат доцента АД 007845,</p>	9	Філософія	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 10 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 (Категорія «Б»)</p>

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 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. 2. Орленко Н.А. Державний соціальний стандарт у сфері обслуговування закладами фізичної культури і спорту як підгрунтя 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. 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). 4. Н. Орленко, М. Величенко, Л. Шип, К.</p>

						<p>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.</p> <p>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.</p> <p>П.п.4</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>П.п.8</p> <p>1. Науковий керівник міжфакультетської НДР «Специфіка навчально-тренувального процесу студентів-спортсменів в ігрових видах спорту в непрофільних ЗВО»</p> <p>П.п. 9</p> <p>Експерт Національного фонду досліджень України</p> <p>П.п.14</p> <p>Тренер збірної команди НАУ зі стретчфлексу</p>
--	--	--	--	--	--	---

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 о2ДЦ 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"> 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) 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. Calculation of sound power level of tandem axial fan / E. Doroshenko, Y. Tereshchenko, I. Lastivka, Y. Tereshchenko // Eastern-European journal of enterprise technologies. Kharkiv: Technology center, 2017. Vol. 6. No. 5 (90). P. 8–12.
<https://doi.org/10.15587/1729-4061.2017.114038>
(фахове видання,
Scopus)

4. 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)

5. Терещенко Ю.Ю. Аеродинамічний опір авіаційної силової установки з турбовентиляторною приставкою / Ю.Ю. Терещенко, Ю.М. Терещенко, І.О. Ластівка // Вісник двигунобудування. 2019. № 2. С. 7–13.
(фахове видання)

6. 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)

7. 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)
8. 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)
9. 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)
10. 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 СССР. Авторское свидетельство на спец. тему / И.В. Вовк, И.А. Ластивка, В.Г. Савин (СССР). – №3081571; заявл. 28.12.83.
2. А. с. № 1269278 СССР, НО4R 29/00. Способ проверки пьезопреобразователей / И.А. Ластивка, А.И. Голованенко, Г.Г. Писаренко, В.Н. Решетинский, В.К. Хаустов (СССР). – № 350625; заявл. 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. Математика для

економістів : навч. посіб. для студ. заоч. форми навч. У 3 ч. Ч. 1 / І. О. Ластівка, Я. В. Крисак, І. В. Шевченко [та ін.]. К. : НАУ, 2012. 328 с. (З грифом МОН України.)

3. Математика для економістів : навч. посіб. для студ. заоч. форми навч. у 3 ч. Ч. 2 / І. О. Ластівка, Н. І. Затула, І. В. Шевченко [та ін.]. К. : НАУ, 2014. 260 с. (З грифом МОН України.)

4. Ластівка І. О. Математика для економістів : навч. посіб. для студ. заоч. форми навч. у 3 ч. Ч. 3. Теорія ймовірностей і математична статистика / І. О. Ластівка, І. В. Шевченко. К. : НАУ, 2016. 308 с. (З грифом МОН України.)

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.

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 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 дисертацій доктора філософії
3. Офіційний опонент

						<p>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.</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 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 1. Голова журі I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з математики (м. Київ, НАУ)</p> <p>П.п.20 1. 1982–1989 р.р. – інженер-механік Київського НДІ гідропрладів 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 о2ДЦ 001898, виданий</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 Член вченої ради Факультету транспорту,</p>

17.06.2004,
Атестат
професора
12ПР 010441,
виданий
28.04.2015

менеджменту і
логістики НАУ
Нагородження:
1. Нагрудний знак «За
сумлінну працю»
(наказ № 279/к від
19.12.2005 р.)
2. Подяка ректора
(наказ № 496/к від
12.09.2005 р.)
3. Почесна грамота
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.
Lativka, 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.
Lativka, 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. 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 СССР. Авторское свидетельство на спец. тему / И.В. Вовк, И.А. Ластивка, В.Г. Савин (СССР). – №3081571; заявл. 28.12.83.

