

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Освітня програма	7334 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

Використані скорочення:

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

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	166
Повна назва ЗВО	Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Ідентифікаційний код ЗВО	05408102
ПІБ керівника ЗВО	Митник Микола Мирославович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	www.tntu.edu.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/166>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	7334
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Магістр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Кафедра промислового маркетингу (МК)
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Кафедра менеджменту та адміністрування (МА)
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	46001, м. Тернопіль, вул.Руська, 56, корпус №1, №2; м. Тернопіль, вул. Микулинецька, 46, корпус №7; м. Тернопіль, вул. Білогірська, 50, корпус №10.
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	103589
ПІБ гаранта ОП	Якимішин Лілія Ярославівна
Посада гаранта ОП	Професор
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	jakumushun@tntu.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(096)-123-53-01
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(050)-339-50-39

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

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

Кафедру маркетингу на виробництві було створено 27 січня 1997 року (наказ №5-01 від 27.01.1997 р.) з метою підготовки фахівців за спеціальністю 6.050100 «Маркетинг» (7.050108 «Маркетинг») напряму підготовки 0501 «Економіка і підприємництво».

1 січня 2008 року кафедру перейменовано на кафедру промислового маркетингу.

У 2006 році було проведено успішне ліцензування, а в 2007 році – акредитацію спеціальності 8.050108 «Маркетинг».

У 2012 році було успішно проведено повторну акредитацію спеціальності 8.03050701 «Маркетинг» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво».

У 2017 році розроблено освітню програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» (протокол вченої ради № 4 від 25.04.2017 р.) та введено в дію наказом ректора №4/7-378 від 12.05.2017 р.

Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти затверджено наказом МОН України №960 від 10.07.2019 р.

У 2019 році освітню програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти приведено у відповідність до стандарту (протокол вченої ради № 7 від 30.08. 2019 р.).

У 2021 р. освітню програму за результатами рекомендацій стейкхолдерів удосконалено. ОП затверджена Вченою радою ТНТУ (протокол №5 від 22.03.2021р.) та введена в дію наказом ректора № 4/7-216 від 26.03.2021р.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2022 - 2023	18	20	3	0	0
2 курс	2021 - 2022	5	10	3	1	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)	52439 Маркетинг
перший (бакалаврський) рівень	8627 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	7334 Маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	47681 Маркетинг

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	50892	14396
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	50892	14396
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0

Приміщення, здані в оренду	0	0
----------------------------	---	---

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

- щодо ОП, яка реалізується у базовому ЗВО – без урахування приміщень ВСП;
- щодо ОП, яка реалізується у ВСП – лише щодо приміщень даного ВСП.

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>ОПП 075 магістри.pdf</i>	54MIIdse/zowEYtMBBK5vGqGrCwrtuu9xh8EzRn+BoDA= =
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план_маг_очна_2022.pdf</i>	bgLDSKx100HalXbfwDGFvcKZ7e/6q7q/BuWyooqluro= =
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план_маг_очна_2021.pdf</i>	kQ7boi+Eh9Zzos1wnNOdDawEg8ZhmMJ7CTY2BsD26T Q= =
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план_маг_зочна_2022.pdf</i>	Wo8TXGNbaxptQguTQqN/vpszVF6U2RDgNoaJMkF7I5 4= =
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план_маг_зочна_2021.pdf</i>	ikjWBpeXFcFTTi+yoQZ8gu7AJeAC3+cqpMS40BvieSQ= =
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Відгук_1.pdf</i>	jcLOthDBmIhWtG69Dyk8aCUvhM+Oa72Wz9sm6E5QK E= =
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Відгук_2.pdf</i>	7kme6oZFSNgB+lnmULXIsC7/ZYyNHooSlpQxcoAR9Ro = =
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Відгук_3.pdf</i>	UQIIQvwiMeTzirXhSL59NrZgn6zgBsyvCVqJZzwNpCo= =

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Цілі ОП- підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що характеризуються невизначеністю умов і вимог.

ОП спрямована на оволодіння загальнонаук. та спец. методами, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпеч. ефективного управління маркетинговою системою та виконання завдань маркетингового спрямування, а також: можливість навч. за програмами подвійних дипломів у ЗВО-партнерах за кордоном; отримання знань від викладачів, які пройшли стажування за кордоном; отримання фахових консультацій від представників органів місц. самоврядування, роботодавців, бізнесу; здійснення науково-дослідної діяльності через участь у студент. наук. форумах, конференціях, наук. гуртках; участь у міжнар. освітніх проєктах; отримання проф. знань англ. мовою під час вивч. компонент ОП; вивчення іноз. мов на базі Центру іноз. мов ТНТУ.

Так як випускники ОП займають посади, що пов'язані з викладацькою діяльністю у закладах вищої та проф.-тех. освіти, за рекомендацією стейкхолдерів, ОП доповнено фах. компетентностями та рез. навчання:СК10,Р16. Також за рекомендацією роботодавців (а саме: для успішного конкурування на ринку праці та реалізації мети ОП – у здатності ефективно вирішувати управлінські завдання необхідними є навички організації логістичних бізнес-процесів та операцій) додано такі фах. компетентності та рез. навчання: СК11,СК12,Р17,Р18.

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

Місія ТНТУ полягає у створенні умов для отримання здобувачами вищої освіти якісної сучасної освіти через творче навчання та наукові дослідження у відповідності до потреб суспільства, зумовлених розвитком Української держави, науки, технології, економіки та культури, а також глобальних процесів розвитку людської цивілізації. Стратегію та концепцію розвитку ТНТУ ухвалено на конференції трудового колективу (протокол № 2 від 20 грудня 2019 р.) та затверджено наказом ректора №4/7-1162 від 27.12.2019 (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=493>). Стратегія полягає у створенні умов та підґрунтя для їх виконання, які дозволяють бути провідним технічним університетом у Західному регіоні України. Це дає можливість отримати гарантовано високу якість освіти і є бажаним місцем для роботи фахівців-науковців та висококваліфікованих викладачів. Спільнота університету сповідує загальнолюдські цінності й демократичні принципи свободи та відповідальності. Університет є потужним науково-навчальним комплексом, який створює умови для теоретичної й практичної підготовки випускників, забезпечує фінансову стабільність НПП, формує соціальну інфраструктуру, яка б забезпечувала його ефективне функціонування. Тому цілі ОП повністю відповідають місії та стратегії ТНТУ, що створює можливість розвитку освітньої програми та спеціальності.

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

У процесі розробки ОП «Маркетинг» враховувалась думка здобувачів вищої освіти. Їх інтереси і пропозиції щодо формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП виявлялися в процесі опитування та публічних обговорень. Представником здобувачів вищої освіти (внутрішніх стейкхолдерів) у складі робочої групи була Шеремета О.В. – студентка, що навчалася за даною ОП. Формування цілей, програмних результатів, інтересів та пропозиції здобувачів вищої освіти враховано в ОП на підставі отриманих результатів їх анонімного опитування (протокол засідання кафедри №9 від 28.12.2020). Опитування внутрішніх стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти) проводиться згідно з «Положенням про опитування учасників освітнього процесу в ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-962 від 01.11.2019; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=464>). Результати цього опитування: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=561>

За результатами опитування були враховані пропозиції, які відображають інтереси здобувачів вищої освіти:
- спрямованість цілей ОП та дисциплін, що викладаються, на формування здатності до прийняття інноваційних рішень та вміння адаптуватися до змінного ринкового середовища;
- практична спрямованість навчання;
- викладання дисциплін англійською мовою;
- активніше використання Інтернет-ресурсів та діджиталізація навчального процесу.

- роботодавці

У процесі формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП «Маркетинг» враховано інтереси та пропозиції роботодавців. При кафедрі створена Експертна рада роботодавців. Озімко С.Г. – випускниця спеціальності «Маркетинг» ТНТУ, директор ТОВ «Маркетинг-центр «ДАЛІ» – голова Експертної ради роботодавців та член робочої групи, відповідальної за формування ОП. Пропозиції роботодавців, які стосувалися програмних результатів навчання, сформовані з метою оновлення ОП, їх обговорено та прийнято на засіданні Експертної ради роботодавців, що відображено у протоколі засідання (протокол №1 від 10.03.2021). Крім цього, також враховано рекомендації та побажання зовнішніх стейкхолдерів під час проведення конференцій (зустрічей) кафедрою промислового маркетингу.

Пропозиції роботодавців враховані у націленості даної ОП на формування у здобувачів вищої освіти таких фахових компетентностей та результатів навчання: СК10; СК11; СК12; Р16; Р17; Р18.

- академічна спільнота

Вплив академічної спільноти здійснюється через моніторинг відповідності освітніх програм нормативним документам університету і надання пропозицій щодо покращення якості підготовки здобувачів вищої освіти. Це виражається, зокрема, у висловленні побажань і наданні пропозицій щодо формулювання цілей, обговоренні професійних компетентностей, забезпечення програмних результатів навчання за ОП «Маркетинг», переліку освітніх компонент, форм організації та методів навчання, оцінювання, атестації. Здійснюється опитування викладачів, що забезпечують реалізацію ОП, розглядаються пропозиції. Обговорення вищезазначеного проводиться на засіданнях кафедри, засіданнях вченої ради факультету економіки та менеджменту, науково-методичної ради, нарадах із керівництвом університету – все це знаходить відображення у рішеннях щодо реалізації освітньої програми та забезпечує її стійкі програмні результати.

- інші стейкхолдери

Пропозиції інших стейкхолдерів враховано на підставі проведених конференцій (зустрічей) кафедрою промислового маркетингу, ділових зустрічей у форматі круглих столів: «День маркетолога», «Дні кар'єри», «Ярмарка вакансій», «MESH Business Course», зустріч з регіональним керівником ГО «Діловий Клуб «Партнер», Олександром Сохацьким, представниками Студії інтернет-маркетингу Online Media, громадської організації «АТОМ», мовних шкіл Профі-Центр, віце-президентом з питань регіонального розвитку Міжнародної торгової палати ICC Ukraine Тарасом Демкурою.

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

З метою встановлення відповідності цілей та програмних результатів ОП тенденціям розвитку спеціальності, кафедрою промислового маркетингу періодично проводиться моніторинг ринку праці щодо формування попиту на фахівців з маркетингу, а також дослідження ринку праці за допомогою контент-аналізу сайтів на яких розміщуються вакансії та резюме:

- [https://rabota.ua/ua/;](https://rabota.ua/ua/)
- [https://www.work.ua/;](https://www.work.ua/)
- [https://ternopil.grc.ua;](https://ternopil.grc.ua/)
- [https://budni.rabota.ua/ua.](https://budni.rabota.ua/ua/)

За результатами моніторингу розвитку спеціальності було прийнято рішення щодо введення нових обов'язкових освітніх компонент ОП («Методологія наукових досліджень в маркетингу», «Дослідження ринку та розробка проєктів (англ. мовою)», «Логістичне обслуговування», «Маркетинг інновацій», «Маркетингове моделювання», «Маркетинговий аналіз»), та вдосконалення тематичного наповнення існуючих освітніх компонент («Маркетинговий менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Стратегічний маркетинг»). Здійснені зміни відображають націленість ОП на формування програмних результатів навчання, зокрема Р2, Р3, Р5, Р6, Р10, Р17.

Цілі та програмні результати навчання ОП корелюються з тенденціями і потребами ринку праці у фахівцях-маркетологах, в тому числі, внаслідок регулярних контактів з роботодавцями, що підтверджується рецензіями на ОП від працедавців: голови правління ПрАТ «Тернопільський молокозавод» Ковальчука В.В., директорки Тернопільської дирекції АТ «Укрпошта» Гринчишин Л.В., виконавчого директора ТзОВ «Микулинецький Бровар» Трояна В.С.

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

Під час формування цілей та програмних результатів навчання ОП враховано: Стратегію розвитку Тернопільської області на 2021-2027 роки та план заходів з її реалізації у 2021 - 2023 роках (<https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/02/strategiya-rozvytku-ternopilskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf>); Стратегічний план розвитку Тернопільської міської територіальної громади до 2029 року (<https://ternopilcity.gov.ua/strategichni-ta-programni-dokumenti/plan-strategichnogo-rozvitku-mista-ternopolya-do-2025-roku/18938.html>).

Співпраця ТНТУ та підприємств регіону (різних форм власності) є необхідною умовою покращення ситуації на ринку праці, зокрема на ринку маркетингових послуг.

Цілі ОП є в межах стандарту та віддзеркалюють стан запитів ринку праці регіону на фахівців з маркетингу, оскільки включають і відображають галузевий контекст, стратегію розвитку регіону. Тому можна стверджувати, що ПР навчання та цілі враховують галузевий і регіональний контексти.

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

У процесі формулювання цілей та програмних результатів навчання за ОП «Маркетинг» був проведений глибокий аналіз освітніх програм провідних ЗВО України, які здійснюють підготовку магістрів за ОП «Маркетинг», а також споріднених програм. Зокрема, було враховано досвід: ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана» (м.Київ), КНУ ім. Т. Шевченка (м.Київ), НУ «Львівська політехніка» (м. Львів), ЛНУ ім. І.Франка (м.Львів), НУ «Одеська політехніка» (м.Одеса), ХНЕУ ім. С. Кузнеця та інших.

Крім того, було залучено досвід іноземних закладів освіти, зокрема: Politechnica Opolska (Польща), Politechnika Lubelska (Польща), Społeczna Akademia Nauk Łodzi (Польща), Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nysie (Польща), Universidad de Valencia (Іспанія), Hochschule Schmalkalden (Німеччина), University of Petrosani (Румунія). В результаті було переорієнтовано існуючу теоретизовану підготовку класичного маркетингу на практичну направленість, що відображено в змісті обов'язкових ОК ОП.

Узгодження цілей та програмних результатів навчання освітньої програми підготовки магістра з відповідними програмами університету Опольська Політехніка (Польща) проводилось в рамках впровадження програм подвійних дипломів за другим (магістерським) рівнем, що свідчить про конкурентоздатність ОП на європейському освітньому ринку.

Зокрема, за програмою подвійних дипломів в Опольській Політехніці (Польща) успішно закінчили навчання та отримали дипломи двох університетів студенти: Максимлюк Олена (2017 р.), Заворотна Оксана (2018 р.), Мавдюк Іван (2019 р.), Шеремета Ольга (2022 р.).

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

ОП розроблено відповідно до Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України №960 від 10.07.2019.

ОП враховує результати навчання, визначені стандартом та дозволяє їх досягти. Це продемонстровано інформацією, наведеною в таблиці з даних відомостей про самооцінювання ОП, структурно-логічною схемою ОП та матрицею відповідності освітніх компонент і програмних результатів навчання, наведеною в ОП.

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

Стандарт вищої освіти України другого (магістерського) рівня, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», затверджений та введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України №960 від 10.07.2019.

Зазначені в ОП програмні результати навчання відповідають вимогам стандарту вищої освіти і вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

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

65.5

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

24.5

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

Зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», оскільки ОП розроблена з дотриманням вимог стандарту та обумовлена як теоретичною, так і практичною спрямованістю освітніх компонентів, що забезпечують формування загальних і спеціальних (фахових) компетентностей фахівців з маркетингу. Теоретична направленість ОП висвітлюється в таких обов'язкових освітніх компонентах загальної та професійної підготовки: «Методологія наукових досліджень в маркетингу», «Дослідження ринку та розробка проєктів», «Логістичне обслуговування», «Маркетинг інновацій», «Маркетингове моделювання», «Маркетинговий аналіз», «Маркетинговий менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Стратегічний маркетинг», «Етика професійної діяльності та основи педагогіки».

Практичний напрям ОП висвітлюється в освітніх компонентах професійної підготовки. Зокрема, практичні навички здобуваються при виконанні практичних, курсових робіт, а також при проходженні практик.

При вивченні дисциплін ОП застосовуються сучасні методи, методики й технології освітнього процесу. В умовах дії карантину для організації освітнього процесу використовується система дистанційного навчання ATutor.

Викладання передбачає такі види занять: лекції, практичні заняття, виконання курсових робіт, самостійна робота здобувачів, консультації з викладачами. Використовуються також такі методи: проблемного викладання; обговорення практичних ситуацій; аналіз ситуації, помилок, брейнстормінг («мозковий штурм»); коментування, оцінювання (або самооцінювання) дій учасників.

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

Здобувач має право обирати вибіркові дисципліни не менше 25% від загального обсягу ОП. Дана ОП передбачає вибіркових компонентів 27% кредитів ЄКТС. Індивідуальна освітня траєкторія здобувачів фіксується в індивідуальних навчальних планах студента (ІНПС) згідно з «Положенням про індивідуальний навчальний план студента ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ 4/7-669 від 25.09.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=25>). Студенти ознайомлюються з переліком вибіркових дисциплін, поданих у реєстрі вибіркових дисциплін ТНТУ (у середовищі ATutor, вкладка «Вибіркові дисципліни» https://dl.tntu.edu.ua/users/browse_elective.php). Для кожної дисципліни доступний силабус.

«Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ №4/7-243 від 15.04.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>) визначає порядок формування індивідуального навчального плану студента та реалізації права вибору здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін.

