

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний університет "Києво-Могилянська академія"
Освітня програма	27218 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	79
Повна назва ЗВО	Національний університет "Києво-Могилянська академія"
Ідентифікаційний код ЗВО	16459396
ПІБ керівника ЗВО	Ярошенко Тетяна Олександрівна
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	http://www.ukma.edu.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/79>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	27218
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-наукова
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Кафедра маркетингу та управління бізнесом
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Кафедра англійської мови
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	04070, м. Київ, вул. Волоська 10, корпус 6.
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	3953
ПІБ гаранта ОП	Ковшова Ірина Олегівна
Посада гаранта ОП	Професор
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	iryna.kovshova@ukma.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(067)-505-59-76
Додатковий телефон гаранта ОП	<i>відсутній</i>

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
очна денна	1 р. 10 міс.

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

Магістерську програму ліцензовано у 2014 році, ліцензійний обсяг – 25 осіб. Освітньо-наукова програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти запроваджена кафедрою маркетингу та управління бізнесом Факультету економічних наук Національного університету «Кієво-Могилянська академія» (НаУКМА) у 2016 році на базі спеціальності «Маркетинг». ОП встановлює нормативний зміст навчання, вимоги до змісту, обсягу і рівня освітньої та науково-дослідної підготовки магістра з спеціальності «Маркетинг». У програмі визначено перелік навчальних дисциплін підготовки магістрів, форму державної атестації, термін навчання, відповідні цикли теоретичної та практичної підготовки, освітні компоненти, що поєднано у структурно-логічну схему.

ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблено відповідно до вимог Закону України «Про вищу освіту», Наказу МОН України № 1151 від 06.11.2015 р. «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» і затверджено Вченою радою НаУКМА (Протокол №12 від 29.09.2016)

У 2020 році ОП «Маркетинг» оновлено відповідно до:

- Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня, галузі знань 07 – «Управління та адміністрування», спеціальності 075 – «Маркетинг» (Наказ МОН України №960 від 10.07.2019);
 - Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (Наказ МОН України №977 від 11.07.2019);
 - Методичних рекомендацій експертів Національного агентства з розробки ОП і відомості про самооцінювання;
 - Методичних рекомендацій для експертів Національного агентства щодо застосування Критеріїв оцінювання якості освітньої програми, затвердженого рішенням Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти (Протокол №9 від 29.08.2019);
 - Методичних рекомендацій з розроблення освітніх/освітньо-наукових програм I-III рівнів вищої освіти НаУКМА (Наказ №457 від 01.12.2020)
 - Відгуків студентів, стейкхолдерів (Зокрема запроваджено викладання дисциплін англійською мовою; оптимізовано тижневе навантаження, розширено перелік вибіркових дисциплін з метою інтернаціоналізації і заохочення міжнародної публікаційної активності студентів, додано форми (синхронна і асинхронна) та порядок викладання окремих дисциплін. (Положення Про дистанційне навчання в НаУКМА» (Наказ №194 від 30.06.2020).
- ОП передбачає присвоєння освітньої кваліфікації «Магістр маркетингу» і формується на основі єдиної інституційної моделі і типового навчального плану, який колегіально оцінюється й коректується щорічно із урахуванням відгуків студентів, викладачів, керівників, гаранту програми, партнерських організацій та інших стейкхолдерів. Основними принципами цієї моделі є впровадження глобальних стандартів освітньо-наукової культури і сучасних міжнародних практик, інституційна відкритість, автономія, зв'язок освітньої і наукової компонент.

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	ОД
1 курс	2020 - 2021	18	20	0
2 курс	2019 - 2020	24	21	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	27298 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	27218 Маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	програми відсутні

7. Інформація про площі приміщень ЗВО станом на момент подання відомостей про

самооцінювання, кв. м.