2. А. с. № 1269278 СССР, НО4R 29/00. Способ проверки пьезопреобразователя / И.А. Ластивка, А.И. Голованенко, Г.Г. Писаренко, В.Н. Решетинский, В.К. Хаустов (СССР). – № 350625; заявл. 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. Математика для
економістів : навч.
посіб. для студ. заоч.
форми навч. у 3 ч. Ч. 2
/ І. О. Ластівка, Н. І.
Затула, І. В. Шевченко
[та ін.]. К. : НАУ, 2014.
260 с. (З грифом МОН
України.)
3. Ластівка І. О.
Математика для
економістів : навч.
посіб. для студ. заоч.
форми навч. у 3 ч. Ч.
3. Теорія
ймовірностей і
математична
статистика / І. О.
Ластівка, І. В.
Шевченко. К. : НАУ,
2016. 308 с. (З грифом
МОН України.)

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

						<p>доктора філософії з галузі знань 17 «Електроніка та телекомунікації» за спеціальністю 171 «Електроніка»: Яшник О.І. 2021 р., 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 гідроапаратури 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	Диплом спеціаліста, Слов'янський державний педагогічний університет, рік закінчення: 2003, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Математика, Диплом магістра, Слов'янський	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:</p> <p>П.п.1</p> <p>1. Кузьміна О.В. (Елетенко О.В.) Проблеми сучасної</p>

державний педагогічний університет, рік закінчення: 2004, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Математика, Диплом кандидата наук ДК 024923, виданий 31.10.2014

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 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 соціо-еколого-економічними 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 12ІР 006593, виданий 20.01.2011	28	Маркетинг: Вступ до спеціальності	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 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. Kniazieva T., Smerichevskiy S., Atia

Valid. 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)

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](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 Випуск 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, Byezygina 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 «Sciemcee 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 «Економіка 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.

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

4. International intership 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 intership programmer for university lectures «The new Challenges of the Modern Higher Education and Science.»

7. Тренінг «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-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 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-ВР від 17.12.2019 р. між «Senior experten service, GmbH (Німеччина) 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 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»
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	Маркетинг промислового підприємства
						<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:</p> <p>П.п.1</p> <p>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)</p> <p>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)</p> <p>3. Борисенко О.С., Романенко О.В. Сучасні тенденції</p>

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](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.,
Ярмолюк 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-bm.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> (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 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

						<p>науково-практична інтернет-конференція, 27 травня 2021р.: тези доп. К.: НАУ, 2021. С. 88-89.</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p>	
114787	Ороховська Людмила Анатоліївна	Професор (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>Диплом доктора наук ДД 005355, виданий 25.02.2015,</p> <p>Диплом кандидата наук ДК 050333, виданий 28.04.2009,</p> <p>Атестат доцента 12ДЦ 026997, виданий 20.01.2011</p>	18	Соціально-ринкові комунікації	<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>Член вченої ради Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ.</p> <p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: П.п.1</p> <p>1. Ороховська Л.А., Сібрук В.Л., Сібрук А.В. Специфіка соціально-ринкових комунікацій у сфері</p>

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/matecconf/201710601006](https://doi.org/10.1051/matecconf/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. (ПІНЦ;

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: Collectivemonograph / 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 Wyzszej 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. Соціально-ринкові комунікації: практикум / уклад. Князева Т. В., Ороховська Л.А., Сібрук В.Л. К.: НАУ, 2022. 44 с.
2. Ороховська Л.А., Ягодзінський С. М.

Логіка: методичні рекомендації. К.: НАУ, 2017. – 28 с.

3. 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-адміністрування	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 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](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.

						<p>19-20. 4. Сафонік Н.П., Швець А.В. Реалізація переваг превентивного управління в умовах сучасного безпечного 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.</p> <p>5. Safonik N. P., Dudik 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, Диплом	24	Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	Досвід дослідницької роботи за фахом складає 24 роки наукової роботи на посадах, що відповідають або є

кандидата наук
КН 013084,
виданий
13.02.1997,
Атестат
доцента ДЦ
004311,
виданий
18.04.2002,
Атестат
професора ДД
005491,
виданий
03.07.2008

спорідненими за
змістом відповідним
навчальним
дисциплінам.
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»)
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.,
Стеблянка 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/bse_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 - Серeda 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 - Соломатіна 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 архітектоніки. 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., Тітаренко 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: матер. scientific and pedagogical internship January 10 - February 20, 2022 (Riga, Latvia). Latvia: Baltija 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,