Для окремих студентів, за наявності поважних причин (медичні довідки, особливі потреби, відрядження, сімейні обставини, участь у програмах академічної мобільності тощо) деканом факультету може бути встановлений індивідуальний графік виконання ІНПС. Він передбачає можливість вільного відвідування занять та самостійного опрацювання студентом матеріалу навчальних дисциплін. Вільне відвідування не поширюється на практичну підготовку. Індивідуальний графік не може слугувати підставою для проведення викладачем додаткових занять.

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

У першому семестрі навчального періоду навчальним планом не передбачено вибіркових дисциплін, тому вибіркові дисципліни обирають на другий та третій семестри.

З метою реалізації можливості вільного вибору вибіркових дисциплін у другому та третьому навчальних семестрах до 1 жовтня проводиться інформування здобувачів кафедрами університету про зміст вибіркових дисциплін (перелік вибіркових дисциплін поданий у середовищі електронного навчання університету ATutor, вкладка «Вибіркові дисципліни»).

До 1 листопада здобувачі вищої освіти подають заяви з вказанням обраних дисциплін серед вибіркових. Декани факультетів формують групи здобувачів, що виявили бажання вивчати певну вибіркову дисципліну, до 15 листопада. Після остаточного формування й погодження груп формуються ІНПС на наступний навчальний семестр;

«Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ №4/7-243 від 15.04.2020 <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>), «Положення про індивідуальний навчальний план студента ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ 4/7-669 від 25.09.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=25>).

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

Терміни проведення і види практик за ОП, визначаються навчальним планом п. 2.9, 2.10. В ТНТУ діє «Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти у ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ №4/7-128 від 19.02.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=469>). Згідно з ОП передбачені практики: фахова (ОК11), практика за темою кваліфікаційної роботи (ОК 12), які дають змогу сформувати відповідні програмні результати (ПРН) навчання

здобувачу вищої освіти: ОК11 – ПРН 1, 2, 3, 7, 8, 9; 16. ОК12 – ПРН 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8,10, 11. Роботодавці беруть активну участь в організації та проведенні практик для здобувачів вищої освіти ОП, створюють умови для набуття необхідних компетентностей, керують проходженням їх практик, надають інформацію для написання звітів із практик. Під час проходження практики здобувачі вищої освіти отримують професійні навички у сфері маркетингу, які неможливо отримати при вивченні теоретичного матеріалу.

«Положення про раду роботодавців ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-606 від 05.09.2016; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=126>).

Договір на практику <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=407>.

Щоденник практики <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=403>.

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

Соціальні навички є вкрай важливими у роботі майбутніх магістрів маркетингу. Здобувачі вищої освіти набувають соціальних навичок (soft skills) за даною ОП упродовж усього періоду навчання. Освітні компоненти програми мають на меті формування соціальних навичок у здобувачів, опанування знань та навичок щодо професійної поведінки, критичного мислення, лідерства, поведінки в команді, комунікабельності, етичних норм поведінки та дотримання принципів академічної доброчесності, проведення презентацій, побудови взаємин, вміння ведення переговорів тощо. Зокрема компоненти ОП, такі, як ОК1, ОК3, ОК4 та інші сприяють розвитку здатності логічно мислити, комунікативних, лідерських здібностей, знань іноземної мови.

Застосування різноманітних форм і методів навчання допомагає формувати у здобувачів вищої освіти найбільш затребувані соціальні навички (soft skills). Індивідуальні якості (критичність та гнучкість мислення, креативність, уміння формулювати думку, тайм-менеджмент, робота в команді, формування командної динаміки, лідерські навички, вміння переконувати, приймати й відстоювати власне рішення, брати на себе відповідальність) розвиваються при вивченні дисциплін ОК1, ОК8, ОК9, ОК10.

Ораторські та комунікативні здібності, навички створення презентацій здобувачі досягають при вивченні освітніх компонент: ОК1, ОК11, ОК12, ОК13.

Яким чином зміст ОП ураховує вимоги відповідного професійного стандарту?

Професійний стандарт з даної спеціальності відсутній. Проте компетентності та програмні результати навчання за даною ОП, які набувають випускники, дозволяють їм працювати за професіями Національного класифікатора професій ДК 003:2010, зазначеними в п. «Придатність до працевлаштування» ОП.

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

При реалізації ОП використовується студентоцентризований підхід, який ґрунтується на навчальному навантаженні відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-243 від 15.04.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>) та враховує результати щорічного опитування. Згідно з даним положенням навчальний процес включає аудиторні заняття та самостійну роботу студента. Дана ОП визначає 90 кредитів ЄКТС (2700 год.). Тижневий обсяг аудиторного навантаження для здобувачів вищої освіти згідно з навчальним планом на період навчання складає в: 1 семестрі – 18 акад. год., 2 семестрі – 18 акад. год., та 3 семестрі – 17 акад. год. Частка самостійної роботи студента разом з обов'язковою частиною складає 65% (дисципліни – 65%, практика – 100%). У семестрі рекомендується планувати не більше 8 екзаменів і заліків, екзаменів – не більше 4. Зазначені заходи обґрунтовують та оптимізують навантаженість здобувачів вищої освіти. Для допомоги в організації самостійної роботи та постійної комунікації студента з викладачем, окрім живого спілкування, використовуються електронні ресурси й технології: ATutor, електронна пошта, консультації та інші методи сучасного спілкування.

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

За ОП не здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти. Однак у спілкуванні з роботодавцями ми шукаємо шляхи та можливості реалізувати дану форму освіти чи її елементи.

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

Правила прийому до ТНТУ в 2022 році (<http://tntu.edu.ua/?p=uk/admission/rules>) з додатками, зокрема:

Додаток 1. Розподіл ліцензованого обсягу в 2022 р. для здобуття ступеня «Бакалавр» на основі ПЗСО, «Бакалавр» на основі ОПС «фаховий молодший бакалавр», ОС «молодший бакалавр» та ОКР «молодший спеціаліст», ступеня магістр за формами здобуття освіти.

Додаток 4. Перелік спеціальностей (конкурсних пропозицій) та вступних випробувань для прийому на навчання

осіб, які здобули освітній ступінь (освітньо-кваліфікаційний рівень) бакалавра, освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста, освітній ступінь магістра для здобуття освітнього ступеня магістра.

Додаток 6. Структура мотиваційного листа та вимоги до нього.

Додаток 7. Порядок та критерії оцінювання мотиваційних листів вступників.

Додаток 9. Правила прийому на навчання для здобуття вищої освіти осіб, які проживають на тимчасово окупованих територіях України до ТНТУ.

Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення в приміщеннях ТНТУ: (http://tntu.edu.ua/storage/pages/00000213/poriadok_suprovodu.pdf).

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

Прийом на навчання здійснюється в межах ліцензійного обсягу. Прийом на навчання на ОП «Маркетинг» проводиться відповідно до загальних вимог, визначених Правилами прийому до Університету. Конкурсний відбір для здобуття ступеня вищої освіти за ОП здійснюється за результатами вступних випробувань – у формі магістерського тесту навчальної компетентності, фахового іспиту та мотиваційного листа. Програма фахового іспиту за ОП формується/переглядається щороку фаховою атестаційною комісією й оприлюднюється не пізніше ніж за три дні до початку прийому документів (https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000317/pvn_m075-2022.pdf). Компоненти фахового вступного випробування враховують особливості освітньої програми. Вимоги щодо структури та змісту мотиваційного листа розміщено на веб-сторінці ТНТУ (<https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000314/tntu-pp2022-dob.pdf>).

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регламентуються «Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу ТНТУ ім. І.Пулюя» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=30>), яке базується на документах Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) та передбачає участь в академічній мобільності студентів бакалаврського та магістерського рівня вищої освіти.

Однією з основних вимог до організації академічної мобільності є відкритість процедур (як конкурсних, так і не конкурсних), а також їх безумовне дотримання всіма учасниками. Конкурс на отримання права на навчання за програмою академічної мобільності проводиться шляхом відкритої процедури відповідно до принципу рівності можливостей та особистих здібностей. Основні вимоги до учасників програми:

- середній бал успішності не нижче 4,0 (за національною шкалою);
- участь у науково-дослідній роботі;
- володіння англійською мовою або мовою країни, в якій передбачається проходження навчання на рівні не нижчому, ніж встановлено умовами програми.

Визнання результатів навчання здійснюється на основі Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи. Рішення про зарахування періодів навчання, перезарахування курсів (навчальних дисциплін), кредитів та ліквідацію академічної різниці ухвалює декан факультету.

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

Випадків застосування правил визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, на освітній програмі «Маркетинг» підготовки магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг», не було.

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

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регламентується «Положенням про визнання у ТНТУ ім. І.Пулюя результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті» (наказ № 4/7156 від 26.02.2021; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=569>). Визнання результатів навчання у неформальній освіті дозволяється для дисциплін навчального плану, які вивчаються з другого семестру. Зарахована може бути як навчальна дисципліна повністю, так і її складові (змістовні модулі, окремі теми тощо). Визнання результатів проводиться у семестрі, який передує семестру, в якому згідно з навчальним планом ОП передбачено вивчення дисципліни, яка може бути частково чи повністю зарахована. Визнаними можуть бути результати навчання, здобуті в неформальній освіті в обсязі, що не перевищує 10% від загального обсягу освітньої програми здобувача, але, як правило, не більше 8 кредитів у межах навчального року. Зарахування результатів неформальної освіти здійснюється на добровільній основі та передбачає підтвердження того, що здобувач вищої освіти досяг часткових результатів навчання, передбачених ОП.

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

Практики застосування правил визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, на освітній програмі «Маркетинг» підготовки магістра за спеціальністю 075 «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

Форми та методи навчання і викладання на ОП «Маркетинг» сприяють досягненню програмних результатів навчання: зміст освітнього процесу відображається у навчальних планах, робочих програмах, електронних навчальних курсах, методичних посібниках, підручниках. Методи навчання: 1) основна частина навчання відбувається в групах, що дозволяє практикувати студентоцентроване навчання з дискусіями, диспутиами та підготовкою презентацій і проєктів самостійно та/або в групах; 2) словесні, наочні та практичні; 3) змішане навчання з розв'язанням ситуаційних завдань, які розвивають аналітичні здібності й навички роботи в колективі; 4) самостійне навчання. Також активно, що надзвичайно актуально, використовується система змішаного навчання, яке передбачає проведення лекційних занять дистанційно, а практичних – очно. «Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-243 від 15.04.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>). Викладачі самостійно обирають методи навчання і зазначають їх у робочих програмах та силабусах навчальних дисциплін. Валідність методів навчання досягненню ПРН відображено у таблиці 3.

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

Студентоцентроване навчання включає методи навчання, які переносять фокус освіти з викладача на студента. Студент може проходити навчальні курси як у системі ATutor, так і за індивідуальним графіком навчання («Положення про індивідуальний навчальний план студента ТНТУ» (наказ №4/7-669 від 25.09.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=25>). У «Полож. про оцінюв. здобувачів вищої освіти ТНТУ» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=86>) наведена процедура оскарження результатів навчання у Р.6. «Процедури розгляду звернень здобувачів вищої освіти щодо оцінювання».

Навчаючись, студенти мають можливість вибору місць та тематики практик, а також реалізувати власні інтереси у процесі підготовки кваліфікаційної роботи.

Періодично проводиться опитування студентів щодо якості навчання та кваліфікації викладачів, ефективності застосування в навчальних методиках інтерактивних технологій. Опитування проводять працівники відділу забезпечення якості освіти ТНТУ (результати опитувань: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=561>; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=640>; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=730>).

У «Полож. про роботу органів студ. самоврядування ТНТУ» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=473>) іде мова про включення студ. середовища на паритетних умовах до процесу функціонування ТНТУ.

Навчання в ТНТУ зосереджене на потребах та інтересах здобувачів вищої освіти. Студенти мають постійний контакт з викладачами кафедр.

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

Для здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» і для науково-педагогічних працівників ТНТУ забезпечується академічна свобода, яка полягає у самостійності і незалежності учасників освітнього процесу та здійснюється на принципах свободи слова і творчості, поширення знань та інформації, проведення маркетингових досліджень. Відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-243 від 15.04.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>) лектор зобов'язаний дотримуватися робочої програми навчальної дисципліни щодо тематики та змісту лекційних занять, але не обмежуватися у питаннях інтерпретації навчального матеріалу, формах і способах його викладення. Під час практичних занять передбачено обговорення проблемних питань у формі відкритої дискусії, де кожен з учасників освітнього процесу має рівне право вільно, на демократичних засадах висловлювати свою думку та відстоювати власну позицію. Здобувачі вищої освіти за ОП «Маркетинг» мають право шляхом формування індивідуальної траєкторії навчання обирати: дисципліни із переліку компонентів освітньої програми за вибором здобувачів вищої освіти; напрямок наукових досліджень; теми індивідуальних науково-дослідних завдань; курсових робіт; бази проходження практик; теми та керівників кваліфікаційних робіт; час і місце для самостійної роботи; форми комунікації; отримувати інформацію шляхом вільного доступу на період навчання до інформаційних ресурсів ТНТУ.

Опишіть, яким чином і у які строки учасникам освітнього процесу надається інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів *

Інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання надається учасникам освітнього процесу до початку вивчення освітніх компонентів. У відповідних робочих програмах та силабусах дисциплін, які розміщені на сайті випускової кафедри (<https://kaf-pm.tntu.edu.ua/>) та Web-орієнтованої системи керування навчальним матеріалом ATutor (<https://dl.tntu.edu.ua/about.php?lang=uk>) надається інформація щодо мети, змісту та очікуваних результатів навчання, порядок та критерії оцінювання різних форм роботи. Викладачі розробляють методичні рекомендації для практичних занять та самостійної роботи студентів, питання та практичні завдання до заліків та іспитів, з якими ознайомлюють здобувачів вищої освіти та доступ до яких здійснюється з використанням системи дистанційного навчання ATutor (<https://dl.tntu.edu.ua/login.php>). Інформація щодо навчання: графік організації освітнього процесу (https://nv.tntu.edu.ua/files/graph_den.pdf), розклади навчання (<https://tntu.edu.ua/?p=uk/schedule&s=fem>),

інформація про викладачів, студентська діяльність доступна на офіційному сайті університету (<http://tntu.edu.ua/?p=uk/main/>).

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

Для поєднання здобувачами вищої освіти навчальної та дослідницької діяльності у ТНТУ створені усі умови. Під час освітнього процесу для здобувачів вищої освіти застосовуються інноваційні технології навчання на базі електронного навчального середовища ATutor, розроблені у проблемно-ситуаційних практиках навчання. Викладачі активно залучають здобувачів вищої освіти до наукових досліджень. У ТНТУ проводяться всеукраїнські та міжнародні наукові та науково-практичні конференції, на яких здобувачі вищої освіти проводять апробацію своїх наукових результатів. Результати наукових досліджень здобувачів вищої освіти обговорюють на засіданнях студентського наукового гуртка «Клуб маркетолога» (<https://www.facebook.com/PromMarketingTNTU/posts/602184081695875>), при проведенні «Дня маркетолога», які організовуються представниками кафедри промислового маркетингу, а також відображають у кваліфікаційній роботі магістра. Результати апробованих наукових досліджень публікуються у збірниках тез конференцій, з якими можна ознайомитись у науково-технічній бібліотеці ТНТУ та Інституційному репозитарії ELARTU (<http://elartu.tntu.edu.ua/>). Ресурси бібліотеки та репозитарію використовуються студентами для проведення етапу пошуку, огляду та аналізу літературних джерел за обраною тематикою наукових досліджень. На кафедрі студенти та наукові керівники здійснюють дослідження за кафедральною НДР «Формування комплексу маркетингових технологій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки» (Державний реєстраційний номер: 0122U200518). Зокрема, студентка Сташок Ірина (ПММ-61). Здобувачі реалізують свій науковий потенціал шляхом участі в студентських олімпіадах та конкурсах студентських наукових робіт. Кожного року (починаючи з 2008р.) кафедрою промислового маркетингу ТНТУ проводиться I етап Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг», де визначаються переможці та надається рекомендація для участі в II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади. З метою максимального оволодіння методами наукових досліджень, до ОП включені ОК: «Методологія наукових досліджень в маркетингу» та «Дослідження ринку та розробка проєктів» (англійською мовою). Під час вивчення цих дисциплін здобувачі вищої освіти набувають знань щодо методологічних засад і організації наукової праці та практичних навичок з ефективної та успішної наукової діяльності.