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	66928	14754
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	62630	13861
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	4298	894
Приміщення, здані в оренду	2670	1529

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>ОНП Маркетинг.pdf</i>	PbnlRPnkW6Jiup3QodPUYpQel6b7UmqcMKRP3P4NceY =
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план.pdf</i>	9rmcuVNmMfSPraJoy3y1DzTotK4LNaNDBQSLF/rhXdo =
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>MAMI.pdf</i>	vjAozxlNlGpdIxQo6hfe+JsfWaeoOr8/G+np4WGuQms=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>ДонНУ.pdf</i>	X694yb2KaguDPh1RSQvFYmshCq1KLRlgmjFCepsIroQ=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>L'ORE´AL.pdf</i>	VPX6hKRtXcHOJAu6uUvBhiy2GOW9PXBVpc4Xy/aTU LQ=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>XHY.pdf</i>	i/mBF7E/LBN+olKUE6KNASoH+KREtMgKYK8DwurtD nA=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>P&G.pdf</i>	nc/PFSEWxzqq6+cGOGiHoSXgmI6zOUh4PTnsvx6BTqA =

1. Проектування та цілі освітньої програми**Якими є цілі ОП? У чому полягають особливості (унікальність) цієї програми?**

Цілі освітньої програми 075 «Маркетинг» полягають у підготовці висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним мисленням, фаховими компетентностями для ефективного управління маркетинговою діяльністю організацій будь-якої форми власності, відповідають запитам ринку праці та здатні застосовувати отримані знання в наукових дослідженнях з теорії та практики маркетингу.

Особливості та відмінності програми:

- Вивчення спеціальних дисциплін, присвячених проблематиці прийняття маркетингових рішень з фокусом на маркетингову аналітику, креативність, інноваційність та цифрові технології;
- Поєднання традиційних та інноваційних форм навчання через інтерактивні компоненти програми та використання засобів віртуальних комунікацій;
- Запровадження системи ефективної мотивації творчої співпраці студентів, викладачів, співробітників і партнерів;
- Застосування сучасних універсальних та спеціалізованих інформаційних систем і програмних продуктів;
- Залучення до наукової, викладацької та практичної діяльності за майбутнім фахом під час перебування у НаУКМА;
- Запровадження програм академічної мобільності, психологічної адаптації, сприяння розвитку професійної кар'єри та формування індивідуальної освітньо-наукової траєкторії;
- Викладання дисциплін англійською мовою
- Залучення представників бізнесу до навчального процесу; <http://mami.org.ua/uk/news/mami-news/Perednovorichnij-vipusk-MAMI-ta-Mogiljanki--vitajmo-majbutnih-koleg>
- Урахування досвіду кращих вітчизняних та іноземних ОНП з маркетингу.

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

Цілі та результати навчання ОНП «Маркетинг» відповідають місії, візії, корпоративним цінностям та стратегії університету і передбачають розвиток дослідницького креативного середовища на основі поєднання ґрунтовної

освіти та якісних досліджень з інноваціями і практикою (зокрема п 2.1-2.7 та п. 3.2. Стратегії розвитку НаУКМА). «Стратегія розвитку Національного університету «Києво-Могилянська академія» на 2015-2025 р. визначила місією університету створення, збереження, поширення знань та формування високоосвіченої, національно свідомої, чесної, небайдужої, творчої особистості, здатної незалежно мислити і відповідально діяти згідно з принципами добра та справедливості, для розвитку відкритого і демократичного суспільства, що закріплено у засадничих принципах освіти в НаУКМА.

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/14-stratehiia-rozvytku-naukma-na-2015-2025-r-r

Освітні компоненти ОНП «Маркетинг» та їх логічна послідовність забезпечують ефективну реалізацію цілей програми, забезпечують інтеграцію здобувачів у міжнародний освітньо-науковий простір, враховують потреби суспільства і науковий потенціал університету, розвивають системність, креативність та інноваційність через широкі можливості вибіркової дисциплін.