						<p>Bulgaria, 26 August 2022) Burgas: Avangard Prima, 2022, pp. 133-135. П.п.14</p> <p>1. Диплом I ступеня на IV Міжнародній наук.-практичній конф. молодих вчених «Фінансові механізми сталого розвитку України в умовах сучасних викликів».</p> <p>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</p> <p>Керівник напрямку з розробки методології Департаменту ризик-контролю КБ «Гаскомбанк» (м. Київ) – 5 місяців (2019-2020), провідний економіст – Шахта імені Є.Т. Абакумова (м. Донецьк) - 6 років (1991-1997).</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	<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. Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Ярмолюк</p>

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.steandregions.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 ОЕСР)

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 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., 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,

						<p>2020. – Р. 352-356</p> <p>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.</p> <p>4. Борисенко О.С. 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>	
85229	Бондаренко Ольга Михайлівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	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	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:</p>

13.10.2004,
Атестат
доцента О2/ДЦ
011463,
виданий
16.02.2006

П.п.1
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.
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)
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
Scopernicus)
4. Бондаренко О.М.,
Тітаренко 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/arc>
hivej (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 інформаційно-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 Ареш'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., Ященко 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 сьгодні [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». К.: 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. К: 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. К: 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
SvitlanaPetrovska, 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 Ovsiuk [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 Ovsiuk [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

						<p>Conference «Finance: theory and practice». K. National Aviation University, 2021, с. 314.</p> <p>П.п.14</p> <p>1. Керівництво науково-дослідницьким гуртком «Державний фінансовий контроль та незалежний аудит» (2021-2022 н.р.).</p> <p>2. Керівництво проблемною групою «Проблеми обліку, контролю, оподаткування та аналізу на авіаційних підприємствах» (2022-2023 н.р.)</p> <p>П.п.19</p> <p>Асоційований член Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (свідоцтво № 678 від 15.11.2019р.)</p>
377239	Божок Анастасія Романівна	Доцент (0,25 ставки), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>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 підприємництва, 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 магістра,</p>	7	<p>Основи маркетингу на транспорті</p> <p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 7,5 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:</p> <p>П.п.1</p> <p>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)</p> <p>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</p>

Державний
університет
інфраструктур
и та
технологій, рік
закінчення:
2022,
спеціальність:
121 Інженерія
програмного
забезпечення,
Диплом
кандидата наук
ДК 011955,
виданий
28.03.2013

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). P. 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. p.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.: ДУТ, 2018. – 142 с.

3. Ярим-Агаєв О.М., Божок А.Р. Бренд-менеджмент: Методичні вказівки до вивчення курсу для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». – К.: ДУТ, 2018. – 64 с.

П.п. 10

1. Участь у міжнародному науковому проекті «Дослідницьке співробітництво з нових комунікаційних технологій, № 9B90, 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: ДУТ, 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

						<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>П.п. 19 1. Член Польського економічного товариства - Polish Economic Society PTE O/CZESTOCHOWA</p>	
364039	Штик Юлія Вячеславівна	Доцент (1 ставка), Основне місце роботи	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	<p>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</p>	14	Бізнес-планування та бюджетування	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 13 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. 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</p>

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., Свиридюк 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/esnem_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.I. 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/202
1/62_2021/23.pdf](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/](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
конкурентоспроможні
стю 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. Черевко [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 Martín-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 фінансово-економічною безпекою держави, регіону, суб'єктів господарювання в умовах COVID-19: матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції, Харків, 18-19 листопада 2021 року / Харків. національний університет економіки і торгівлі 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, транспарентність, 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

						<p>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».</p> <p>П.п.14 1. Диплом I ступеня на II етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Керівник студентки з курсу Лядської В. 2020 р. 2. Диплом III ступеня на II етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Керівник студентки з курсу Євдокимової Д. 2019 р. 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 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 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-</p>

- 131.
3. Белінська Г.В.
Актуальні проблеми банківської системи України причини виникнення та шляхи розв'язання. // Збірник наукових праць «Фінанси, учет, банки». Вип. №1 (21). / Вінниця: Донецький національний університет ім. Василя Стуса, 2016. – 296 с. С. 34-42.
4. Белінська Г.В.
Саморегулювання на ринку цінних паперів 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/1Z5NnjcumoUGmlABeqvE62MLexEkiCmCF/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