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

Зміст освітніх компонентів ОП переглядається кожного семестру та оновлюється з урахуванням наукових досліджень, сучасних практик у сфері маркетингу. Перед початком навчального року (за потреби) оновлюються робочі програми дисциплін, програми практик, теми курсових робіт, які розглядаються під час засідань кафедри промислового маркетингу. Під час лекційних та практичних занять, які організовуються із залученням представників бізнесу, розробляються спільні пропозиції щодо змісту навчальних програм. Оновлення змісту навчальних дисциплін відбувається також і в системі електронного навчання ATutor (<https://dl.tntu.edu.ua/login.php>). Викладачі оновлюють зміст освітніх компонентів на основі наукових досягнень та сучасних практик через стажування на підприємствах та ЗВО в Україні та за кордоном; підвищення кваліфікації; участь у міжнародних науково-практичних конференціях; публікаціях у фахових виданнях та виданнях, що включені до наукометричних баз даних Web of Science та Scopus. Зокрема, за результатами наукових досліджень та міжнародних стажувань оновлено зміст ОК4 (проф. Якимішин Л.Я.). За результатами дослідження і розробок, отриманих при виконанні дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук оновлено зміст ОК8 (проф. Рожко Н.Я.). За результатами наукових досліджень та підвищення кваліфікації було оновлено зміст ОК2, ОК5 (доц. Оксентюк Б. А.), ОК3 (доц. Шпилик С.В.) та ОК9 (доц. Бурліцька О.П.). За результатами участі у XI Регіональній та Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференціях: «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі» було внесено певні зміни у зміст ОК 7 (доц. Краузе О.І.) та ОК10 (доц. Піняк І.Л.). Обґрунтування відповідності НПП, які забезпечують підготовку здобувачів ОП Маркетинг, щодо формування змісту ОК, наведено у таблиці 2.

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

Викладання та наукові дослідження в межах ОП пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності університету на основі двосторонніх договорів між ТНТУ та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів (<https://tntu.edu.ua/?p=uk/about/inter/edu-partners>). Викладачі кафедри проходили закордонні стажування у Суспільній академії наук у місті Лодзь, Республіка Польща (д.е.н., проф. Якимішин Л.Я. (2018р.), д.е.н., проф. Якимішин Л.Я. (2019р.), д.е.н., проф. Фалович В.А. (2019р.)), на підприємстві STELA Laxhuber GmbH, Німеччина (д.е.н., проф. Якимішин Л.Я. (2022р.), д.е.н., проф. Фалович В.А. (2022р.)). Науковці кафедри були учасниками тренінгів, проведених іноземними організаторами в межах ТНТУ. ТНТУ має відкритий доступ до міжнародних та українських наукових інформаційних ресурсів, англійськомовну сторінку (<https://in.tntu.edu.ua>), сторінку відділу міжнародного співробітництва (<http://tntu.edu.ua/?p=uk/about/inter/vms>), «Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу ТНТУ» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=30>).

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

У робочій програмі та силабусі кожної дисципліни ОП відображаються форми, методи контролю та оцінювання результатів навчання. Перевірка знань студентів передбачає: поточний контроль – систематичне опитування студентів під час проведення практичного заняття; періодичний вибірковий контроль – контроль знань студентів на лекційних заняттях; модульний контроль – тестові завдання засобами Web-орієнтованої системи керування навчальним матеріалом ATutor (<https://dl.tntu.edu.ua/about.php?lang=uk>); підсумковий контроль – сума результатів за вказаними вище пунктами. Модульний контроль дозволяє перевірити засвоєння як теоретичного, так і практичного матеріалу в поєднанні з перевіркою і захистом практичних робіт, курсових робіт, звітів з практик. На початку викладання дисципліни викладач особисто інформує здобувачів про форми контрольних заходів. Оцінювання навчальних досягнень студентів в університеті здійснюється за: 100-бальною; шкалою Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи ECTS (A, B, C, D, E, F, FX) з переведенням у чотирибальну шкалу – («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано»/ «не зараховано»). Форми контрольних заходів щодо оцінювання результатів навчання в межах дисциплін здійснюється відповідно до: «Положення про оцінювання здобувачів вищої освіти ТНТУ ім.І.Пулюя» (наказ №4/7-670 від 25.09.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=86>); «Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-243 від 15.04.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>); «Положення про робочу програму ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-151 від 02.03.2018; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=338>).

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

На першому занятті з дисципліни викладачі, що забезпечують реалізацію ОП, доводять до відома студентів про форми контрольних заходів та критерії оцінювання. Згідно з «Положенням про організ. освіт. процесу в ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ №4/7243 від 15.04.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>) форми проведення поточного контролю та критерії оцінювання рівня знань визначаються робочою програмою навчальної дисципліни. Робочі програми навчальних дисциплін розміщуються в системі дистанційного навчання ATutor та на сайті кафедри (<https://kaf-pm.tntu.edu.ua/>). Кожен електронний навчальний курс (ЕНК) (<https://dl.tntu.edu.ua/login.php>) містить розділ «Критерії оцінювання». Згідно з «Положенням про підсумковий семестровий контроль результатів навчання студентів ТНТУ» (наказ №4/7-122 від 17.02.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=489>) семестровий контроль з навчальної дисципліни та інших компонент навчального плану, відповідно до робочого навчального плану проводиться у формі семестрового екзамену, диференційованого заліку або заліку в обсязі навчального матеріалу, визначеному робочою програмою навчальної дисципліни. Оцінювання досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється за допомогою: захисту курсових робіт; індивідуальних завдань; практичних завдань; захисту звітів із проходження практик; здавання модулів (у формі тестів); захисту кваліфікаційної роботи.

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

На початку кожного навчального року здобувачі вищої освіти ознайомлюються з формами контрольних заходів та критеріями оцінювання з кожної дисципліни в системі дистанційного навчання ATutor (<https://dl.tntu.edu.ua/login.php>), де для кожного освітнього компонента є робочі програми та силабуси. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання кожної ОК є обов'язковою складовою відповідного ЕНК. Дана інформація для здобувачів вищої освіти подана у силабусах навчальних дисциплін, що розміщені на сайті кафедри (<https://kaf-pm.tntu.edu.ua/>).

На першому занятті кожен викладач обов'язково доводить до відома здобувачів про форми контрольних заходів та критерії оцінювання і дає відповідь на всі поставлені запитання.

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

Атестація здобувачів здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи магістра і проводиться екзаменаційною комісією відповідно до «Положення про екзаменаційну комісію з атестації здобувачів вищої освіти ТНТУ» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=506>) та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження йому ступеня «магістр» і присвоєнням кваліфікації «магістр маркетингу».

Атестація здобувачів вищої освіти проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи магістра і відповідає вимогам стандарту вищої освіти (п.«3. Форма атестації здобувачів вищої освіти» даної ОП).

Процедури та форми атестації здобувачів вищої освіти визначені внутрішніми нормативними положеннями, зокрема: «Положенням про кваліфікаційні роботи студентів ТНТУ» (наказ №4-7-72 від 02.02.2021; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=496>); «Положенням про оцінювання здобувачів вищої освіти ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ №4/7-670 від 25.09.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=86>); «Положенням про екзаменаційну комісію з атестації здобувачів вищої освіти ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ №4/7-453 від 26.06.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=506>); «Положенням про недопущення академічного плагіату в ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-114 від 12.02.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=462>).

Яким документом ЗВО регулюється процедура проведення контрольних заходів? Яким чином

забезпечується його доступність для учасників освітнього процесу?

«Положення про організацію освітнього процесу в Тернопільському національному технічному університеті ім. І. Пулюя» (наказ №4/7-243 від 15.04.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>) регламентує організацію та проведення освітнього процесу відповідно до законодавства України та стандартів вищої освіти. Контрольні заходи проводяться у вигляді модульного тестування, екзамену, заліку та описані в робочій програмі та силабусі кожної освітньої компоненти.

Робочі програми та навчально-методична література розміщені у вільному доступі для ознайомлення в системі дистанційного навчання ATutor (<https://dl.tntu.edu.ua/login.php>), або/та в Інституційному репозитарії ТНТУ ELARTU (<http://elartu.tntu.edu.ua/>). Також інформування здобувачів вищої освіти про контрольні заходи здійснює особисто викладач. Відповідні положення регулюють процедури проведення контрольних заходів: «Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ №4/7-243 від 15.04.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>); «Положення про оцінювання здобувачів вищої освіти ТНТУ ім.І.Пулюя» (наказ №4/7-670 від 25.09.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=86>); «Положення про підсумковий семестровий контроль результатів навчання студентів ТНТУ» (наказ №4/7-122 від 17.02.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=489>).

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

Згідно з «Полож. про підсум. семестр. контроль результ. навчання студентів ТНТУ» (наказ №4/7-122 від 17.02.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=489>), семестровий іспит, залік (крім практики, курсової роботи) проводиться спільно двома викладачами. Захист звіту з практики та курсової роботи відбувається у складі комісії з трьох викладачів кафедри та керівника курсової роботи/звіту практики. Атестація студентів відбувається на відкритому засіданні ЕК (<https://www.facebook.com/PromMarketingTNTU/posts/1533501773670631>). Під час проведення семестрового контролю, за поданням студентської ради, може бути присутній представник органів студентського самоврядування як спостерігач. Для забезпечення об'єктивності оцінювання здобувачі проходять модульне оцінювання у вигляді тестів у системі дистанційного навчання ATutor. Результати проходження перевіряються системою оцінювання (без участі викладача), що усуває суб'єктивність оцінювання. Порядок врегулюв. конфлікту інтересів міститься у «Полож. про організ. освіт. процесу у ТНТУ» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>). Крім цього діє «Полож. про врегулюв. конфлікт. ситуацій у ТНТУ» (наказ №4/7-164 від 01.03.2021; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=568>).

У «Полож. про оцін. здобувачів вищої освіти ТНТУ» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=86>) наведена процедура оскарження результатів навчання у розділі 6.

Випадків застосування процедури врегулювання конфлікту інтересів на ОП «Маркетинг» не було.

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів у ТНТУ визначений у «Положенні про оцінювання здобувачів вищої освіти ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7670 від 25.09.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=86>).

Повторне оцінювання – повторне проведення підсумкового контролю зазначене у «Положенні про підсумковий семестровий контроль результатів навчання студентів ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-122 від 17.02.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=489>).

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

У ТНТУ порядок оскарження результатів провед. контроль. заходів здійсн. згідно з «Полож. про оцін. здобувачів вищої освіти ТНТУ» (наказ №4/7-670 від 25.09.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=86>), зокрема розділ 6. Упродовж тижня після оголош. результ. відповідного контролю студент може звернутися до виклад. за роз'ясненням і/або з незгодою щодо отриманої оцінки. Звернення може бути усним, письмовим або електронним, надісланим через систему ATutor. У випадку незгоди з рішенням викладача студент може звернутися до зав. каф. з умотивованою письмовою або усною заявою. За заявою студента й поясненням (усним чи письмовим) викладачів зав. каф. ухвалює рішення про оцінювання результ. контролю іншим викладачем, що викладає ту саму чи суміжну дисципл., або має достатню компетенцію для оцінювання знань студента. Якщо оцінка першого й повторного оцінювання відрізняється у понад 10%, то оцінка визначається як середнє арифметичне двох. Інакше справедливою є оцінка, виставлена при першому оцінюванні. Здобувачі можуть оскаржити результати усіх видів контролю, а при атестації – саму процедуру. Якщо студент не згоден із рішенням комісії і вважає, що порушена процедура захисту, він може подати письмову заяву декану не пізніше наступного дня після проведення оцінювання. Декан своїм рішенням формує комісію для розгляду питання дотримання процедури. Прикладів застосування вищезазначених правил за даною ОП не було.

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

У ТНТУ діє «Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ТНТУ» (наказ №4/7-969 від 01.11.2019 <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=465>). За неналежне дотримання академічної доброчесності до науково-педагогічних та наукових працівників університету, а також до здобувачів вищої освіти можуть бути застосовані різноманітні заходи академічної відповідальності. В університеті діє «Комісія з академічної

добросовісності», котра розглядає події конфліктного характеру та створюється за розпорядженням ректора університету з повноваженнями на період вивчення справи по суті.

Крім цього основні положення та процедури дотримання академічної добросовісності зафіксовано в «Положенні про організацію освітнього процесу у ТНТУ» (наказ №4/7-243 від 15.04.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>).

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

Всі електронні навчальні курси в ATutor передбачають перевірку завантажуваних файлів студентських робіт (звітів, індивідуальних робіт, курсових робіт і т.д.) на унікальність. Також використовується система антиплагіат для аналізу кваліфікаційних робіт.

У кваліфікаційній роботі здобувача вищої освіти другого (магістерського) рівня не повинно бути академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації. Перевірка на антиплагіат здійснюється відповідно до «Положення про академічну добросовісність учасників освітнього процесу ТНТУ» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=465>) за допомогою систем антиплагіату <https://StrikePlagiarism.com> (2019-2021 рр.) та Unicheck (2022 р.) Захищена кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти розміщується у повному об'ємі в інституційному репозитарії ELARTU (<http://elartu.tntu.edu.ua/>).

На кожному занятті викладачі наголошують щодо необхідності дотримання принципів академічної добросовісності усіма учасниками освітнього процесу.

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

У ТНТУ через консультування та роз'яснювальну роботу вимог з написання звітів, курсових та кваліфікаційних робіт, наукових праць (статей, тез) викладачами, кураторами, керівниками практик та кваліфікаційних робіт постійно наголошується на принципах самостійності, коректного використання інформації з інших джерел та уникання плагіату, вимог до застосування джерел та оформлення цитувань. ТНТУ поширює академічну добросовісність через пропагування «Положення про академічну добросовісність учасників освітнього процесу ТНТУ» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=465>), інших нормативних документів, які врегульовують цю діяльність, на офіційній веб-сторінці «Нормативна база ТНТУ» (<https://docs.tntu.edu.ua>), а також шляхом дослідження політики академічної добросовісності.

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

Обов'язкова перевірка на академічний плагіат кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня ОП «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» передбачена у грудні 2022 р. У випадку порушення академічної добросовісності (виявленні ознак плагіату) при виконанні кваліфікаційних робіт передбачено їх виправлення та повторну перевірку на ознаки плагіату.

Дотримання вимог академічної добросовісності на кафедрі промислового маркетингу відбувається на належному рівні, тому потреби у вживанні конкретних заходів щодо протидії порушенням академічної добросовісності не виникало. Відповідних ситуацій щодо здобувачів вищої освіти за даною ОП зафіксовано не було.

6. Людські ресурси

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

У ТНТУ діє «Положення про порядок обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=323>). Претендент на посаду науково-педагогічного працівника подає документи, які засвідчують його попередню науково-педагогічну роботу: список наукових та навчально-методичних праць, виданих за попередній термін дії трудового договору чи контракту; висновку про якість проведення відкритого заняття; документи про проходження підвищення кваліфікації.

Вимоги конкурсного набору мотивували науково-педагогічних працівників кафедри, які забезпечують виконання ОП, за останні п'ять років захистити з докторські дисертації (Якимишин Л.Я. (2017р.), Фалович В.А. (2018р.), Рожко Н.Я. (2021р.)).

Університеті діє «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=463>), згідно з яким університет забезпечує необхідний рівень кваліфікації науково-педагогічних працівників шляхом формулювання чітких вимог до претендентів на посади, зокрема здатності кандидата розвиватися та професійно зростати.

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

Згідно з «Положення про раду роботодавців ТНТУ ім. І.Пулюя» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=126>) в ТНТУ діє Рада роботодавців і Експертні ради випускових кафедр за відповідними спеціальностями. Вони беруть участь в обговоренні та розробленні ОП. Проводять оцінювання навч. планів підготовки з точки зору професійних компетентностей та рівня підготовки випускників до професійної діяльності. Також роботодавці залучені до

організації та реалізації освітнього процесу через: організацію ділових зустрічей у форматі круглих столів («Днів маркетолога», «Днів кар'єри» та «Ярмарків вакансій»); виступи на бізнес-форумах, науково-практичних конференціях; рецензування ОП; участь в практичній підготовці фахівців (в ОП- це фахова практика та практика за темою кваліф. роботи магістра). Відпов. до «Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти у ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-128 від 19.02.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=469>) роботодавці забезпечують організацію та контроль проходження практики студентами у конкретних підрозділах баз практики. Активність роботодавців у такого роду співпраці із ТНТУ зумовлюється встановленням довгострокових відносин на основі підписаних угод і взаємовигідністю цієї співпраці через подальше працевлаштування кращих випускників ТНТУ. Зокрема, студенти ОП Маркетинг після проходження практики за темою кваліфікаційної роботи неодноразово, на основі оцінки їх професійних компетентностей, отримували пропозицію працевлаштування від бази практики.

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

Кафедра активно залучає професіоналів-практиків до проведення гостьових лекцій, зокрема викладачами кафедри організовано лекції: регіонального керівника ГО «Діловий Клуб «Партнер» Олександра Сохацького (<https://www.facebook.com/PromMarketingTNTU/posts/1485315668489242>), представників Студії інтернет-маркетингу OnlineMedia (<https://www.facebook.com/PromMarketingTNTU/posts/1402143936806416>), голови та заступника голови громадської організації «АТОМ» в особі Ірини Яремчук та Людмили Лукіяна (<https://www.facebook.com/PromMarketingTNTU/posts/731786367175513>), віце-президента з маркетингу та зв'язків з громадськістю міжнародної молодіжної організації AIESEC Ukraine в Тернополі Юрія Королишина (<https://www.facebook.com/PromMarketingTNTU/posts/799393003748182>), Інтернет-маркетолога мовних шкіл Профі-Центр Христини Савки (<https://www.facebook.com/PromMarketingTNTU/posts/803643803323102>), віце-президента з питань регіонального розвитку Міжнародної торгової палати ICC Ukraine Тараса Демчури (<https://www.facebook.com/PromMarketingTNTU/posts/719103905110426>).