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/pryznachennia-ta-misiia>

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 ОНП «Маркетинг» враховано думку здобувачів вищої освіти та випускників. Їх інтереси і пропозиції виявлено у процесі проведення серії фокус-груп, опитувань, публічних обговореннях і за безпосередньої участі у засіданнях кафедри маркетингу та управління бізнесом та Вченої ради НаУКМА.

Проєкт ОНП «Маркетинг» розміщено на офіційному сайті та у соцмережі Facebook для громадського обговорення та врахування інтересів і пропозицій цієї групи стейкхолдерів.

https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business?fbclid=IwARoMcyQEDFJ_4VoqcULWndSuQJkxsHdedLb8SFNGrPokCeR-9VUz9iSkJc

<https://www.facebook.com/Marketing.naukma/>

Відгуки, побажання та пропозиції для покращення ОНП стосувалися формулювання цілей та програмних результатів навчання, форм викладання та окремих тем, які б хотіли вивчати студенти у певних дисциплінах (зокрема, Influence-маркетинг у Рекламному менеджменті, SMART-аналіз у Маркетинговому менеджменті, Методи наукової презентації у Методології наукових досліджень в маркетингу).

За результатами опитування враховано такі пропозиції, які відображають інтереси здобувачів вищої освіти та випускників:

- скореговано цілі ОНП та змістовне насичення дисциплін для формування здатності прийняття інноваційних рішень та вміння адаптуватись до змінного маркетингового середовища;

- збільшено практичну складову навчання (оновлено кейси, тематику семінарських занять);

- посилено діджиталізацію навчального процесу.

- роботодавці

У процесі розробки ОНП «Маркетинг» враховано думку професійних спільнот (зокрема, громадська спілка «Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив», громадське об'єднання "Жіноча Професійна Ліга", Регіональна асоціація територіальних громад) та окремих роботодавців (зокрема, Київська торгово-промислова палата, L'Oréal Ukraine, Procter & Gamble Ukraine, ТОВ «Ашан Гіпермаркет Україна», ВАТ «ІНТАЛЕВ-Україна»). Їх інтереси і пропозиції виявлено у процесі проведення консультацій, опитувань, публічних обговореннях і за безпосередньої участі у засіданнях кафедри маркетингу та управління бізнесом.

Проєкт ОНП «Маркетинг» розміщено на офіційному сайті для громадського обговорення та врахування інтересів і пропозицій цієї групи стейкхолдерів.

Найбільше пропозицій надходило від роботодавців, які є випускниками НаУКМА. За результатами опитування враховано такі пропозиції, які відображають інтереси цієї групи стейкхолдерів: здатність здійснювати ринкову діагностику компаній у мінливих ринкових умовах; навички тайм-менеджменту; здатність до розробки стратегічних планів розвитку бізнесу; формування зваженої системи маркетингового менеджменту для компанії.

- академічна спільнота

У процесі розробки ОНП «Маркетинг» враховано думку академічної спільноти. Їх інтереси і пропозиції виявлено у процесі проведення консультацій, опитувань, глибоких інтерв'ю, публічних обговореннях і за безпосередньої участі у розширених засіданнях кафедри маркетингу та управління бізнесом, науково-методичних радах, нарадах з керівництвом університету і знайшло відображення у відповідних рішеннях щодо змісту ОНП та освітніх компонент.

У НаУКМА регулярно проводяться наукові та науково-практичні конференції, літні та зимові школи викладацької майстерності, присвячені розгляду проблем удосконалення освітньої діяльності та підготовки фахівців.

Зокрема, кафедра маркетингу та управління бізнесом співпрацює з:

- BI Norwegian School of Management;

- кафедрою маркетингу Одеського національного політехнічного університету;

- Інститутом економіко-правових досліджень НАН України;

- кафедрою бізнес-економіки і адміністрування Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка;

- Інститутом економіко-правових досліджень НАН України;

За результатами обговорення враховано такі пропозиції, які відображають інтереси цієї групи стейкхолдерів: сформовані програмні результати навчання, що стосуються здатності демонструвати розуміння принципів економічної науки, здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу,

приймати зважені управлінські рішення.