8. Белінська Г. Програма дисципліни «Фінансова політика держави» для здобувачів ОС «магістр» галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування, спеціалізації «Публічні фінанси» / Г.Белінська. – Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ, 2020

9. Belinska G. Course summary «International finance» 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

10. Belinska G. Course summary «International finance» 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.

11. Belinska G. Course training program On «International economic integration» for students of Academic Degree “Bachelor” Educational

and professional program: "International Economics", Field of knowledge: 05 Social and behavioral sciences, Specialty 051 Economics / G. Belinska. – K. :HAY, 2021

12. Belinska G. Course training program on «International Financial System» for students of academic Degree “Bachelor”, Educational and professional program: "International Economics", Field of 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

						<p>administration, 072 Specialty "Finance, Banking and Insurance", Specialization "Financial intermediation n.p. 2020-2021 n. p. Дисципліна "International finance" for students of Academic Degree "Master", Field of Science 07 Management and administration, 072 Specialty "Finance, Banking and Insurance", Specialization "Financial intermediation" НАУ 2020-2022 Дисципліна «International markets and world trade» for students of Academic Degree "Bachelor" Specialization "Marketing", Field of study 27 "Management and administration" Specialty: 075 "Marketing" . Дисципліна «International economic integration» for students of Academic Degree "Bachelor" 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. Дисципліна «Transnational corporations»m 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,	6	Маркетингове ціноутворення	<p>Підпункти п. 38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: п.п.1 1. Abuselidze G., Slobodianyk A.</p>

рік закінчення:
2009,
спеціальність:
050107
Економіка
підприємства,
Диплом
кандидата наук
ДК 024082,
виданий
23.09.2014,
Атестат
доцента АД
007922,
виданий
29.06.2021

Investment of the
Financial Instruments
and their Influence on
the Exchange Stock
Market Development.
20th International
Scientific Conference
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-](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-73097-8-3)

o_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: An empirical 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

						<p>«Інноваційні освітні технології: Європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління» (180 год.) в Науково-освітньому консорціумі м. Кельце, Республіка Польща. За спеціальністю 073. Менеджмент (завидами) (2021 р.). 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	Організаційна поведінка	<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>

Підпункти п. 38
Ліцензійних умов
провадження
освітньої діяльності:
П.п.1
1. Sergey
Smerichevskiy, Yuri
Kolbushkin, Anatoly
Mikhnenko, Olha
Polous. Management
the development of
human capital 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.
Суходольського. 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
неоіндустріальної
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/есона2020.01.02>. 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 ІТ-сектору України в контексті розвитку його людського капіталу. Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі: Монографія/За редакцією Ареш'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

						<p>others]. K: NAU, 2021. 391 p. Pp. 295-298.</p> <p>16. Polous O. Emotional intelligence in the enterprise`s human capital management. Матеріали науково-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). 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 П.п. 19</p> <p>1. Член Громадської організація «Об'єднання маркетологів України» 2. Член Польського економічного співтовариства</p>	
284045	Казанська Олена Олександрівна	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 034750, виданий 08.06.2006, Аттестат доцента 12/ДЦ 024251, виданий 14.04.2011	16	Маркетинг розподілу	<p>Досвід дослідницької роботи за фахом складає 19 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</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),</p>

2020, P. 884-895.
<http://surl.li/ihmk>
(Scopus)
2. Kalashnikova K.,
Kazanska O.,
Schevchenko V. Public
health risk
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.,
Кмытюк 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. Ткачова Н. М.,
Казанська О. О.
Адміністративні
послуги: теорія,
реформи
децентралізації,
маркетинг е-послуг.
Вектори розвитку у
галузі публічного
управління та

адміністрування:
collective monograph.
Riga: Izdevnieciba
"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 І 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. ІІ 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. ІІ 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

						<p>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 Польського економічного співтовариства Polish Economic Society PTE O / CZĘSTOCHÓWA з 2022 р.</p>
--	--	--	--	--	--	--