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

У ТНТУ діє «Положення про підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-1072 від 29.11.2019; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=474>), що визначає процедуру, види, форми, обсяг (тривалість), періодичність, умови підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників університету, включаючи умови й процедуру визнання результатів підвищення кваліфікації. Положенням визначено періодичність підвищення кваліфікації НПП не рідше одного разу на п'ять років. Викладачі кафедри, які забезпечують ОК даної ОП проходять стажування на підприємствах та ЗВО в Україні та за кордоном.

Для викладачів передбачено «Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу ТНТУ ім. І. Пулюя» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=30>). Зокрема, викладачі кафедри проходили закордонні стажування у Суспільній академії наук у місті Лодзь, Республіка Польща (д.е.н., проф. Якимішин Л.Я. (2018р.), д.е.н., проф. Якимішин Л.Я. (2019р.), д.е.н., проф. Фалович В.А. (2019р.)), на підприємстві STELA Laxhuber GmbH, Німеччина (д.е.н., проф. Якимішин Л.Я. (2022р.), д.е.н., проф. Фалович В.А. (2022р.)).

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Одним із шляхів розвитку викладацької майстерності є присвоєння працівникам учених звань, яке регламентується «Положенням про порядок присвоєння вчених звань науково-педагогічним і науковим працівникам ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-151 від 28.02.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=491>).

У ТНТУ діють «Положення про рейтингову систему оцінювання якості роботи факультетів і кафедр університету» (наказ №4/7-131 від 27.02.2019; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=331>) і «Положення про преміювання працівників ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ №4/7-223 від 24.03.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=353>), за наукові публікації у провідних наукометричних базах, таких, як Scopus і Web of Science.

Окрім цього, однією з вимог підписання контракту є проведення науково-педагогічними працівниками відкритих занять, що регламентується «Положенням про планування, проведення, оцінювання відкритих занять та про відвідування занять у ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-152 від 02.03.2018; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=343>).

Також ТНТУ організовує для НПП курси підвищення кваліфікації з курсу «Комп'ютерні технології в організації освітнього процесу та дистанційного навчання», зокрема викладачі кафедри доц. Бурліцька О.П. та доц. Голда Н.М. пройшли дані курси та отримали сертифікати про підвищення кваліфікації.

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

Фінансові, матеріально-технічні ресурси, навчально-методичне забезпечення та інфраструктурні об'єкти ТНТУ забезпечують досягнення визначених ОП цілей та ПР. Фонди бібліотеки налічують 202114 примірників навчальної,

методичної, наукової, художньої літератури (<https://library.tntu.edu.ua/biblioteka/about/>).

Доступ до електрон. ресурсів бібліот. забезп. функціонуванням репозитарію (ELARTU) відкритого доступу (<http://elartu.tntu.edu.ua/>)

На кафедрі є «Бібліотека маркетолога», де наявні сучасні літературні джерела, якими користуються здобувачі вищої освіти даної ОП. Комп'ютерна мережа ТНТУ надає можливість вільного доступу здобувачам, викладачам та допоміжному персоналу до всесвітньої мережі Інтернет. Здобувачі та працівники розвивають свої творчі здібності, підтримують фізичне здоров'я в сучасних мистецьких і спортивних залах університету та плавальному басейні СК «Політехнік».

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?

Інформаційно-освітнє середовище, створене в ТНТУ, дає можливість задовольнити потреби та інтереси здобувачів вищої освіти за даною ОП. Вільний доступ до мережі Інтернет є в усіх корпусах університету, а також гуртожитках, де проживають здобувачі вищої освіти.

Вибіркова складова в ОП дає можливість здобувачам обрати вибіркові компоненти на наступний навчальний семестр, сформувавши індивідуальний план та вибрати індивідуальну освітню траєкторію («Положення про індивідуальний навчальний план студента ТНТУ ім. І. Пулюя», <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=25>).

У системі дистанційного навчання ТНТУ ATutor здобувачі вищої освіти мають змогу дати оцінку ОК щодо рівня їх якості в забезпеченні освітнього процесу.

Також враховуються пропозиції, побажання здобувачів вищої освіти за результатами їх опитувань (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=561>, <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=640>, <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=730>).

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

На виконання плану заходів по підготовці університету до 2022/23 н.р. з урахуванням наслідків збройної агресії рф «Про проведення позапланових інструктажів» (наказ №4/7-688 від 22.07.2022) зав. кафедри та керівники відділів при виникненні надзв. ситуації зобов'язані здійснити комплекс заходів спрямованих на організацію захисту працівників відповідно до Інструкцій № 320-322, та ознайомити працівників з Пам'яткою дії в ум. надзв. ситуацій воєнного характеру (<https://tntu.edu.ua/?p=uk/info/documents/emergency>).

На поч. навч. року кафедрою та відповідальними особами з ох. праці проводиться вступний інструктаж здобувачів щодо правил поведінки під час осв. процесу та правил пожежної безпеки, ознайомлення з планом евакуації у разі виникнення загрози ракетного удару чи пожежі.

При входах, в усіх корпусах наявні антисептичні засоби для обробки рук, що запобігає поширенню COVID-19 в умовах пандемії.

У 2022/23 н.р. заняття для здобувачів вищої освіти проводитимуться у змішаному режимі для кількості осіб, яких зможуть вмістити наявні укриття (наказ №4/7-720 від 29.8.2022).

Здобувачі мають змогу звернутися за допомогою до психолога, к.психол.н., доц. Періг Ірини Мирославівни з приводу допомоги у вирішенні різного роду соціально-психологічних проблем (<https://www.facebook.com/PromMarketingTNTU/posts/603194381594845>).

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?

Механізми освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти ТНТУ реалізуються на різних рівнях - загальноуніверситетський, факультетський, кафедральний, особистісний.

На загальноуніверситетському рівні створені всі передумови забезпечення належних умов навчання. Зокрема, на офіційному сайті ТНТУ присутня уся необхідна для здобувачів вищої освіти інформація стосовно організації освітнього процесу, змісту ОП та окремих освітніх компонент, графіку освітнього процесу, розкладу занять, актуальних можливостей академічної мобільності, участі у поданні заяв на грантові та стипендіальні програми, конкурсах, конференціях тощо. Також, здобувачі вищої освіти та інші учасники освітнього процесу мають доступ до усіх нормативних документів ТНТУ.

Факультетський рівень підтримки здобувачів вищої освіти відбувається через деканат. Кафедральний та особистісний - через НПП та допоміжний персонал. Комунікація зі студентами відбувається як опосередковано - через старост академічних груп, так і безпосередньо в процесі спілкування здобувачів з викладачами та адміністрацією факультету. При цьому використовуються сучасні засоби комунікації: електронна пошта, Viber, спільноти у соціальних мережах. Під час використання технологій дистанційного навчання, здобувачі мають можливість отримувати консультації, звертаючись до викладачів через систему дистанційного навчання «ATutor». Здобувачі ОП мають вільний доступ до інформації про ОП, документів, що її регламентують, силабусів навчальних дисциплін. Кафедрою забезпечується підтримка здобувачів при виборі місця практики, сприяння кар'єрному старту через взаємодію з стейкхолдерами.

Здобувачі вищої освіти можуть залишати свої звернення в спеціальних скриньках, які є в навчальних корпусах ТНТУ, або звернутися через електронні засоби (<http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/feedback>). Здобувачі ОП мають вільний доступ до публічної інформації, зокрема щодо рейтингового оцінювання студентів (<http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/students-rating>). На комісії спільно з адміністрацією університету представники органів студентського самоврядування приймають рішення щодо питань розподілу стипендіального фонду, заохочення студентів, виплати

спеціальних допомог, передбачених чинним законодавством. Також органи студентського самоврядування можуть вносити на розгляд адміністрації пропозиції щодо покращення побутових умов, умов проживання в гуртожитках, медичного обслуговування, відпочинку та дозвілля тощо. Враховуються також пропозиції, побажання здобувачів вищої освіти за результатами їх опитувань (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=561>, <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=640>, <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=730>). Опитування показали, що суттєвих проблем у здобувачів освіти за ОП не було виявлено. Це підтверджує належний рівень механізмів освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти.

Яким чином ЗВО створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами? Наведіть посилання на конкретні приклади створення таких умов на ОП (якщо такі були)

В університеті затверджено «Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення в приміщеннях ТНТУ ім. І.Пулюя» від 21.05.2018 року (http://tntu.edu.ua/storage/pages/00000213/poriadok_suprovodu.pdf).

Створено умови для забезпечення реалізації права на освіту особам з особливими освітніми потребами: доступ до корпусів, де здійснюється освітній процес та гуртожитки обладнані кнопкою виклику чергового персоналу, а також табличкою з номером телефону чергового персоналу, що розміщені зі сторони центрального входу в будівлю на помітному й доступному місці.

Зокрема: будівлі університету, які обладнані пандусами: корпус № 1, 3, 7, 10; будівлі, конструкція входу в які не потребує наявності пандуса для безперешкодного доступу: корпус № 2, 4, 5, 6, 8, 9, гуртожиток №1, 2, 3.

Таким чином, враховано вимоги та нормативи Державних будівельних норм України «ДБН В 2.2-40:2018 Інклюзивність будівель і споруд».

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?

У ТНТУ діє «Положення про врегулювання конфліктних ситуацій в ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-164 від 01.03.2021; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=568>) щодо попередження, запобігання та врегулювання конфліктних ситуацій, зокрема таких: корупційне правопорушення, сексуальні домагання, дискримінація, булінг (цькування) та тощо.

В навчальних корпусах ТНТУ встановлено скриньки довіри, якими учасники освітнього процесу можуть скористатися для письмового звернення щодо врегулювання конфліктних ситуацій, пов'язаних із корупцією, сексуальними домаганнями, дискримінацією та ін. Для перевірки фактів створюється комісія, яка у визначений термін повинна вивчити суть справи та у письмовому вигляді подати звіт. На основі звіту адміністрація університету приймає відповідне рішення. Для врегулювання конфлікту інтересів в ТНТУ використовуються «Методичні рекомендації щодо запобігання корупції та врегулювання конфлікту інтересів» (http://tntu.edu.ua/storage/pages/00000213/no_839_metod_rek_konflikt_interesiv.pdf).

У 2012 р. в ТНТУ було прийнято «План заходів щодо попередження корупційних проявів та зловживань» (<https://tntu.edu.ua/?p=uk/info/documents/anti-corruption-plan>), у якому чітко зазначено алгоритм дій, пов'язаних з можливими зловживаннями. Для прийняття швидких управлінських рішень під час проведення вступної кампанії адміністрація університету розробила графік прийому громадян (<http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/schedule>). Для врегулювання трудових спорів в університеті використовується механізм, прописаний у Колективному договорі, коли створюється відповідна комісія для розгляду питання по суті (<http://tntu.edu.ua/storage/pages/0000020/kolektyvnyu-dogovir2017-02-16.pdf>). Також члени трудового колективу можуть подати на розгляд документи для обговорення різних питань (<https://docs.tntu.edu.ua/base/discussions>). Відповіді на скарги, звернення відбуваються шляхом особистого прийому громадян адміністрацією ТНТУ у встановлені дні та години відповідно до графіка прийому, який розміщено на офіційному веб-сайті. За результатами розгляду скарг і звернень громадянам, за їх бажанням, надається відповідь в усній або письмовій формі. Під час реалізації ОП звернень щодо вирішення конфліктних ситуацій (у тому числі пов'язаних з сексуальними домаганнями, корупцією, дискримінацією, булінгом) не було.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП в ТНТУ регулюються «Положенням про порядок розроблення, затвердження, моніторингу та припинення освітніх програм ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ 4/7-668 від 25.09.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=466>). Окрім цього застосовується «Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-243 від 15.04.2020; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>).

Опишіть, яким чином та з якою періодичністю відбувається перегляд ОП? Які зміни були внесені до

ОП за результатами останнього перегляду, чим вони були обґрунтовані?

Перегляд, аналіз та оновлення ОП відбувається з ініціативи й пропозиції гаранта освітньої програми та НПП, які її реалізують. При цьому вносяться зміни в ОП з урахуванням пропозицій від усіх зацікавлених сторін – зовнішніх (роботодавці) та внутрішніх стейкхолдерів (випускники, здобувачі вищої освіти, НПП), затверджується нова редакція ОП, яка узгоджується між усіма стейкхолдерами. Проект ОП розробляється робочою групою, яку очолює гарант ОП. ОП узгоджується з групою забезпечення, роботодавцями, обговорюється та схвалюється експертною радою роботодавців, учасниками засідання кафедри промислового маркетингу, розглядається науково-методичною комісією факультету й затверджується на засіданні вченої ради ТНТУ. За необхідності перегляд і внесення змін до ОП може відбуватися для кожного нового циклу підготовки здобувачів вищої освіти. Дана ОП відповідає вимогам стандарту вищої освіти України за другим (магістерським) рівнем для спеціальності 075 «Маркетинг», який затверджений Наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 та удосконалена згідно рекомендацій стейкхолдерів. Зокрема, в ОП внесено зміни щодо фахових та загальних компетентностей, відповідних результатів навчання, в частині матриць відповідності компетентностей та результатів навчання компонентам ОП. Певних змін зазнали також зміст та наповнення обов'язкових компонент ОП (прот. № 13 від 11.03.2021).

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

Залучення здобувачів до процесу періодичного перегляду ОП відбувається двома шляхами:

1. Здобувачі вищої освіти безпосередньо залучаються до процесу періодичного перегляду та оновлення ОП, шляхом включення їхніх представників до складу робочої групи з формування та оновлення ОП. До складу робочої групи з формування та оновлення ОП спеціальності 075 «Маркетинг» входила ст. групи ПМм-51 Ольга Шеремета;
2. Анонімне опитування здобувачів щодо якості ОП (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=561>; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=640>; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=730>). Отримані результати обговорили на засіданнях кафедри промислового маркетингу (прот. № 9 від 28.12.2020, № 9 від 10.02.2022, №3 від 30.09.2022).

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

У ТНТУ діє «Положення про опитування учасників освітнього процесу в ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ №4/7-962 від 01.11.2019; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=464>). Пропозиції здобувачів вищої освіти враховано на підставі результатів їх опитувань, що відображено у протоколі засідання кафедри (прот. № 9 від 28.12.2020). Студентка групи ПМм-51 Ольга Шеремета брала активну участь у всіх процедурах, що стосуються даної ОП. Органи студентського самоврядування університету беруть участь у розробленні та забезпеченні якості ОП шляхом проведення опитування щодо освітніх компонент ОП: навчального плану, робочих програм, наповнення конкретних дисциплін, навчально-методичного забезпечення. Опитування проводиться методом анкетування в системі дистанційного навчання ATutor.

Респонденти можуть давати власні відповіді або ж вибирати один варіант з кількох. На основі проведеного опитування відділ забезпечення якості освіти університету аналізує отриману інформацію. Отримані результати можуть бути використані для внутрішнього забезпечення якості у процесі розроблення ОП, її перегляду, вдосконалення навчальних планів та наповнення дисциплін, а також при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=473>, <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=472>).

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

Спілкування з роботодавцями відбувається під час проведення конференцій кафедрою промислового маркетингу, екскурсій на виробництво, ділових зустрічей у форматі круглих столів: «День маркетолога», «Днів кар'єри» та «Ярмарку вакансій». В ТНТУ діє «Положення про раду роботодавців» (наказ №4/7-606 від 05.09.2016; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=126>).

НПП кафедри та здобувачі ОП активно співпрацюють з ТОВ «Маркетинг-центр «ДАЛІ», ТОВ «Маркетингові технології ПБС», ПрАТ «ТерА», ПрАТ «Тернопільський молокозавод», АТ «Укрпошта», ТзОВ «Микулинецький Бровар». Тісна співпраця також із ТОВ «Босфор», ТзОВ «Білий берег», ТзОВ «Зборівська птахофабрика», ТОВ «Тернопільський міський Ринок ЛТД», ТОВ «Українське морозиво», де працюють випускники кафедри промислового маркетингу.

В ТНТУ функціонує відділ доуніверситетської підготовки, профорієнтації та сприяння працевлаштуванню випускників. Налагоджено двосторонній зв'язок з роботодавцями, підприємствами та представниками бізнесу. Роботодавці безпосередньо залучені до процесу розроблення та перегляду ОП. Основні побажання та пропозиції, висунуті на засіданнях Експертної ради роботодавців із даної спеціальності (протокол №1 від 10.03.2021) враховано під час оновлення ОП. За рекомендацією Експертної ради роботодавців прийнято рішення про перенесення ОК «Демократія: від теорії практики» на ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та введено ОК «Дослідження ринку та розробка проєктів» (англ. мовою).