- інші стейкхолдери

У процесі розробки ОНП «Маркетинг» передбачено процедуру врахування інтересів та пропозицій й Інших стейкхолдерів, завдяки оприлюдненню спочатку проекту освітньо-професійної програми, інформування про це на офіційній кафедральній сторінці, налаштування автоматичної системи залишення відгуків, побажань та пропозицій для покращення ОНП, а потім публікації чинної редакції.

https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business?fbclid=IwARoMcyQEDFJ_4VoqcULWndSuQJkxsHdcdLb8SFNGrPokCeR-9VUZ9iSkJc

<https://www.facebook.com/Marketing.naukma/>

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/2012-01-16-10-34-06>

До розробки навчальних фахових дисциплін залучено фахівців міжнародних організацій та професійних об'єднань (зокрема громадської спілки «Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив» (МАМІ), громадського об'єднання «Жіноча Професійна Ліга», Регіональної асоціації територіальних громад») через спільні обговорення.

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

Цілі ОНП «Маркетинг» та програмні результати навчання відповідають сучасним тенденціям розвитку спеціальності на ринку праці. Це підтверджується:

- стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти (наказ МОН України №960 від 10.07.2019);

- експертними оцінками ГО «Українська Асоціація Маркетингу», що підтверджують затребуваність маркетологів (входять у трійку провідних професійних сфер за 2019 рік);

<https://kiev.grc.ua/article/25598>

- Міжнародною асоціацією маркетингових ініціатив. <http://mami.org.ua/uk/news/mami-news/Pidsumki-22-roku-ta-prognozi-na-221--rinok-marketingovih-servisiv-Ekspertna-ocinka-MAMI>

- даними зарплатного рейтингу випускників українських ЗВО журналу «Деньги», де випускники спеціальності «Маркетинг» Києво-Могилянської академії є найбільш затребуваними на ринку праці, а роботодавці готові платити їм вищі заробітні плати.

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/news/4489-mohylianka-vkotre-ocholyla-zarplatnyi-reitynh-zvo-ukrainy>

У результаті моніторингу ринку праці та ринку освітніх послуг, виявлено, що маркетологи мають володіти навичками побудови маркетингової стратегії, балансування бізнес-стратегії, управління брендом. Зазначені тенденції ринку праці відображені в ОНП «Маркетинг» у вигляді включення ОК (Стратегічний маркетинг, Маркетинговий менеджмент, Інноваційний маркетинг, Міжнародний маркетинг).

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

ОНП підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» входить до галузі знань 07 «Управління та адміністрування». ОНП забезпечує професійну підготовку здобувачів вищої освіти, здатних здійснювати маркетингову управлінську, дослідницьку, наукову та інноваційну активність у будь-яких сферах економічної діяльності та публічному секторі. Цілі та програмні результати навчання ОНП спрямовані на підготовку крос-функціональних фахівців, спроможних працювати за фахом у вітчизняних та міжнародних компаніях, як на території України, та і за її межами.

Тому до ОНП включено освітні компоненти «Міжнародний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Інноваційний маркетинг», «Науково-дослідна практика».

Кафедра маркетингу та управління бізнесом активно співпрацює (укладено меморандум про співпрацю) з Міжнародною асоціацією маркетингових ініціатив (МАМІ) - офіційна галузева організація ринку маркетингових сервісів, яка об'єднує близько 50 агентств. <http://mami.org.ua/uk/>

Щодо регіонального аспекту – Київ та Київська область є основними осередками розвитку бізнесу в Україні. Місцеві компанії, які потребують маркетологів нового покоління, що здатні на науковій основі, з використанням міжнародного досвіду, розвивати підприємства, беруть участь в розробці та реалізації цієї ОНП.