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

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначеному стандартом вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
<p><i>ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Фаховий тренінг з маркетингу</p>	<p>Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення</p>	<p>Виконання та захист звіту з практики</p>
		<p>Кваліфікаційна робота</p>	<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>
		<p>Переддипломна практика</p>	<p>Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу,</p>	<p>Виконання та захист звіту з практики</p>

			логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження	
		Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
		Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання 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 програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові дослідження в Інтернеті	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.
<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>	☒	Брендинг в діджитал середовищі	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Virшення конкретних фахових завдань, проведення самостійного теоретичного та емпіричного дослідження з використанням фахового методичного апарату, аналізу та узагальнення	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту

	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	
Комунікації в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
Основи управління якістю товарів	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. 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
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,	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання

			ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
<p><i>ПРН16.</i> Відповісти вимогам, які висувуються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки</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
		Фаховий тренінг з маркетингу	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення	Виконання та захист звіту з практики
		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
		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>ПРН17.</i> Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування. Вирішення конкретних фахових	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту

державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології			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	
		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
ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності	☒	Фізичне виховання та самовдосконалення	Використовуються: робота в малих групах, повторний метод, ігровий метод, змагальний метод інтерв'яльний 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 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; 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
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	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту

			висновків, визначення практичної значущості отриманих результатів дослідження, а також представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	
<p><i>ПРН19. Визначити сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтувати доцільність застосування інформаційно-комунікаційних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Аутсортинг на електронному ринку	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. 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
		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
		Управління Інтернет-проектами	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
		Комунікації в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного	Виконання та захист курсової роботи

	узагальнення, метод проектування.	
Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання 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 програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг програмного продукту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Основи розробки та просування сайту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Інтернет-маркетинг	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
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.
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
<p><i>ПРН21. Усвідомлювати особливості сучасної світової 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.</i></p>	☒	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
		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
		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
		Міжнародні ринки і світова торгівля	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака). Використовується	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у

	<p>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</p>	<p>вигляді диференціального заліку</p>
<p>Бізнес-планування та бюджетування</p>	<p>Наочні (ілюстративно-продуктивний, презентації, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез</p>	<p>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</p>
<p>Основи маркетингу на транспорті</p>	<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 домашнього завдання, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку</p>
<p>Фінансова діяльність суб'єктів господарювання</p>	<p>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</p>	<p>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</p>
<p>Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин</p>	<p>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</p>	<p>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>
<p>Організаційна поведінка</p>	<p>Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-</p>	<p>Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, виконання модульної</p>

			пошукові та дослідницькі методи	контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		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.
		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
<p><i>ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи</i></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
		Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання 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 програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові дослідження в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		Хеджування маркетингових	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог),	Виконання тестових завдань під час практичних

		ризиків	пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	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
		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.
		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. 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
<i>ПРН22. Уміти виявляти розуміння сутності концепцій сучасних соціально-ринкових комунікацій, проводити аналіз комерційних зв'язків зі споживачами, аналізувати особливості поведінки ринкових суб'єктів на</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Управління споживчим досвідом (customer experience)	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен

традиційному та електронному ринку	Інтернет-маркетинг	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
	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
	Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Захист курсової роботи, презентація.
	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. 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
	Соціально-ринкові комунікації	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної

	пошукові та дослідницькі методи	роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
Комунікації в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Брендинг в діджитал середовищі	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), 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 представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту
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
Лояльність клієнтів авіакомпаній	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач,	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та

			ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Послуги на електронному 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 та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
<p><i>ПРН23. Вміти обґрунтовувати інноваційні та ефективні методи, застосовувати особливості програмного продукту та послуг на електронному ринку, формувати оптимальний асортимент, вміти підвищувати обсяги продажу, укріпити репутацію та сформувати попит на новий продукт компаній в мережі Інтернет, використовувати інструменти маркетингу для просування програмних продуктів та послуг на електронному ринку для забезпечення конкурентоспроможності підприємств</i></p>	☒	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
		Фаховий тренінг з маркетингу	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення	Виконання та захист звіту з практики
		Управління Інтернет-проектами	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
		Лояльність клієнтів авіакомпаній	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді

		диференціального заліку
Брендинг в діджитал середовищі	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Послуги на електронному 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 та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
Комунікації в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
Управління споживчим досвідом (customer experience)	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Маркетинг програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг програмного продукту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен