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

Для отримання інформації щодо кар'єрного шляху та працевлаштування випускників ОП кафедра використовує різні канали комунікації. У соц. мережах, зокрема на сторінках кафедри у соцмережах (Facebook (сторінка кафедри та група Маркетологи ТНТУ), Instagram, YouTube-канал, TikTok, Viber) оприлюднюються поточні події та встановлюється зворотній зв'язок з випускниками ОП, а також під час проведення конференцій та ділових зустрічей у форматі круглих столів: «День маркетолога», «День кар'єри», «Ярмарка вакансій». Кафедра залучає випускників, які мають успішну кар'єру, до освітнього процесу. Зокрема, випускниця Христина Савка - Інтернет-маркетологиня мовних шкіл «Профі-Центр» - ознайомила студентів з сучасними тенденціям та найбільш дієвими інструментами в Інтернет-маркетингу: (SEO, SMM, таргетинг, контекстна реклама, ремаркетинг...)

<https://www.facebook.com/PromMarketingTNTU/posts/803643803323102>.

Також опитування випускників проводить відділ доуніверситетської підготовки, профорієнтації та сприяння працевлаштуванню за допомогою розробленої форми та з використанням Google Forms. Важливим інструментом співпраці з випускниками є ГО «Асоціація випускників ТНТУ». База даних карток випускників зберігається у відділі доуніверситетської підготовки, профорієнтації та сприяння працевлаштуванню. Форма реєстрації на вступ до ГО «Асоціація випускників ТНТУ» розміщена за посиланням:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfaB3k7bMLCTnopox7ka2aLgtgZcakq2pJ_wkQYBM_-cGzfTA/viewform.

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?

Система забезпечення якості вищої освіти ТНТУ забезпечує реагування на виявлені недоліки в освітній програмі та освітній діяльності. Результати роботи враховуються кафедрою. Також кафедра проводить аналіз освітніх програм інших вітчизняних та зарубіжних університетів, відстеження змін вимог роботодавців до працівників під впливом сучасних вимог ринку праці.

Після проведення внутрішнього аудиту було виявлено та усунуто недоліки: додатково розміщено силабуси навчальних дисциплін на сторінці кафедри, вдосконалено та оновлено силабуси окремих ОК шляхом внесення інформації щодо структури та змісту курсових робіт.

Для покращення провадження освітньої діяльності за ОП системою забезпечення якості освіти ТНТУ та кафедрою промислового маркетингу: 1) науково-педагогічними працівниками, що безпосередньо відповідають за зміст освітньо-професійної програми забезпечується постійний моніторинг та актуалізація навчальних курсів в системі дистанційного навчання Atutor; 2) гарантом та робочою групою ОП забезпечується поінформованість студентів щодо можливостей формування індивідуальної траєкторії навчання, зокрема через можливість самостійного обрання навчальних дисциплін; 3) гарантом ОП ознайомлено студентів з «Положенням про врегулювання конфліктних ситуацій в ТНТУ ім. І.Пулюя»; 4) кафедрою проводиться популяризація зарахування результатів навчання отриманих у неформальній або інформальній освіті шляхом ознайомлення здобувачів з «Положенням про визнання у ТНТУ ім. І.Пулюя результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті», а також залучення здобувачів вищої освіти, що навчаються за даною ОП, до участі у програмах міжнародної академічної мобільності; 5) активно проводиться співпраця з потенційними роботодавцями щодо розширення переліку баз практик та надання можливості здобувачам вищої освіти здобувати знання та фахові компетенції безпосередньо на виробництвах.

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?

Оскільки акредитація ОП «Маркетинг» проводиться вперше, удосконалення ОП здійснювалося не через отримані зауваження, а внаслідок запровадження державного стандарту спеціальності. Під час розроблення ОП були взяті до уваги побажання та пропозиції зовнішніх стейкхолдерів – експертів сфери маркетингу. ОП «Маркетинг» відповідає стандарту вищої освіти, а отже, зовнішнє забезпечення якості вищої освіти враховано в даній ОП. Окрім цього, враховуючи досвід зауважень та побажань експертів щодо акредитацій інших ОП у ТНТУ, зокрема ОП другого (магістерського) рівня вищої освіти, було враховано те, що студенти на першому курсі вивчають компоненти лише обов'язкової підготовки за даною ОП зі спеціальності 075 «Маркетинг».

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

Учасники академічної спільноти змістовно залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП через проведення опитування НПП (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=649>) та розгляду їх результатів на засіданнях кафедри, ради факультету, а також вченої ради ТНТУ. Університет реалізовує заходи щодо залучення учасників академічної спільноти до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП, які включають: проведення оцінювання та періодичного перегляду ОП із залученням стейкхолдерів; оцінювання результатів навчання шляхом проведення тестового контролю; оцінювання НПП на основі анкетування студентів; підвищення кваліфікації НПП; забезпечення дієвої системи превентивних заходів щодо виявлення академічного плагіату при реалізації освітнього процесу.

Робоча група ОП відповідно до «Положення про порядок розроблення, затвердження, моніторингу та припинення освітніх програм» (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=466>) проводить дослідження її актуальності, обґрунтовує назву та зміст майбутньої ОП на кафедрі із залученням фахівців інших спеціальностей. Показники моніторингу та вдосконалення ОП відображаються у результаті зворотного зв'язку з НПП, а рішення про припинення реалізації ОП схвалює вчена рада університету за поданням декана факультету та завідувача кафедри. Інституційний рівень забезпечення якості освіти формує власну внутрішню систему забезпечення якості. Таким чином університет, активно взаємодіючи з усіма стейкхолдерами, створює загальноуніверситетську систему

забезпечення якості ОП.

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

Проведення освітньої діяльності здійснюється на рівні структурних підрозділів та університету загалом, а якість вищої освіти створюється на рівні ОП. Належне функціонування системи внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в ТНТУ передбачає розподіл повноважень щодо прийняття рішень і оцінювання якості осв. процесу.

До процесу формування та реалізації політики внутр. забезпечення якості осв. діяльності та вищої освіти можуть залучаються студенти та їх органи самоврядування, ради роботодавців та асоціації випускників.

З метою координації діяльності університету стосовно планування, контролю, забезпечення результативності у сфері якості, в ТНТУ створений відділ забезпечення якості освіти («Полож. про відділ забезп. якості освіти ТНТУ ім. І. Пулюя» (наказ 4/7-515 від 03.06.2019; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=443>); «Полож. про систему внутрішнього забезп. якості ТНТУ» (наказ №4/7-968 від 01.11.2019; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=463>)). Враховуються результати опитування студентів (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=561>, <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=640>, <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=730>). Враховуються результати опитування НПП (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=649>). Згідно «Полож. про рейтингову систему оцінювання якості роботи факультетів і кафедр ТНТУ» (наказ №4/7-131 від 27.02.2019; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=331>) визначаються рейтинги факультетів і кафедр ТНТУ (<http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/dep-ratings>).

9. Прозорість і публічність

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

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу в ТНТУ регулюються нормативними документами, що базуються на чинному законодавстві України. Створено нормативну базу, якою керуються усі структурні підрозділи та учасники освітнього процесу. Нормативна база коригується, доповнюється новими положеннями, в документи вносяться своєчасні зміни для забезпечення прав та обов'язків усіх учасників. Доступність усіх документів забезпечується розміщенням їх на сайті університету. Основні нормативні документи ТНТУ (<http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/documents>). Інші положення (<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=12>, <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=86>, <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=489>, <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=496>). «Стратегія та Концепція розвитку ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-1162 від 27.12.2019; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=493>), «Стратегія соціально-економічного і фінансово-господарського розвитку ТНТУ ім. І.Пулюя на 2019 – 2025 рр.» (наказ №4/7-1021 від 29.12.2018; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=432>), «Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ТНТУ ім. І.Пулюя» (наказ №4/7-969 від 01.11.2019; <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=465>).

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

Сторінка з документами, винесеними на обговорення <https://tntu.edu.ua/?p=uk/news/4230>.

Адреси вебсторінок для внесення змін, зауважень та пропозицій зацікавлених сторін внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів: зворотний зв'язок для звернень громадян <http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/feedback>; запит від особи на отримання публічної інформації <http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/standing-order>.

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

Офіційний сайт ТНТУ: <https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000486/op075m.pdf>

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони:

- збалансована ОП. Дисципліни, включені до ОП, дозволяють готувати магістрів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог;
- ефективна організація освітнього процесу в системі електронного навчання ATutor, у якій представлені та якісно наповнені всі обов'язкові компоненти ОП, а також вибіркові дисципліни;
- практична спрямованість освіти, залучення здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників у спільні

прикладні дослідження;

- активна співпраця із роботодавцями міста Тернополя та Тернопільської області реалізується у формі домовленостей щодо проведення публічних гостьових лекцій, зустрічей, круглих столів, екскурсій;
- здійснення науково-дослідної діяльності шляхом участі у роботі студентських наукових форумів, Міжнародних та Всеукраїнських науково-практичних конференцій, студентських наукових гуртків (при кафедрі промислового маркетингу діє студентський науковий гурток «Клуб маркетолога»);
- участь у міжнародних освітніх проєктах;
- викладання ОК англійською мовою, що дозволяє активізувати міжнародну академічну мобільність та підвищити конкурентоспроможність випускників на ринку праці;
- можливість реалізувати себе в рамках програми Еразмус + та навчатись за програмою подвійних дипломів у ЗВО-партнерах за кордоном;
- завдяки набутим компетентностям магістри за ОП «Маркетинг» мають широкі перспективи успішного працевлаштування як в бізнесі, так і в держаних інституціях, дослідницьких, наукових і освітніх закладах або започаткувати власну справу.

Слабкі сторони:

- зростання конкуренції в освітньому просторі та експансії закордонних закладів освіти, професійних курсів, які дезорієнтують студента щодо значимості фахової освіти, загальне зниження рівня знань абітурієнта та їх мотивованості;
- зменшення обсягів державного фінансування навчання за спеціальністю;
- відсутня повна база даних щодо працевлаштування колишніх випускників кафедри промислового маркетингу;
- потребують оновлення деякі елементи матеріально-технічного забезпечення.

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

Розвиток ОП Маркетинг буде базуватися на основі посилення сильних сторін та усунення слабких, виявлених за результатами проведеного самоаналізу, з урахуванням розвитку інновацій у маркетингу та найсучасніших наукових досягнень в цій галузі.

Перспективи розвитку ОП «Маркетинг» в ТНТУ упродовж найближчих років наступні:

- розширення співпраці з вітчизняними та іноземними стейкхолдерами;
- розширення взаємодії з випускниками ОП «Маркетинг» ТНТУ з метою збереження та примноження традицій і духовних цінностей ТНТУ, сприяння в реалізації освітніх, наукових, соціально-економічних і виробничих проєктів розвитку ТНТУ в цілому та ОП «Маркетинг» зокрема;
- подальший розвиток унікальності та особливості ОП «Маркетинг» за рахунок поглибленого вивчення стратегічного маркетингу, логістичного обслуговування, маркетингу інновацій, маркетингового моделювання, рекламного менеджменту та інших унікальних напрямів маркетингу;
- подальший розвиток студентоцентрованого підходу в навчанні, врахування індивідуальних пріоритетів здобувачів вищої освіти;
- реалізація потенційних можливостей академічної мобільності як здобувачів вищої освіти, так і науково-педагогічних працівників ОП «Маркетинг»;
- інтенсифікація співпраці з місцевим бізнесом та владою шляхом проведення дебатів та «круглих столів» з метою виявлення проблемних питань та актуалізації маркетингових інструментів для їх вирішення.

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: Митник Микола Мирославович

Дата: 07.10.2022 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Кваліфікаційна робота магістра	підсумкова атестація	<i>Методичні вказівки для виконання кваліфікаційних робіт . ОК13.pdf</i>	lDkct72PgYSEstx4YIasLZPTtIASXtpO/aKn suK/6U=	Персональні комп'ютери Trinitі А45300 -6 шт.(2016), Моноблоки Artline Home G41v11Win - 5 шт. (2021). Мультимедійний проектор Optoma X400Lve DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій. Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2).
Практика за темою кваліфікаційної роботи	практика	<i>Програма практики за темою кваліфікаційної роботи. ОК12.pdf</i>	xoqVPoHOFAQGVAg5mTM9Fr8OMw4019 OdtE8m5n6bKdk=	Персональні комп'ютери Trinitі А45300 -6 шт.(2016), Моноблоки Artline Home G41v11Win - 5 шт. (2021). Мультимедійний проектор Optoma X400Lve DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій. Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2).
Фахова	практика	<i>Програма фахової практики. ОК11.pdf</i>	I76qtV9ggAC0jS+73bmG761C06i+qDaQp WaRtRDY+yA=	Персональні комп'ютери Trinitі А45300 -6 шт.(2016), Моноблоки Artline Home G41v11Win - 5 шт. (2021). Мультимедійний проектор Optoma X400Lve DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій. Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2).
Стратегічний маркетинг	курслова робота (проект)	<i>Стратегічний маркетинг. Силабус ОК10.pdf</i>	PJYYXL87hhl1yrkFv42wAb7FSIoOnOxYA A/8jaeSg10=	Мультимедійний проектор Optoma X400Lve DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій. Персональні комп'ютери Trinitі А45300 -6 шт.(2016), Моноблоки Artline Home G41v11Win - 5 шт. (2021). Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2).
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>Стратегічний маркетинг. Силабус ОК10.pdf</i>	PJYYXL87hhl1yrkFv42wAb7FSIoOnOxYA A/8jaeSg10=	Мультимедійний проектор Optoma X400Lve DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій.

Рекламний менеджмент	навчальна дисципліна	<i>Рекламний менеджмент. Силабус ОК9.pdf</i>	yE6hSUqqb+/GckJyzD+wTEHuNb/Aob9AdaZHgBC+Z34=	Мультимедійний проектор Optoma X400Lve DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій. Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -6 шт.(2016), Моноблоки Artline Home G41v11Win - 5 шт. (2021). Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2).
Маркетинговий менеджмент	курсова робота (проект)	<i>Маркетинговий менеджмент. Силабус ОК 8.pdf</i>	1k1jVBVUsVyNC11Uif4mkR4++Md4OzrORAUEtUNHBS4=	Мультимедійний проектор Optoma X400Lve DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій. Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -6 шт.(2016), Моноблоки Artline Home G41v11Win - 5 шт. (2021). Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2).
Маркетинговий менеджмент	навчальна дисципліна	<i>Маркетинговий менеджмент. Силабус ОК 8.pdf</i>	1k1jVBVUsVyNC11Uif4mkR4++Md4OzrORAUEtUNHBS4=	Мультимедійний проектор Optoma X400Lve DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій.
Маркетинговий аналіз	навчальна дисципліна	<i>Маркетинговий аналіз. Силабус ОК7.pdf</i>	yzd8aK2VYeZagiFLitbvp8lWvy7gcZ4dolisWoyLeYU=	Мультимедійний проектор Optoma X400Lve DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій. Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -6 шт.(2016), Моноблоки Artline Home G41v11Win - 5 шт. (2021). Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2).
Маркетингове моделювання	навчальна дисципліна	<i>Маркетингове моделювання. Силабус ОК6.pdf</i>	OF+3RohGE7a9Y1t742K08pErs7x7MErwiQnuCooAqLQ=	Мультимедійний проектор Optoma X400Lve DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій. Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -6 шт.(2016), Моноблоки Artline Home G41v11Win - 5 шт. (2021). Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2).
Маркетинг інновацій	навчальна дисципліна	<i>Маркетинг інновацій. Силабус ОК5.pdf</i>	uLF+7DbjsjrYnTFn5xRmQ+t6G/UiChVkrnPa/Sl2Dxo=	Мультимедійний проектор Optoma X400Lve DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій. Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -6 шт.(2016), Моноблоки Artline Home G41v11Win - 5 шт. (2021). Пакет прикладних програм (MS

				Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2).
Логістичне обслуговування	навчальна дисципліна	Логістичне обслуговування. Силабус ОК4.pdf	phH/g4ALdTk3kdNbWdXbHSMNpVooR1pX16J7v+rmpgE=	Мультимедійний проектор Optoma X400LVe DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій. Персональні комп'ютери Trinitі А45300 -6 шт.(2016), Моноблоки Artline Home G41v11Win - 5 шт. (2021). Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Libre Office 7.2).
Дослідження ринку та розробка проєктів	навчальна дисципліна	Дослідження ринку та розробка проєктів.Силабус ОК3.pdf	SXa5ICEgO3/+F5dLUzsdOv8zAdkoEcRo/MWSccoOrwo=	Мультимедійний проектор Optoma X400LVe DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій. Персональні комп'ютери Trinitі А45300 -6 шт.(2016), Моноблоки Artline Home G41v11Win - 5 шт. (2021). Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2).
Методологія наукових досліджень в маркетингу	навчальна дисципліна	Методологія наукових досліджень в маркетингу. Силабус ОК2.pdf	3yRLg/kZgahCn3KW2gRque4Plio/tVFWy7tVo+uiYi8=	Мультимедійний проектор Optoma X400LVe DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій.
Етика професійної діяльності та основи педагогіки	навчальна дисципліна	Етика професійної діяльності та основи педагогіки. Силабус ОК1.pdf	aGRzxt6uhhhkAa9J5/KJ3ZbWdSUelUSUF67PXXHX8A=	Мультимедійний проектор Optoma X400L155VA(2021), ноутбук HP 250G8, пакет прикладних програм Microsoft 365, екран для мультимедійних презентацій.
Захист кваліфікаційної роботи магістра	підсумкова атестація	Методичні вказівки для виконання кваліфікаційних робіт . ОК13.pdf	IDkct72PgYSeStx4YIasLZPTtlASXtpO/aKnsuK//6U=	Мультимедійний проектор Optoma X400LVe DLP Projector (2021), ноутбук DELL Vostro 15-3568 (2018), екран для мультимедійних презентацій.