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

Під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОНП підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» проаналізовано відповідні ОП Львівського торговельно-економічного університету, Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана, ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника», Київського національного торговельно-економічного університету, Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, а також Вищої школи маркетингу та управління (Польща), Вищої школи економіки Празького Економічного університету менеджменту (Чехія), Віденського економічного університету (Австрія), IAE Gustave Eiffel at UPEC (Франція).

Досліджено програми «Marketing» і «Marketing Management» Університету Мачерата (Італія), Університету Кассіно (Італія), Bologna Business School (Італія), Erasmus School of Economics (Нідерланди), Стенфордського університету (США), а також бізнес-шкіл INSEAD, London School of Business, LvBS.

Цілі та програмні результати навчання узгоджено на рівні окремих навчальних дисциплін, які є спільними для всіх вітчизняних ОНП (зокрема, Стратегічний маркетинг, Маркетинговий менеджмент), а також їх обсягів у кредитах ЕКТС.

Узгодження цілей та програмних результатів навчання з програмами іноземних університетів спрямовано на підготовку крос-функціональних фахівців, спроможних працювати у різних компаніях на території України та за її межами, що підвищує конкурентоздатність ОНП на міжнародному освітньому ринку.

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

Зміст ОНП «Маркетинг» враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту» та Національної рамки кваліфікацій для кваліфікаційного рівня магістр маркетингу (другого (магістерського) ступеня вищої освіти), дає можливість досягти результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ МОН України №960 від 10.07.2019).

Після набуття чинності зазначеного стандарту, ОНП оновлено і затверджено в установленому порядку. Визначені стандартом результати навчання досягаються сформованим переліком обов'язкових компонент і змістом кожної компоненти з урахуванням необхідності забезпечення визначених результатів навчання. У силабусах навчальних дисциплін визначено результати навчання, які забезпечуються вивченням окремих тем.

В ОНП встановлено нормативний зміст навчання, обсяг і рівень підготовки магістрів зі спеціальності 075 «Маркетинг», визначено перелік освітніх компонент із кількістю навчальних годин/кредитів для їхнього вивчення, терміни навчання, відповідні цикли теоретичної та практичної підготовки, вибіркові компоненти, форму державної атестації.

Для моніторингу досягнення результатів навчання, у ОНП сформовано:

- Структурно-логічну схему підготовки фахівця (Рис.1);
- Матрицю відповідності визначених стандартом компетентностей дескрипторам НРК (Табл.1);
- Матрицю відповідності визначених стандартом результатів навчання та компетентностей НРК (Табл.2);
- Перелік компонентів освітньо-наукової програми та їх логічна (Табл.3)
- Структурно-логічну схему підготовки фахівця (Табл.4);
- Матрицю відповідності результатів навчання освітнім компонентам ОНП (Табл.5);
- Матрицю відповідності програмних компетентностей освітнім компонентам ОНП (Табл.6).

Повністю програмні результати навчання подані в ОНП 075 «Маркетинг» (магістерські програми) на офіційній сторінці НаУКМА.

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/2012-01-16-10-34-06>

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?

Відповідний стандарт затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960 «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти».

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

120

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)?

120

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

35

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

Зміст ОНП відповідає визначеним стандартом вищої освіти цілям навчання; об'єкту вивчення; теоретичному змісту предметної області; методам, методикам та технологіям; інструментам та обладнанню.

Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.

Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення

маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.

Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

З урахуванням цього визначено і включено до ОНП обов'язкові для студентів компоненти, що забезпечують формування відповідно загальних і спеціальних (фахових) компетентності спеціальності, досягнення відповідних їм програмних результатів навчання. Вибіркові дисципліни циклу підготовки покращують досягнення таких програмних результатів навчання, як: презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами; вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта; проводити оцінку ефективності комплексу рекламних заходів та планувати на цій основі подальші напрями розвитку організації (підприємства).