Основи управління якістю товарів	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Аутсортинг на електронному ринку	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Інтернет-маркетинг	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Хеджування маркетингових ризиків	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1, №2. 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, виконання та захист домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль-екзамен
		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-екзамен
		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
<p><i>ПРН24. Володіти інноваційними методами збору, аналізу та прогнозування фінансово-економічних 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></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, інтерпретації результатів	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
		Управління споживчим досвідом (customer experience)	Використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на

	наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.	практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Маркетинг програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг програмного продукту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Основи розробки та просування сайту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1, №2. 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	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-

	ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і семестрового контролю	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 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
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	Виконання завдань на лабораторних заняттях, виконання контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен

			дослідницький методи.	
		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
<p><i>ПРН25. Розвивати електрону модель бізнесу як джерело підвищення конкурентоспроможності та формувати відносини підприємства із внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами на засадах електронних технологій, використовувати знання з маркетингу та інформаційних технологій з побудови та впровадження інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств, вміння планувати, впроваджувати та проводити маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах та практичного застосування маркетингового інструментарію для підприємств різних галузей, в тому числі авіаційних</i></p>	☒	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. Підсумковий контроль – екзамен
		Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Захист курсової роботи, презентація.
		Бізнес-планування та бюджетування	Наочні (ілюстративно-продуктивний, 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
		Управління Інтернет-проектами	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН)

		№ 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Лояльність клієнтів авіакомпаній	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Брендинг в діджитал середовищі	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Послуги на електронному 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 та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
Комунікації в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
Управління споживчим досвідом (customer experience)	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Маркетинг програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного	Виконання та захист курсової роботи

	узагальнення, метод проектування.	
Маркетинг програмного продукту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Основи розробки та просування сайту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Аутсортинг на електронному ринку	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Інтернет-маркетинг	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. 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
Логістика та управління	Використовуються: пояснювально-	Виконання завдань на практичних заняттях,

ланцюгами постачань	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 домашнього 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
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
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
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,	Публічний захист

			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	кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту
<i>ПРН20. Володіти методами інформаційно-аналітичної обробки даних за допомогою яких розв'язувати практичні маркетингові задачі</i>	☒	Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		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
		Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
		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	Робота на практичних заняттях, виконання практичних та тестових завдань, розв'язання ситуаційних задач, підсумкова семестрова контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи.

	проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач	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
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 в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
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	
		Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання 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>ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним</i>	☒	Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання 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 програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові дослідження в Інтернеті	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	Захист курсової роботи, презентація.
		Маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Захист курсової роботи, презентація.
		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
		Фізичне виховання та самовдосконалення	Використовуються: робота в малих групах, повторний метод, ігровий метод, змагальний метод	Виконання загальних тестових завдань (випробування, функціональні проби, рухові

	інтервальний та дистанційний тощо	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
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, переклад 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	Семінарське/практичне/ заняття (виконання окремих завдань), контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

			(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, тощо під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчого завдання, ведення конспекту лекцій, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
		Фаховий тренінг з маркетингу	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення	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
		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
ПРН1. Демонструвати	<input checked="" type="checkbox"/>	Кваліфікаційна робота	Проблемно-пошукові, загальнонаукові,	Публічний захист кваліфікаційної роботи,

<p>вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта</p>		<p>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>презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту</p>
	<p>Лояльність клієнтів авіакомпаній</p>	<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 та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку</p>
	<p>Холістичний маркетинг</p>	<p>Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування</p>	<p>Виконання та захист курсової роботи</p>
	<p>Холістичний маркетинг</p>	<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>
	<p>Логістика та управління ланцюгами постачань</p>	<p>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</p>	<p>Виконання завдань на практичних заняттях, виконання домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку</p>
	<p>Маркетинг інновацій</p>	<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</p>

		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
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
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
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	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	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. Підсумковий

			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	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
		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
<i>ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта</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	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту

	представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	
Лояльність клієнтів авіакомпаній	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), 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	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. Підсумковий контроль – екзамен
Організаційна поведінка	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання, виконання модульної контрольної роботи.