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

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

ІД викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування
103589	Якимішин Лілія Ярославівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом доктора наук ДД 007184, виданий 12.12.2017, Диплом кандидата наук ДК 040403,	20	Логістичне обслуговування	Кваліфікація: економіст-правознавець, спеціальність "Економіка підприємства", Тернопільська академія народного

виданий
12.04.2007,
Атестат
доцента 12ДЦ
022662,
виданий
19.02.2009,
Атестат
професора АП
001623,
виданий
26.02.2020

господарства, 2001,
диплом ТЕ
№17158153.
Сертифікація
електронного
навчального курсу для
системи електронного
навчання в ТНТУ
(сертифікат №360 від
15.09.2022 р.).
Захищена
кандидатська
дисертація на тему:
«Ідентифікація та
оцінка ланцюга
пропозиції
промислового
підприємства», 2006
рік.
Захищена докторська
дисертація на тему:
«Логістична
парадигма
формування ланцюгів
поставок товарів
повсякденного
попиту», 2017 рік.
Пройшла закордонні
стажування,
матеріали яких
використано при
складанні змісту
дисципліни:
1) Logistyka w handlu i
usługach (Społeczna
Akademia Nauk w
Łodzi, 2019);
2) Marketing und
logistik in der
unternehmensführung:
erfahrungen auf
europäischer ebene
(STELA Laxhuber
GmbH, Deutschland,
2022).
Член Всеукраїнської
громадської
організації
«Українська Асоціація
логістики».
Досвід викладання
дисципліни
«Логістичне
обслуговування» - 5
років, «Логістика» -
20 років.
Публікації, що
відповідають профілю
дисципліни:
1. Монографії:
1) Якимішин Л. Я.
Логістика ланцюгів
поставок товарів
повсякденного
попиту: Монографія /
Л. Я. Якимішин. –
Тернопіль: ФОП
Паляниця В. А., 2017.
– 220 с.
2) Якимішин Л. Я.
Продуктова політика
підприємства: між
ЖЦТ та відносинами з
клієнтами // О.Ю.
Бочко, Л. Я.
Якимішин, Г.В.
Подвальна //
Фінансово-облікове
забезпечення сталого
розвитку аграрного
сектора України:

колективна монографія / за заг. ред. Л.І. Катан та Н.І. Демчук. — Дніпро: Пороги, 2017. — 520 с. (С.193-205).

3) Якимішин Л. Я. Логістика дистрибуції на міжнародних ринках / Л.Я. Якимішин // Аналітичний інструментарій в маркетинговій діяльності: монографія. за ред. проф. Р. В. Федоровича. - Тернопіль: ФОП Шпак В.Б., 2018.-308 с. (С.296-305).

4) Якимішин Л. Я. Корпоративна соціальна відповідальність – основа інноваційного розвитку ланцюга поставок // Л. Я. Якимішин, В. А. Фалович // Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції : монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., к.е.н., доц. Біловодської О.А. – Суми: Триторія, 2018. – 382 с. (С.260-269).

5) Якимішин Л. Я. Формування механізму управління ризиком у ланцюгах поставок товарів повсякденного попиту // Л. Я. Якимішин, І.Петецький // Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства: монографія/ за наук.ред.,к.е.н., проф. В.П.Пилипчука.-Київ: КНЕУ, 2019.-463с. (С.341-351).

6) Якимішин Л. Я. Сучасні тенденції формування мережевих ланцюгів поставок товарів повсякденного попиту // Якимішин Л. Я., Піняк І.Л. // Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій / В.А. Фалович [та ін.]; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. –Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б.,2019. –231с.(207-216).

7) Якимішин Л. Я. Аутсорсинг як фактор реструктуризації бізнес-процесів ланцюга поставок //

Л. Я. Якимішин, В. А. Фалович//
Управління комерціалізацією інноваційної продукції: монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., д.е.н., доц. Біловодської О.А. – Суми : Триторія, 2019. – 304 с. (С.139-151).

8) Якимішин Л. Я. Особливості урахування ризиків у процесі стратегічного управління ланцюгами поставок// Л. Я. Якимішин, В. А. Фалович// Комерціалізація інновацій: монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., д.е.н., доц. Біловодської О.А. – Суми : Триторія, 2020. – 264 с. (С.150-162).

9) Якимішин Л. Я. Структурування ланцюга поставок у контексті забезпечення ефективності логістичного обслуговування споживачів/ Л.Я. Якимішин // Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції/ Монографія за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. –Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б., 2021. –351с. (С.319-348).

2. Навчальний посібник:
1) Економіка логістики: навчальний посібник // Є.В. Крикавський, О.А.Похильченко, Н.В.Чорнописька, О.С.Костюк, Н.Б.Савіна, С.М.Нікшич, Л.Я.Якимішин; за заг. ред. Є.В.Крикавського, О.А.Похильченко. - Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2014.- 640с.

3. Статті у наукових періодичних виданнях інших держав та виданнях України, які включені до міжнародних науково метричних баз:
1) Якимішин Л.Я. Обґрунтування умов виникнення синергічного ефекту в ланцюгах поставок споживчих товарів особливих габаритів / Л.Я. Якимішин // Маркетинг і

менеджмент інновацій. –2017. – №2. – С.109–120. (Web of Science).

2) Liliya Yakymyshyn. Business Scaling Using the Latest Marketing Tools/Olena Sadchenko, Liliya Yakymyshyn, Svitlana Kovalchuk, Daryna Chernenko, Anna Zaitseva, Alla Dudnyk//International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE) ISSN: 2277-3878, Volume-8 Issue-4, November 2019.-P 3889-3894. (Scopus).

3) Liliya Yakymyshyn. Modern Marketing to Scale the Business/Olena Sadchenko, Iryna Davydova, Liliya Yakymyshyn, Svitlana Kovalchuk, Daryna Chernenko, Anna Zaitseva//International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET), 11(4), 2020.- P 324-333. (Scopus).

4. Статті у наукових фахових виданнях України:

1) Якимішин Л.Я. Формування ланцюга поставок на основі ідентифікації споживчих потреб / Л.Я. Якимішин // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Логістика».– 2017. – № 862.– С. 245-258.

2) Якимішин Л.Я. Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності річкових портів в Україні / О.Є. Шандрівська, Л.Я. Якимішин, Н.М. Васильців// Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Проблеми економіки та управління. №873 – Львів: Національний університет «Львівська політехніка». – 2017. С. 154 – 165.

3) Якимішин Л.Я. Дослідження глобального ринку логістичних послуг: світові тенденції та вплив на Україну / О.Є. Шандрівська, Л.Я. Якимішин //

Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Логістика».- 2017.-№892.- С. 212-221.

4) Якимішин Л.Я. Комплементарність стратегій маркетингу та логістики в ланцюгу поставок товарів повсякденного попиту / Крикавський Є.В., Якимішин Л.Я// Маркетинг і цифрові технології. – 2018.-№1(2).-С.21-32.

5) Якимішин Л.Я. Стратегічна оцінка середовища розвитку річкових перевезень в Україні / О.Є. Шандрівська, Л.Я. Якимішин, Н.М. Васильців// Маркетинг і цифрові технології. – 2018.-№2 (2).-С.43-57.

6) Якимішин Л.Я. Особливості гармонізації стандартів ланцюгів поставок України з вимогами ЄС / С.В. Леонова, Л.Я. Якимішин, І. Петецький // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. - 2018.- Випуск 4 (15).- С.202-209.

7) Якимішин Л.Я. Інноваційність як засіб забезпечення розвитку емерджентних якостей в ланцюгах поставок інвестиційних товарів // В.А. Фалович, Л.Я. Якимішин// Науковий журнал «Інтелект ХХІ».- 2018.- № 3.- С.129-132.

8) Якимішин Л.Я. Дифузія ірраціональної бізнес-поведінки в інтегрованих організаціях / Є.В. Крикавський, С. М. Подзигун, Л.Я. Якимішин// Вісник Хмельницького національного університету.- 2018.- №5. Том 2.- С.102-104.

5. Матеріали конференцій:

1) Якимішин Л.Я. Ключові фактори успіху ланцюгів поставок на ринку FMCG / Л.Я. Якимішин// Матеріали шостої всеукраїнської науково-практичної конференції: «Інноваційний

розвиток: стратегічний погляд у майбутнє».
(Тернопіль, 6 квітня 2017 року).-Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2017. – С. 74-75.

2) Якимішин Л.Я. Стратегічне маркетингове управління у формуванні конкурентних переваг підприємства / Л.Я. Якимішин// Матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих учених «Соціально-економічні аспекти розвитку економіки». (Тернопіль, 27-28 квітня 2017 року).– Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2017. – С.78-80.

3) Якимішин Л. Я. Перспективи використання аутсорсингу в Україні/ Л.Я. Якимішин // Матеріали VII Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів: «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». (Тернопіль, 28 квітня 2017 р.). - ТНТУ ім. І. Пулюя, 2017. - С.66-67.

4) Якимішин Л. Я. Економічна природа та особливості споживчих товарів в умовах функціонування ринку FMCG /Л.Я. Якимішин // Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 грудня 2017 року, м. Рівне, Рівненський державний гуманітарний університет.- С.117-120.

5) Якимішин Л.Я. PEST-аналіз річкових перевезень вантажів в Україні/ О.Є. Шандрівська, Л.Я. Якимішин, Н.М. Васильців // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. 25 –26 травня 2018 р., Одеса. - Одеса: ТЕС, 2018. С. 171-172.

6) Якимишин Л.Я. Особливості функціонування ланцюгів поставок цифрових продуктів та послуг / І. Петецький, Л.Я. Якимишин //Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. 25–26 травня 2018 р., Одеса. - Одеса: ТЕС, 2018. С. 140-141.

7) Якимишин Л.Я. Реінжиніринг підвищення ефективності ланцюга поставок / Л.Я. Якимишин, Ю.М.Сток // Матеріали ІХ регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів: «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». - 9 листопада 2018 р., Тернопіль. – ТНТУ ім. І.Пулюя, 2018.- С.245-246.

8) Якимишин Л.Я. Ринок логістичних послуг 2018: виклики сучасності/О.Є. Шандрівська, Л.Я. Якимишин//Маркетинг та логістика в системі менеджменту: тези доповідей XII Міжнародної науково-практичної конференції, 25–27 жовтня 2018 року, Львів.-Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018.- С. 271–272.

9) Liliya Yakymyshyn. Institutional and innovative factors of intellectualization as the basis of competitiveness of the national economy of Ukraine in the conditions of global informatization /Svitlana Lykholat, Yevhen Krykavskyy, Taras Vasylytsiv, Liliya Yakymyshyn// 10th International conference on applied economics contemporary issues in economy.- 27–28 June 2019., Toruń, Poland - P.165-166.

10) Lilia Yakimishin. River transport in the spatial-functional restructuring economy of Ukraine / Yevhen Krykavskyy, Olena

						<p>Shandrivska, Lilia Yakimishin// XI International Scientific Conference «Transport Problems 2019».- 26-28 June 2019., Katowice-Bochnia, Poland.- Silesian University of Technology.- P.854-872.</p> <p>11) Якимішин Л.Я. Стратегічні рішення у сфері логістики дистрибуції продуктів, що швидко спускаються // Матеріали X регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів: «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі».- 8 листопада 2019 р., Тернопіль.- ТНТУ ім. І. Пулюя, 2019.- С.177-178.</p> <p>12) Якимішин Л.Я. Ключові сфери цифрової трансформації бізнесу // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. 24-25 вересня 2020 р., Одеса. - Одеса: ТЕС, 2020. С. 99-100.</p> <p>13) Якимішин Л.Я. Особливості виникнення ризиків у ланцюгах поставок // Матеріали XI регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». - 16 листопада 2020р. - м. Тернопіль.- ТНТУ ім. І. Пулюя, 2020.- С.134-135.</p> <p>14) Якимішин Л.Я. Орієнтація на клієнта як елемент формування концепції логістичного обслуговування // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». - 22 листопада 2021 р. - м. Тернопіль.- ТНТУ ім. І. Пулюя, 2020.- С.48-49.</p>
--	--	--	--	--	--	--

46961	Шпилик Світлана Василівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	<p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2003, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2004, спеціальність: 092502 Комп'ютерно-інтегровані технологічні процеси і виробництва, Диплом доктора філософії ДК 062803, виданий 19.01.2011, Диплом кандидата наук ДК 062803, виданий 22.12.2010, Аттестат доцента 12/ДЦ 034046, виданий 25.01.2013</p>	17	Дослідження ринку та розробка проєктів	<p>Сертифікат про рівень володіння англійською мовою APTIS, рівень B2, виданий 31.05.2017 р. Британською Радою в Україні.</p> <p>Публікації, що відповідають профілю дисципліни:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Shpylyk S., Pinyak I., Shveda N. Digital marketing as an innovative control element: development by evolution. (Digital economy trends: global challenges, strategy and technologies). Monograph. 2021. 30-38 pp. 2. Шпилик С.В., Шпилик О.Б. Поняття та особливості використання інтернет ресурсу у сучасному маркетингу // Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій: колективна монографія / В.А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. – Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2019. – 231 с.- С. 192-207. 3. Шпилик С.В., Шпилик О.Б. Гносеологічні основи конкурентної стратегії в системі управління конкурентоспроможністю підприємства // Аналітичний інструментарій в маркетинговій діяльності: колективна монографія / за ред. проф. Р. В. Федоровича. – Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2018. – 308 с. – С. 278-295 4. Шпилик С. В. Управлінський інструментарій оцінювання ефективності впровадження конкурентної стратегії як механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства /С. Шпилик //Галицький економічний вісник. – Т.: ТНТУ, 2017. – Том 53. – № 2. – С. 89-102.
120787	Оксентюк Богдана Андріївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана	21	Методологія наукових досліджень в маркетингу	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Тренінг-інтенсив розвитку soft- та hard-skills у викладачів (Тернопіль, Тернопільський

Пулюя, рік закінчення: 2006, спеціальність: 7.050108 Маркетинг, Диплом доктора філософії ДК 019182, виданий 23.09.2008, Диплом кандидата наук ДК 019182, виданий 11.06.2003, Атестат доцента ДЦ 009787, виданий 16.12.2004

національний економічний університет, 28.11.2018 р. – 21.06.2019 р.); 2) Інтерактивний освітній простір у сучасній школі: місія здійснення (Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 12-13 березня 2020 р.); 3) за програмою «Освітні, педагогічні технології» на базі навчально-наукового інституту новітніх освітніх технологій ЗУНУ (зміст програми: дидактичне забезпечення дистанційної освіти; використання інноваційних технологій в освітньому процесі; методика викладання фахових дисциплін; психологічний супровід освітнього процесу; Інтернет-технології як платформа для збереження й публікацій навчальних комплексів), 27.12.2021-31.12.2021 р.
Досвід викладання дисципліни «Методологія наукових досліджень в маркетингу» 11 років. Публікації, що відповідають профілю дисципліни:
1. Оксентюк Б. Дещо з історії виникнення публік рілейшнз / Б. Оксентюк // Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. – Матеріали X Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів. – Тернопіль, ТНТУ, 2019. – С. 54-55 (263 с.).
2. Оксентюк Б., Оксентюк С. Поняття соціального маркетингу / Б. Оксентюк, С. Оксентюк // Матеріали VII Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології

							<p>підприємств в сучасному науково-технічному середовищі.» – Тернопіль, ТНТУ, 2017 (28 квітня). – С. 86-87 (137 с.).</p> <p>3. Оксентюк Б.А. Роль і значення реклами в сучасному суспільстві / Оксентюк Богдана, Фершлядин Олег // Матеріали VIII Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі», 20 грудня 2017 року. – Т.: ТНТУ, 2017. – С. 27–28.</p>
190977	Піняк Ірина Любомирівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	<p>Диплом доктора філософії ДК 063851, виданий 08.04.2011, Диплом кандидата наук ДК 063851, виданий 22.12.2010, Атестація доцента 12ДЦ 034045, виданий 25.01.2013</p>	21	Стратегічний маркетинг	<p>Кваліфікація: інженер-економіст, спеціальність "Менеджмент у виробничій сфері", Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, 1997, диплом КН № 901068. Захищено кандидатську дисертацію на тему: «Управління маркетинговими інтелектуальними активами на підприємстві». Досвід викладання дисципліни «Стратегічний маркетинг» - 8 років. Публікації, що відповідають профілю дисципліни:</p> <p>1. Shpylyk S., Pinyak I., Shveda N. Digital marketing as an innovative control element: development by evolution. (Digital economy trends: global challenges, strategy and technologies). Monograph. / edited by Ghenadie Ciobanu. - Galați : Editura Universitară «Danubius», 2021. 36-46 pp.</p> <p>2. Піняк І.Л. Голда Н.М. Конкуренстоспроможність підприємств та формування конкурентних переваг / Нарощування фінансово-економічного потенціалу суб'єктів економічних відносин як основа поступального</p>