В університеті не реалізується підготовка магістрів за іншими освітніми програмами в межах даної спеціальності.

Об'єднання даної програми з іншими програмами призведе до звуження сфери вивчення маркетингу як предметної області, неналежного формування необхідних спеціальних компетентностей та послаблення конкурентних переваг випускників на ринку праці.

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

Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії визначена та регулюється Положенням «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА» (Наказ №216 від 13.05.2019) https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/825-polozhennia-pro-organizatsiiu-osvitnoho-protsesu-v-naukma

У п. 4.8. «Вибіркова частина навчального плану спеціальності складається з двох розділів: дисципліни професійної та практичної підготовки і дисципліни вільного вибору студента.»

У п. 4.16. «Навчання студента НаУКМА здійснюється на основі його індивідуального планування. Індивідуальний навчальний план містить перелік нормативних та вибіркових дисциплін відповідно до робочого навчального плану з урахуванням творчого потенціалу, особистісного росту та професійних інтересів особи, яка навчається.»

Можливість обрання наукових керівників, напряму наукового дослідження, теми кваліфікаційної роботи регулюється Положенням «Про магістерську роботу студента НаУКМА» (Наказ №95 від 02.03.2020).

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/971-polozhennia-pro-kvalifikatsiiu-mahistersku-robotu-studenta-naukma

Можливість обрання бази практики регулюється «Положенням про практику студентів НаУКМА» (Наказ №669 від 17.11.2011).

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/192-polozhennia-pro-praktyku-studentiv-naukma

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

Можливість реалізації права на вибір навчальних дисциплін забезпечується здобувачам вищої освіти згідно з Законом України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 №1556-VII та Положенням «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА» (Наказ №216 від 13.05.2019).

У п. 4.17. «Запис студента на вибіркові дисципліни, формування індивідуального навчального плану, запис у групи та корекція індивідуального навчального плану здійснюється за допомогою системи автоматизованого запису (САЗ), відповідно до Порядку проведення запису на вибіркові дисципліни за допомогою САЗ.»

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/570-poriadok-zapysu-studentiv-na-vybirkovy-dystsyplyny-za-dopomohou-systemy-avtomatyzovanoho-zapysu

У п. 1.2. «Порядку проведення запису на вибіркові дисципліни за допомогою САЗ» (Наказ №109 від 07.03.2018) зазначено, що кожен магістр формує на наступний навчальний рік індивідуальний навчальний план за допомогою САЗ на вибіркові дисципліни.

У п. 1.5 «Вибіркові дисципліни студент обирає самостійно. САЗ дозволяє студенту записатися на вибіркові дисципліни, що пропонуються факультетами та кафедрами університету.»

У п. 3.2. «Запис складається з декількох етапів. Етап презентації курсів передбачає реєстрацію студента в САЗ та його попереднє ознайомлення з дисциплінами. На цьому етапі студент також повинен ознайомитися з переліком нормативних дисциплін і з відповідною кількістю кредитів і годин свого тижневого навантаження по семестрах у своєму індивідуальному плані.»

На етапі запису студент повинен записатися на обрані дисципліни та попередньо сформувати свій індивідуальний план. Формування груп відбувається відповідно до наказу НаУКМА №229 від 16.06.2015 р. «Про затвердження норм часу для планування і обліку навчальної роботи та перелік основних видів методичної, наукової й організаційної роботи професорсько-викладацького складу НаУКМА».

Для магістрів кількість студентів у групі встановлено автоматично (від 15 до 27), якщо інші показники спеціально не передбачені.

Студент записується самостійно: на вибіркові дисципліни професійної та практичної підготовки згідно з навчальним планом своєї спеціальності, а на дисципліни вільного вибору - за навчальними планами будь-якої спеціальності.