			методи	Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
<p><i>ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень</i></p>	<p>☒</p>	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
		Управління Інтернет-проектами	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
		Управління споживчим досвідом (customer experience)	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
		Основи управління якістю товарів	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
		Маркетингові дослідження в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи

		Маркетингові дослідження в Інтернеті	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1, №2. Підсумковий контроль – екзамен
		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
<p><i>ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Маркетингові дослідження в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетингові дослідження в Інтернеті	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1, №2. Підсумковий контроль – екзамен
		Інтернет-маркетинг	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. 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

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 проектування	Виконання та захист курсової роботи
Управління споживчим досвідом (customer experience)	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
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
Маркетингове ціноутворення	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 завдання,

	пошукові та дослідницькі методи	виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
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 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. 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
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
Брендинг в діджитал середовищі	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання, виконання та

			методи	захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Лояльність клієнтів авіакомпаній	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), 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 представлення та публічного захисту результатів проведеного дослідження	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту
<i>ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію</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 результатів проведеного дослідження	Публічний захист кваліфікаційної роботи, презентація. Колегіальне оцінювання за результатами захисту
		Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій,	Виконання та захист звіту з практики

	інтерпретації результатів	
Управління Інтернет-проектами	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Брендинг в діджитал середовищі	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Послуги на електронному 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 та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
Комунікації в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
Управління споживчим досвідом (customer experience)	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Маркетинг програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи

Маркетинг програмного продукту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Основи розробки та просування сайту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1, №2. Підсумковий контроль – екзамен
Аутсортинг на електронному ринку	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Інтернет-маркетинг	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен

		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
		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 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
<i>ПРНб. Визначити функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розрахувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності</i>	☒	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 –

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	екзамен 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
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
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. Підсумковий контроль – екзамен
Організаційна	Словесні (пояснення, бесіда,	Виконання тестових завдань

поведінка	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, домашнє завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
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
Маркетинг промислового підприємства	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
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
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчо- індивідуального завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1, №2. Підсумковий контроль – екзамен
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

		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
		Управління Інтернет-проектами	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
		Комунікації в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
		Маркетингові дослідження в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		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>ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	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	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання домашнього завдання, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

	літературою, аналізі та вирішенні задач з тематики навчальної дисципліни	
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, 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. 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
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

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
Холістичний маркетинг	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1, №2. Підсумковий контроль – екзамен
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
Лояльність клієнтів авіакомпаній	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Послуги на електронному 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 та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
		Комунікації в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Комунікації в Інтернеті	Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	Виконання завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Підсумковий контроль – екзамен
		Основи маркетингу на транспорті	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
		Маркетингові дослідження в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Інтернет-маркетинг	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію,	<input checked="" type="checkbox"/>	Облік і оподаткування	Використовуються: розгляд проблемних ситуацій; вирішення ситуаційних завдань; робота у малих	Вирішення тестових завдань, виконання та захист домашнього завдання, виконання та

<p>розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію</p>		<p>групах. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та вирішенні задач з даної дисципліни</p>	<p>захист контрольної роботи, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку</p>
	Маркетинг	<p>Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.</p>	<p>Захист курсової роботи, презентація.</p>
	Фінансова діяльність суб'єктів господарювання	<p>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</p>	<p>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</p>
	Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин	<p>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</p>	<p>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>
	Бізнес-планування та бюджетування	<p>Наочні (ілюстративно-епродуктивний, презентації, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез</p>	<p>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</p>
	Маркетингове ціноутворення	<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>
	Маркетинг розподілу	<p>Словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач,</p>	<p>Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, домашнє завдання,</p>

	ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи	контрольна робота, виконання модульної контрольної роботи Підсумковий контроль – складання екзамену
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
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	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, метод проектування і представлення результатів дослідження Виконання та захист звіту з практики
Комунікації в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові	Використовуються наступні	Виконання тестових завдань

дослідження в Інтернеті	методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1, №2. Підсумковий контроль – екзамен
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
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 проектування	Виконання та захист курсової роботи
<p><i>ПРНЗ. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу</i></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
		Управління Інтернет-проектами	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН)