						розвитку територіально-господарських систем: монографія / В. Левицький, С. Радинський, І. Кошкалда, А. Ряснянська та ін.; за заг. ред. О. Панухник / ФОП Паляниця В.А. Тернопіль, 2021. 209 с.- С. 79-84. 3. Надія Голда; Ірина Піняк; Володимир Фалович. Моделювання психосоматичних процесів у рекламній діяльності. Галицький економічний вісник. – Тернопіль, 2020. № 5(66). 216 с. С. 148-154. 4. Краузе, О. І., Голда, Н. М., & Піняк, І. Л. (2021). Становлення та тенденції розвитку автомобілебудівної промисловості Китаю. Економічний простір, (166), 12-17. 5. Піняк І. Стратегічні рішення щодо маркетингового комплексу інтернет провайдерів. / Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. – Матеріали XI Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів. – Тернопіль, ТНТУ, 2020. – 196 с. – С.126-127.	
57292	Бурліцька Оксана Петрівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Тернопільський державний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, рік закінчення: 2000, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Українська мова і література, Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2004, спеціальність: 050108	21	Рекламний менеджмент	Сертифікація електронного навчального курсу для системи електронного навчання в ТНТУ (сертифікат №363 від 15.09.2022 р.) Викладання обґрунтоване сферою наукових інтересів, що підтверджується: 1) участю у розробці наукової теми ВК40-12 «Маркетингова стратегія формування попиту на товари та послуги на ринках України» (номер державної реєстрації № РК 0112U002210)», 2012-2014 рр.). ВК 54-16 «Маркетингові стратегії розвитку підприємств автомобілебудівної промисловості» (номер державної реєстрації № 0116U000408, 2016 - 2018 рр.). 2) участь у циклі

Маркетинг,
Диплом
кандидата наук
ДК 028473,
виданий
13.04.2005,
Атестат
доцента 12/ДЦ
017725,
виданий
21.06.2007

тренінгів Lifecell
Digital Academy,
сертифікат № 028 від
16 грудня 2021р.
Досвід викладання
дисципліни
«Рекламний
менеджмент» -11
років.
Публікації, що
відповідають профілю
дисципліни:
1. Бурліцька О. П.
Управління
рекламною діяльністю
підприємства
[Розвиток маркетингу
в умовах глобалізації:
сучасні тенденції та
перспективи
монографія / за ред.
проф. Р. В.
Федоровича.-
Тернопіль: ТНТУ ім. І.
Пулюя., 2015.- 419 с. -
С.267-291.
2. Бурліцька О. П.
Організація рекламної
діяльності на
підприємстві
[Маркетинговий
інструментарій
управління попитом
на товари і послуги:
монографія / за ред.
проф. Р. В.
Федоровича.-
Тернопіль: ТНТУ ім. І.
Пулюя., 2016.- 244 с. -
С.22-32.
3. Бурліцька О. П.,
Голда Н. М.
Медіапланування як
складова рекламної
діяльності/ О. П.
Бурліцька, Н. М.
Голда//
Středoevropský věstník
pro vědu a výzkum
(ISSN 2336-3630)№ 4
(2021), Praha ,
Publishing house
Education and
Sciences.r.o.– P. 49-55.
4.Бурліцька О. П.
Digital-маркетинг та
Інтернет-маркетинг:
спільне та відмінне/
О. П. Бурліцька// Тези
доповідей XII
Міжнародної науково-
практичної
конференції
«Маркетингові
технології в умовах
глобалізації
економіки України» ,
29.11-01.12 березня
2017, м.
Хмельницький. – С.
23-24.
5. Розвиток бізнес-
сторінки у Facebook //
О. Вовчук О.
Бурліцька.
Маркетингові
технології
підприємств в
сучасному науково-
технічному
середовищі. –

						<p>Матеріали ІХ Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів. – 9 листопада 2018 р. - Тернопіль, ТНТУ. – С.151-152.</p> <p>6. Бурліцька О. П. Виставки і ярмарки як інструменти маркетингу/ О. П. Бурліцька// Матеріали VI Регіональної науково-практичної конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі», 26 квітня 2016 р.- Тернопіль, ТНТУ, 2016. – С.16-17.</p> <p>7. Верета В., Бурліцька О. П. Реклама у місцях продажу/ В. Верета, О. П. Бурліцька, // Матеріали VII Регіональної науково-практичної конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі», 28 квітня 2017 р.- Тернопіль, ТНТУ, 2017. – С. 32-33.</p>	
56807	Юрик Наталія Євгенівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом кандидата наук ДК 001289, виданий 22.12.2011, Аттестат доцента 12ДЦ 036867, виданий 21.11.2013	27	Етика професійної діяльності та основи педагогіки	<p>Кваліфікація: економіст, спеціальність «Економічне і соціальне планування», Тернопільський інститут народного господарства, 1991, диплом УВ №8558866.</p> <p>Сертифікація електронного навчального курсу для системи електронного навчання в ТНТУ (сертифікат №0333 від 16.12.2021р.).</p> <p>Досвід викладання дисципліни «Етика професійної діяльності та основи педагогіки» 5 років.</p> <p>Публікації, що відповідають профілю дисципліни:</p> <p>1. Юрик Н.Є. Дистанційне навчання як інноваційний метод освіти. Авіація, промисловість, суспільство : матеріали II Міжнар.</p>

						<p>наук.-практ. конф., (м. Кременчук, 12 трав. 2021 р.) : у 2 ч. МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременчуц. льотний коледж. Харків : ХНУВС, 2021. Ч. 1. С. 183-185.</p> <p>2. Юрик Н.Є. Шляхи підвищення ефективності управлінської етики в сучасному діловому світі. Збірник I Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції «Актуальні проблеми, пріоритетні напрямки та стратегії розвитку України», м. Київ, 15 березня 2021 року. К.: ІТТА, 2021. С.164-166.</p> <p>3. Юрик Н.Є. Державна політика у сфері освіти. Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2021». Матеріали XXII Всеукраїнської наукової конференції молодих учених. Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2021. С. 472-473.</p> <p>4. Юрик Н.Є. Особливості викладання економічних дисциплін аналітичного характеру іноземною мовою. Матеріали V Міжнародної науково-методичної конференції «Актуальні питання організації навчання іноземних студентів в Україні» присвячена 60-річчю ТНТУ ім. І. Пулюя. Тернопіль: ТНТУ, 2020. С. 113-115.</p>	
202160	Краузе Ольга Ігорівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	<p>Диплом доктора філософії ДК 033440, виданий 30.12.2008,</p> <p>Диплом кандидата наук ДК 033440, виданий 13.04.2006,</p> <p>Атестат доцента 12ДЦ 022381, виданий 19.02.2009</p>	20	Маркетинговий аналіз	<p>Кваліфікація: економіст-правознавець, спеціальність "Економіка підприємства", Тернопільська академія народного господарства, 1997, диплом ЛВВС № 005314.</p> <p>Публікації, що відповідають профілю дисципліни:</p> <p>1. Краузе О.І. Моніторинг ринку автомобілебудівної промисловості / Тенденції розвитку маркетингу в умовах економічних трансформацій / Р. В. Федорович [та ін.]; за</p>

						<p>ред. проф. Р. В. Федоровича. – Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2017. – 303 с. – С. 133-248.</p> <p>2. Краузе О.І. Маркетинговий аналіз конкурентоспроможності промислового підприємства /Нарощування фінансово-економічного потенціалу суб'єктів економічних відносин як основа поступального розвитку територіально-господарських систем: монографія /за заг. ред. О. Панухник] Тернопіль, ФОП Паляниця В. А., 2021. – С. 140-146.</p> <p>3. Краузе О.І., Піняк І.Л. Воронка продажів – аналітичний інструмент маркетингу //Соціально-економічні проблеми і держава. – №2 (25). – 2021.</p> <p>4. Краузе О.І., Голда Н.М., Бурліцька О.П. Дослідження та формування механізму продажу //Галицький економічний вісник. – 2021. – Том 68. № 1 (68). – С. 166-174.</p> <p>5. Краузе О.І. Дослідження поведінки споживачів та методів формування споживчого попиту / Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції]: колективна монографія /за аг ред. д.е.н., доц. В.А. Фаловича. – Тернопіль: ФОП Шпак В.Б., 2021. – С. 89-122. (351 с.).</p>	
120787	Оксентюк Богдана Андріївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2006, спеціальність: 7.050108 Маркетинг, Диплом доктора філософії ДК 019182, виданий 23.09.2008, Диплом	21	Маркетинг інновацій	Сертифікація електронного навчального курсу для системи електронного навчання в ТНТУ (сертифікат №0154 від 30.10.2014 р.). Підвищення кваліфікації: 1) Тренінг-інтенсив розвитку soft- та hard-skills у викладачів (Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 28.11.2018 р. – 21.06.2019 р.); 2) Інтерактивний

кандидата наук
ДК 019182,
виданий
11.06.2003,
Атестат
доцента ДЦ
009787,
виданий
16.12.2004

освітній простір у сучасній школі: місія здійснення (Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 12-13 березня 2020 р.);
3) за програмою «Освітні, педагогічні технології» на базі навчально-наукового інституту новітніх освітніх технологій ЗУНУ (зміст програми: дидактичне забезпечення дистанційної освіти; використання інноваційних технологій в освітньому процесі; методика викладання фахових дисциплін; психологічний супровід освітнього процесу; Інтернет-технології як платформа для збереження й публікацій навчальних комплексів), 27.12.2021-31.12.2021 р.
Досвід викладання дисципліни «Маркетинг інновацій» -11 років.
Публікації, що відповідають профілю дисципліни:
1. Оксентюк Б., Бокулі Бофаса Седрік. Маркетинг інновацій: необхідність, поняття та завдання // Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. – Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції. – Тернопіль, ТНТУ, 2021. – С. 35-36.
2. Оксентюк Б., Грабовський А. Інноваційні засоби реклами / Б. Оксентюк, А.Грабовський //Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. – Матеріали XI Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів. – Тернопіль, ТНТУ, 2020. – С. 16-17 (196 с.).
3. Оксентюк Б. А.

						<p>Комунікаційні канали контент-маркетингу / Б. А. Оксентюк, С. О. Оксентюк // Збірник тез доповідей VI Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів «Актуальні задачі сучасних технологій», 16-17 листопада 2017 року. – Т.: ТНТУ, 2017. – Том 3. – С. 201–202. – (Економічні та соціальні аспекти нових технологій).</p> <p>4. Маркетинговий інструментарій управління попитом на товари і послуги / Р. В. Федорович [та ін.]; за ред. проф. Р. В. Федоровича. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2016. – 244 с. (розділ «Контент-маркетинг». – С.52-61).</p>	
135523	Голда Надія Михайлівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	<p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2003, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом доктора філософії ДК 063821, виданий 08.04.2011, Диплом кандидата наук ДК 063821, виданий 22.12.2010, Атестація доцента 12ДЦ 032248, виданий 26.09.2012</p>	21	Маркетингове моделювання	<p>Захищена кандидатська дисертація на тему: «Управління рекламною діяльністю підприємств туризму». Диплом спеціаліста за спеціальністю «Маркетинг». Досвід викладання дисципліни «Маркетингове моделювання» 5 років.</p> <p>Публікації, що відповідають профілю дисципліни:</p> <ol style="list-style-type: none"> Голда Н. Використання евристичних методів в маркетинговому моделюванні. // Науковий журнал. Галицький економічний вісник. 2021. Том 68. №1. С. 166-174. Colda N. Marketing technologies in internet services / Trendy gospodarki cyfrowej: globalne wyzwania, strategia i technologie: Monografia / Pod redakcją Ghenadie Siobanu, Olha Pavlykivska] Galati, Rumunia, 2021. - s. 104-116. (222 ruble). Голда Н. Моделювання психосоматичних процесів у рекламній діяльності / Фалович В. // Галицький економічний вісник. 2020. Том 66. № 5. Голда Н. М.

						<p>Медіапланування як складова рекламної діяльності/ О. П. Бурліцька, Н. М. Голда// Středoevropský věstník pro vědu a výzkum (ISSN 2336-3630)№ 4 (2021), Praha , Publishing house Education and Sciences.r.o.– P. 49-55.</p> <p>5.Голда Н. Реклама як інструмент маркетингу. Монографія. / Н.М. Поліщук – Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2018 С.132.</p> <p>6. Н. Голда. Комплекс продажів в системі «маркетинг-мікс» підприємства / Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій// В.А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. – Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2019. – С. 45-57.</p> <p>7. Голда Н.М, Поліщук Н.М. Методичні підходи до процесу управління рекламною діяльністю туристичного підприємства// Галицький економічний вісник. № 3 (32), 2011.- С. 200-205.</p> <p>8. Голда Н.М. Вдосконалення процесу планування рекламної кампанії на основі використання синергічного ефекту. Науково-теоретичний журнал «Наука й економіка» Хмельницького економічного університету. Хмельницький.-2011. - с.64-68.</p>	
202466	Рожко Наталія Ярославівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет інженерії машин, споруд та технологій	<p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом доктора наук ДД 012054, виданий 29.06.2021, Диплом кандидата наук ДК 008935, виданий</p>	24	Маркетинговий менеджмент	<p>Захищена докторська дисертація на тему: «Формування поведінки стейкхолдерів на ринку фруктів та овочів в умовах його структурного та когнітивного розвитку». Досвід викладання дисципліни «Маркетинговий менеджмент» - 24 роки. Публікації, що відповідають профілю дисципліни:</p> <p>1. Оносібна монографія: Рожко Н.Я. Симбіоз ціннісних відносин на</p>

13.12.2000,
Атестат
доцента ДЦ
007062,
виданий
18.02.2003

ринку овочів та
фруктів: засади,
тренди, механізм
формування. Львів.
«ГАЛИЧ-ПРЕС».
2020. - 232с.
2. Рожко Н.Я.,
Якимишин Л.Я.
Стратегічне
програмування
маркетингового
менеджменту
промислових
підприємств.
Тенденції розвитку
маркетингу в умовах
економічних
трансформацій / за
ред. Р. В. Федоровича.
Тернопіль: ФОП Шпак
В. Б., 2017. С.173-184.
3. Рожко Н.Я. Основні
підходи щодо
визначення
маркетингового
потенціалу
промислових
підприємств:
Аналітичний
інструментарій в
маркетинговій
діяльності / за ред. Р.
В. Федоровича.
Тернопіль: ФОП Шпак
В. Б. 2018. С.186-196.
4. Рожко Н.Я.
Маркетинговий аналіз
конкурентних переваг
і конкурентоздатності
промислових
підприємств України.
Економічні, соціальні
та психологічні
аспекти сучасних
маркетингових
технологій / за ред.
д.е.н, доц. В.А.
Фаловича. Тернопіль:
ФО-П Шпак В. Б.,
2019. С.147-162.
5. Рожко Н. Я.,
Васильців Н. М.
Основні етапи
формування
маркетингового
менеджменту
промислових
підприємств.
Галицький
економічний вісник.
Тернопіль : ТНТУ,
2017. № 52 (1). С. 110–
118.
6. Рожко Н. Я.,
Васильців Н. М.
Сучасні тренди digital
маркетингу. Науковий
вісник Мукачівського
державного
університету. Сер.
Економіка. Мукачєво :
Вид-во МДУ, 2018. №
(15). С. 232–236.
7. Рожко Н. Я., Бочко
О. Ю. Ціна як
основний чинник
кластерного аналізу
ринку фруктів та
овочів. Науковий
вісник Полтавського
університету

економіки і торгівлі.
2020. № 1 (97). С. 48–55.

8. Рожко Н. Я. Стратегії досягнення конкурентних переваг виробників на ринку фруктів та овочів. Агросвіт. 2020. № 3. С. 73–79. (Index Copernicus).

9. Рожко Н. Я. Особливості концепції маркетингу і логістики у функціонуванні суб'єктів ринку фруктів та овочів. Економіка та держава. 2020. № 4. С. 141–145.

10. Rozhko N. Lykholat S., Zaichenko V. Condition, Regional Disparity And Strategic Priorities Of Providing Technological Competitiveness Of Ukraine's Economy. Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law. 2020. Vol. 24. No 1. P. 39–43. (Index Copernicus).

11. Рожко Н. Аспекти маркетингового управління підприємства / Наталія Рожко // Матеріали ІХ Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі», 9 листопада 2018 року. - Т. : ТНТУ, 2018. - С. 237–238.

12. Рожко Н.Я. Застосування маркетингових інструментів в межах ланцюга вартості Портера. Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Мукачево, 18-19 квітня 2019 р.). Мукачево: МДУ, 2019. С. 156-158.

Надання консультаційних послуг з питань підприємницької діяльності, маркетингу та управління, логістики в період з 12.09.17 по 12.09.20 рр. для ТОВ

						<p>«МАМІ».</p> <p>Надання консультаційних послуг з питань підприємницької діяльності, маркетингу та управління, логістики в період з 12.09.16 по 12.09.2019 рр. для СФГ «Оранта».</p> <p>Наукові дослідження з питань маркетингового менеджменту виконувались в рамках держбюджетних тем Національного університету водного господарства та природокористування, а саме: «Актуальні проблеми теорії і практики маркетингу в Україні» (номер державної реєстрації 0114U001136); «Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія і практика» (номер державної реєстрації 0117U001035); «Розвиток систем управління національною економікою» (номер державної реєстрації 018U100443).</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>ПРН.18. Вміння системно пов'язувати процеси закупівлі матеріальних ресурсів із виробництвом та збутом готової продукції, складуванням та транспортуванням, використовуючи принципи логістики.</i></p>	<input type="checkbox"/>	Стратегічний маркетинг	Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять. Семестровий рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що він отримує за проміжні контрольні роботи для перевірки засвоєння вивченого матеріалу, опитування, модульне тестування, розв'язування задач, розв'язування ситуаційних вправ, виконання та захист курсової роботи, складання екзамену.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Логістичне	Студентоцентроване та	Оцінювання навчальних

		обслуговування	проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Кваліфікаційна робота магістра	Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.	Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.
		Захист кваліфікаційної роботи магістра	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.	Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.
<i>ПРН.17. Вміти здійснювати контроль загальних витрат упродовж усього логістичного ланцюга та витрат на виконання визначених логістичних функцій і операцій, оцінювати ефективність використання логістичного потенціалу підприємства та</i>	<input type="checkbox"/>	Захист кваліфікаційної роботи магістра	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.	Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.
		Кваліфікаційна робота магістра	Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування,	Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.

показники ефективності логістичних проектів і програм.			<p>спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.</p>	
		Стратегічний маркетинг	Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять. Семестровий рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що він отримує за проміжні контрольні роботи для перевірки засвоєння вивченого матеріалу, опитування, модульне тестування, розв'язування задач, розв'язування ситуаційних вправ, виконання та захист курсової роботи, складання екзамену.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Логістичне обслуговування	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
ПРН.16. Вміти розробляти та викладати спеціальні навчальні дисципліни у закладах вищої, фахової передвищої та професійно-технічної освіти.	<input type="checkbox"/>	Фахова	Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та	Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми

			опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, виконання індивідуального завдання, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, підготовка тез доповіді, написання звіту.	практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-диференційований залік.
		Етика професійної діяльності та основи педагогіки	В аспекті передачі і сприйняття навчальної інформації: словесні (лекція), наочні (ілюстрація, демонстрація), практичні роботи, реферати; -в аспекті логічності, мислення: пояснювально-ілюстративні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі; -в аспекті керування навчанням: навчальна робота під керівництвом викладача; Самостійна робота; -в аспекті діяльності в колективі: методи стимулювання і мотивації обов'язку і відповідальності в навчанні (роз'яснення мети навчального предмета, вимоги до вивчення предмета), методи активізації: метод активного програмного навчання; -в аспекті самостійної діяльності: навчальний модуль: структурно-логічні схеми, вибіркові тести і задачі аналітичного та графічного змісту, в аспекті контролю: методи контролю та самоконтролю: методи усного контролю; методи письмового контролю та самоконтролю; методи лабораторно-практичного контролю і методи лабораторно-практичного самоконтролю. Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, поточне опитування; залікове модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; студентські презентації та виступи на наукових заходах; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); ректорська контрольна робота; робота в проблемних групах; тренінгові завдання; індивідуальні консультації.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: захист практичних завдань, тестування.
ПРН15. Збирати необхідні дані з	<input checked="" type="checkbox"/>	Захист кваліфікаційної	Публічний захист (демонстрація)	Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою)

<p>різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>	<p>роботи магістра</p>	<p>кваліфікаційної роботи.</p>	<p>шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.</p>
	<p>Кваліфікаційна робота магістра</p>	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.</p>	<p>Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.</p>
	<p>Стратегічний маркетинг</p>	<p>Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять. Семестровий рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що він отримує за проміжні контрольні роботи для перевірки засвоєння вивченого матеріалу, опитування, модульне тестування, розв'язування задач, розв'язування ситуаційних вправ, виконання та захист курсової роботи, складання екзамену.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).</p>
	<p>Рекламний менеджмент</p>	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах, самостійне навчання, поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).</p>

		Логістичне обслуговування	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Дослідження ринку та розробка проєктів	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залік. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, проведення контрольних заходів (тестування, заліку).
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залікове модульне тестування, залік. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування).
<i>ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</i>	☒	Рекламний менеджмент	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах, самостійне навчання, поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Маркетингове моделювання	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування;	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у

			презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; складання заліку. Можливий ректорський контроль.	чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (презетації, тестування, складання заліку).
		Маркетинг інновацій	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
<i>ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Маркетинговий менеджмент	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен, виконання курсової роботи. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
<i>ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Кваліфікаційна робота магістра	Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням	Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.

			відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.	
		Рекламний менеджмент	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах, самостійне навчання, поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Захист кваліфікаційної роботи магістра	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.	Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.
ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	☒	Захист кваліфікаційної роботи магістра	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.	Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.
		Кваліфікаційна робота магістра	Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та	Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.

			фабрикації.	
		Практика за темою кваліфікаційної роботи	Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, конструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; джерелами Інтернет, розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, виконання індивідуального завдання, написання звіту.	Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту про проходження практики та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-диференційований залік.
		Маркетинговий менеджмент	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен, виконання курсової роботи. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	☒	Маркетинговий менеджмент	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен, виконання курсової роботи. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Маркетинговий аналіз	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів поточне опитування; тестування; оцінювання результатів виконаних самостійних	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види

	робіт; консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, екзамену, тестування).
Практика за темою кваліфікаційної роботи	Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; джерелами Інтернет, розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, виконання індивідуального завдання, написання звіту.	Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-диференційований залік.
Кваліфікаційна робота магістра	Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.	Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.
Захист кваліфікаційної роботи магістра	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.	Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною

				шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.
ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	☒	Захист кваліфікаційної роботи магістра	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.	Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.
		Кваліфікаційна робота магістра	Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.	Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.
		Практика за темою кваліфікаційної роботи	Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питань; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; джерелами Інтернет, розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, виконання індивідуального завдання, написання звіту.	Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-

		диференційований залік.
Фахова	Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, виконання індивідуального завдання, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, підготовка тез доповіді, написання звіту.	Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту про проходження практики та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-диференційований залік.
Маркетинг інновацій	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
Методологія наукових досліджень в маркетингу	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залікове модульне тестування, залік. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування).
Маркетинговий менеджмент	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у

			<p>робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен, виконання курсової роботи. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).</p>
<p><i>ПРН8.</i> Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Практика за темою кваліфікаційної роботи</p>	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; джерелами Інтернет, розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, виконання індивідуального завдання, написання звіту.</p>	<p>Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-диференційований залік.</p>
		<p>Фахова</p>	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, виконання індивідуального завдання, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, підготовка тез доповіді, написання звіту.</p>	<p>Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-диференційований залік.</p>
		<p>Рекламний менеджмент</p>	<p>Студентоцентризоване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах, самостійне навчання,</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно»,</p>

	<p>поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>«незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).</p>
<p>Методологія наукових досліджень в маркетингу</p>	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залікове модульне тестування, залік. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування).</p>
<p>Етика професійної діяльності та основи педагогіки</p>	<p>В аспекті передачі і сприйняття навчальної інформації: словесні (лекція), наочні (ілюстрація, демонстрація), практичні роботи, реферати; - в аспекті логічності, мислення: пояснювально-ілюстративні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі; - в аспекті керування навчанням: навчальна робота під керівництвом викладача; Самостійна робота; - в аспекті діяльності в колективі: методи стимулювання і мотивації обов'язку і відповідальності в навчанні (роз'яснення мети навчального предмета, вимоги до вивчення предмета), методи активізації: метод активного програмного навчання; - в аспекті самостійної діяльності: навчальний модуль: структурно-логічні схеми, вибіркові тести і задачі аналітичного та графічного змісту, в аспекті контролю: методи контролю та самоконтролю: методи усного контролю; методи письмового контролю та самоконтролю; методи лабораторно-практичного контролю і методи лабораторно-практичного самоконтролю. Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, поточне опитування; залікове модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; оцінювання результатів виконаних самостійних</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: захист практичних завдань, тестування.</p>

			робіт; студентські презентації та виступи на наукових заходах; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); ректорська контрольна робота; робота в проблемних групах; тренінгові завдання; індивідуальні консультації.	
<p><i>ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Кваліфікаційна робота магістра</p>	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.</p>	<p>Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.</p>
		<p>Практика за темою кваліфікаційної роботи</p>	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; джерелами Інтернет, розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, виконання індивідуального завдання, написання звіту.</p>	<p>Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту про проходження практики та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-диференційований залік.</p>

Фахова	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики;</p> <p>Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження;</p> <p>Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації;</p> <p>Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів.</p> <p>Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, виконання індивідуального завдання, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, підготовка тез доповіді, написання звіту.</p>	<p>Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики.</p> <p>Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики.</p> <p>Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).</p> <p>Форма семестрового контролю-диференційований залік.</p>
Рекламний менеджмент	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах, самостійне навчання, поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).</p>
Маркетинговий аналіз	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів поточне опитування; тестування; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, екзамену, тестування).</p>
Маркетингове моделювання	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; складання заліку. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний,</p>

				підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (презетації, тестування, складання заліку).
		Маркетинг інновацій	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Дослідження ринку та розробка проєктів	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залік. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, проведення контрольних заходів (тестування, заліку).
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залікове модульне тестування, залік. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування).
		Захист кваліфікаційної роботи магістра	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.	Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.
ПРН2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці	<input checked="" type="checkbox"/>	Захист кваліфікаційної роботи магістра	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.	Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно»,

<p>маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p>	<p>Кваліфікаційна робота магістра</p>	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.</p>	<p>«добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.</p> <p>Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.</p>
	<p>Практика за темою кваліфікаційної роботи</p>	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; джерелами Інтернет, розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, виконання індивідуального завдання, написання звіту.</p>	<p>Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту про проходження практики та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-диференційований залік.</p>
	<p>Фахова</p>	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження;</p>	<p>Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з</p>

	<p>Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації;</p> <p>Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів.</p> <p>Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, виконання індивідуального завдання, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, підготовка тез доповіді, написання звіту.</p>	<p>суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту про проходження практики та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики.</p> <p>Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).</p> <p>Форма семестрового контролю-диференційований залік.</p>
Стратегічний маркетинг	<p>Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять. Семестровий рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що він отримує за проміжні контрольні роботи для перевірки засвоєння вивченого матеріалу, опитування, модульне тестування, розв'язування задач, розв'язування ситуаційних вправ, виконання та захист курсової роботи, складання екзамену.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).</p>
Маркетинговий менеджмент	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен, виконання курсової роботи. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).</p>
Маркетингове моделювання	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; складання заліку. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (презетації, тестування, складання заліку).</p>

		Маркетинг інновацій	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Логістичне обслуговування	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залікове модульне тестування, залік. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування).
<i>ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</i>	☒	Захист кваліфікаційної роботи магістра	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.	Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.
		Кваліфікаційна робота магістра	Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців,	Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.

	<p>споживачів.</p> <p>Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.</p>	
Фахова	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики;</p> <p>Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження;</p> <p>Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації;</p> <p>Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів.</p> <p>Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, виконання індивідуального завдання, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, підготовка тез доповіді, написання звіту.</p>	<p>Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики.</p> <p>Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).</p> <p>Форма семестрового контролю-диференційований залік.</p>
Рекламний менеджмент	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах, самостійне навчання, поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).</p>
Маркетинг інновацій	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види</p>

			проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Дослідження ринку та розробка проєктів	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залік. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, проведення контрольних заходів (тестування, заліку).
		Маркетингове моделювання	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; складання заліку. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (презентації, тестування, складання заліку).
ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	☒	Захист кваліфікаційної роботи магістра	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.	Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.
		Кваліфікаційна робота магістра	Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота	Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.

	зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.	
Практика за темою кваліфікаційної роботи	Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; джерелами Інтернет, розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, виконання індивідуального завдання, написання звіту.	Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту про проходження практики та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-диференційований залік.
Рекламний менеджмент	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах, самостійне навчання, поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
Маркетинговий менеджмент	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен, виконання курсової роботи. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт,

		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залікове модульне тестування, залік. Можливий ректорський контроль.	тестування, екзамену). Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування).
ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.	☒	Рекламний менеджмент	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах, самостійне навчання, поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).
		Дослідження ринку та розробка проєктів	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залік. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, проведення контрольних заходів (тестування, заліку).
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залікове модульне тестування, залік. Можливий ректорський контроль.	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування).

ПРНЗ. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.



<p>Методологія наукових досліджень в маркетингу</p>	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залікове модульне тестування, залік. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування).</p>
<p>Дослідження ринку та розробка проєктів</p>	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залік. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, проведення контрольних заходів (тестування, заліку).</p>
<p>Маркетинг інновацій</p>	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).</p>
<p>Маркетингове моделювання</p>	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; складання заліку. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (презетації, тестування, складання заліку).</p>
<p>Захист</p>	<p>Публічний захист</p>	<p>Оцінювання здійснюється за</p>

кваліфікаційної роботи магістра	(демонстрація) кваліфікаційної роботи.	100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.
Кваліфікаційна робота магістра	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи;</p> <p>Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження;</p> <p>Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації;</p> <p>Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів.</p> <p>Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.</p>	Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.
Практика за темою кваліфікаційної роботи	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики;</p> <p>Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження;</p> <p>Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації;</p> <p>Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів.</p> <p>Самостійна робота: робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; джерелами Інтернет, розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, виконання індивідуального завдання, написання звіту.</p>	Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту про проходження практики та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-диференційований залік.
Фахова	Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками	Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики,

			<p>практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, виконання індивідуального завдання, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, підготовка тез доповіді, написання звіту.</p>	<p>оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту про проходження практики та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю- диференційований залік.</p>
		Маркетинговий аналіз	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів поточне опитування; тестування; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: підготовка презентацій, проведення контрольних заходів (контрольних робіт, екзамену, тестування).</p>
<p><i>ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Захист кваліфікаційної роботи магістра	<p>Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.</p>	<p>Оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») комісією, призначеною наказом ректора.</p>
		Кваліфікаційна робота магістра	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, дискусія, індивідуальні консультації з керівником кваліфікаційної роботи; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: науково-дослідна робота, робота з навчально-методичною, науковою літературою, джерелами Інтернет, робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною</p>	<p>Виконана кваліфікаційна робота проходить процедуру допуску до публічного захисту.</p>

	<p>базою; розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, підготовка слайдів з використанням відповідного програмного забезпечення, написання кваліфікаційної роботи. У кваліфікаційній роботі не має бути академічного плагіату, фальсифікації та фабрикації.</p>	
<p>Практика за темою кваліфікаційної роботи</p>	<p>Словесні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, інструктаж, індивідуальні консультації з керівниками практики; Наочні методи: ілюстрування, демонстрування, спостереження; Логічні методи: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, конкретизації; Практичні методи: аналіз ситуацій; групове обговорення питання; дискусії, інтерв'ю та опитування фахівців, споживачів. Самостійна робота: робота зі статистично-аналітичними звітами та науково-літературною базою; джерелами Інтернет, розробка власних пропозицій з проблематики дослідження, виконання індивідуального завдання, написання звіту.</p>	<p>Атестація за підсумками практики проводиться на підставі письмового звіту та щоденника з практики, оформлених відповідно до встановлених вимог, та відгуку керівника практики. Оцінка проходження практики складається з суми балів, які виставляються комісією на основі розгляду змісту звіту та за підсумком усного захисту перед комісією основних положень, які входять до програми практики. Підсумкове оцінювання здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»). Форма семестрового контролю-диференційований залік.</p>
<p>Стратегічний маркетинг</p>	<p>Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять. Семестровий рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що він отримує за проміжні контрольні роботи для перевірки засвоєння вивченого матеріалу, опитування, модульне тестування, розв'язування задач, розв'язування ситуаційних вправ, виконання та захист курсової роботи, складання екзамену.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).</p>
<p>Логістичне обслуговування</p>	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») системою у формі іспиту. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: проведення контрольних заходів (контрольних робіт, тестування, екзамену).</p>
<p>Дослідження ринку та розробка проєктів</p>	<p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; лекції та</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою)</p>

		<p>практичні роботи; поточне опитування; тестування; презентації результатів виконаних завдань; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; залік. Можливий ректорський контроль.</p>	<p>шкалою ЕКТС (ECTS) та переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано» / «незараховано») системою у формі заліку. Види контролю: поточний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: виконання індивідуальних завдань, проведення контрольних заходів (тестування, заліку).</p>
--	--	--	---