		№ 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Комунікації в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг програмного продукту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Основи управління якістю товарів	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Аутсортинг на електронному ринку	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Хеджування маркетингових ризиків	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
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
		Брендинг в діджитал середовищі	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		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
<i>ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності</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	Використовуються: методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи; дослідницькі й проблемно-	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання, виконання та захист домашнього завдання,

	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 модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку. Підсумковий контроль – екзамен
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
Маркетингово-дослідницька практика	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення, синтезу пропозицій, інтерпретації результатів	Виконання та захист звіту з практики
Управління Інтернет-проектами	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Фаховий тренінг з маркетингу	Загальнонаукові, дослідницькі, проблемно-пошукові, якісного та кількісного аналізу, логічного узагальнення	Виконання та захист звіту з практики
Лояльність клієнтів авіакомпаній	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 та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Управління споживчим досвідом (customer experience)	Використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під

	наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.	час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Маркетинг програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетинг програмного продукту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Основи розробки та просування сайту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
Основи управління якістю товарів	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1, №2. Підсумковий контроль

Інтернет-маркетинг	Використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.	—екзамен Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. 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
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.	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

			Пізнавальні ігри, навчальні дискусії, моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення	
		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
<p><i>ПРН1.</i> Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Управління споживчим досвідом (customer experience)	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
		Маркетинг програмного продукту	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
		Маркетинг програмного продукту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
		Основи розробки та просування сайту	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку
		Основи управління якістю товарів	Використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-	Виконання тестових завдань під час практичних занять, розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під

	наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.	час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування.	Виконання та захист курсової роботи
Маркетингові дослідження в Інтернеті	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання творчо-індивідуального завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1, №2. Підсумковий контроль – екзамен
Аутсортинг на електронному ринку	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Інтернет-маркетинг	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН), виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
Хеджування маркетингових ризиків	Використовуються наступні методи навчання: 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 під час аудиторної роботи на практичних заняттях, виконання та захист домашнього завдання № 1, №2, виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) № 1, №2, виконання модульної контрольної роботи №1. Підсумковий контроль – екзамен
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
Міжнародні ринки і світова торгівля	Залежно від джерела знань, під час навчальних занять, як практичних, так і лекційних, використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація, кейс, презентація), практичні (рішення задач, ділові ігри, мозкова атака). За характером пізнавальної діяльності використовуються: пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи. За місцем в структурній діяльності використовуються: методи організації та здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і практичні методи; репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів; методи стимулювання та мотивації навчальної роботи, що об'єднали в собі пізнавальні ігри, навчальні дискусії,	Відповіді на практичних заняттях, розв'язання проблемних ситуацій (кейси), виконання тестових завдань, виконання контрольної (домашньої) роботи, виконання модульної контрольної роботи №1, №2. Семестровий контроль у вигляді диференціального заліку

	<p>моделювання рольових ситуацій, створення ситуацій успіху в навчальній роботі, пред'явлення вимог і метод заохочення; методи контролю та самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і систематичного контролю.</p>	
Маркетинг	<p>Проблемно-пошукові, загальнонаукові, дослідницькі, логічного узагальнення, метод проектування</p>	<p>Виконання та захист курсової роботи</p>
Маркетинг	<p>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</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. Підсумковий контроль – екзамен</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>
Інформаційно-комунікаційні системи і технології	<p>Залежно від джерела знань, під час навчальних занять, як лекційних, так і лабораторних, використовуються наступні методи навчання: словесні (бесіда, пояснення, доповідь), наочні (презентація, ілюстрація), практичні (тестові завдання, кейси, виконання розрахунково-графічних завдань), методи контролю. За характером пізнавальної діяльності: пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи. За місцем в структурній діяльності: методи організації та здійснення навчальної діяльності, що поєднує словесні, наочні і</p>	<p>Виконання завдань на лабораторних заняттях, виконання контрольної (домашньої) роботи, виконання модульної контрольної роботи №1, №2, Підсумковий контроль – екзамен.</p>

		<p>практичні методи; репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача та методи самостійної роботи студентів; методи стимулювання та мотивації навчальної роботи, що об'єднали в собі метод заохочення і пред'явлення вимог; методи контролю та самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального, тематичного і систематичного контролю.</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>