Якщо після завершення першого етапу запису всі вибіркові дисципліни, на які записався студент, відбулися, кількість кредитів за рік становить 60, тоді індивідуальний план вважається сформованим.

Щорічно розробляється та оприлюднюється каталог вибіркових дисциплін з анотаціями, де вказується мета, завдання, короткий зміст. Каталог вибіркових дисциплін розміщено на платформі

<https://distedu.ukma.edu.ua> та на сайті університету, зокрема

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business/annotatsii-kursiv>

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

Практична підготовка здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем забезпечується системою практичних занять, науково-дослідною та педагогічною практиками, виконанням кваліфікаційної роботи. Для проходження практик НаУКМА укладено договори з підприємствами та організаціями, які постійно оновлюються. Однак магістри найчастіше обирають базу практики самостійно, відповідно до Положення «Про практику студентів НаУКМА» (Наказ №669 від 17.11.2011).

Відповідно до графіку навчального плану здобувачі другого (магістерського) рівня вищої освіти ОПП «Маркетинг» проходять науково-дослідну практику (обсяг – 7 кредитів) і педагогічну практику (обсяг – 3 кредити). Змістове наповнення практик регламентовано програмами практики, які розроблені кафедрою маркетингу та управління бізнесом.

Науково-дослідна практика спрямована на розвиток компетентностей, пов'язаних з організацією та виконанням науково-дослідних робіт: здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу; здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

Педагогічна практика формує загальні та фахові компетентності: навички міжособистісної взаємодії; здатність застосовувати знання з педагогіки і психології у навчальному процесі у закладах вищої освіти.

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 надзвичайно важливими у роботі майбутніх магістрів маркетингу. ОП передбачає набуття здобувачами вищої освіти softskills. Освітні компоненти програми мають на меті формування соціальних навичок у студентів, опанування знань та навичок щодо професійної поведінки, критичного мислення, лідерства, поведінки в команді, комунікабельності, креативності, етичних норм поведінки та дотримання принципів академічної доброчесності, проведення презентацій, побудови взаємин, вміння ведення переговорів тощо. Йдеться про такі освітні компоненти як: «Соціальна відповідальність», «Міжнародний маркетинг», «Рекламний менеджмент», «Стратегічний маркетинг», «Інтелектуальна власність», а також вибірково: «Маркетинг взаємодії», «Мистецтво переговорів», «Психологія управління і бізнес-комунікації».

Дисципліна «Англійська мова» спрямована на удосконалення рівня володіння мовою, знання термінології, досягнення вміння доказово й обґрунтовано презентувати результати своїх досліджень.

Процес формування соціальних навичок відображений у силабусах.

Формування соціальних навичок визначається також програмними результатами навчання: вмінні розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності; презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами; використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

Яким чином зміст ОП ураховує вимоги відповідного професійного стандарту?

Професійний стандарт відсутній за галуззю знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність «Маркетинг». Згідно чинного Національного класифікатора України «Класифікатор професій ДК 003:2010» (зі змінами, затвердженими наказом Міністерства економіки, торгівлі та сільського господарства України №1574 від 18.08.2020) кваліфікація здобувача вищої освіти за даною ОП відповідає професійній назві за кодом КП: 1233 – Керівники підрозділів маркетингу, директор з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу); 1475 – Менеджер (управитель) з маркетингу; 1475.3 – Менеджер (управитель) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки; 1475.4 – Менеджер (управитель) зі збуту; 1476.1 – Менеджер (управитель) з реклами; 2419.1 Науковий співробітник (маркетинг), Науковий співробітник-консультант (маркетинг); 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог).

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

Кредитний обсяг дисциплін визначається колегіальною експертною оцінкою укладачів ОП і корегується розширеним засіданням кафедри маркетингу та управління бізнесом, вченою радою НаУКМА, зовнішніми рецензентами і стейкхолдерами. Співвіднесення обсягу окремих освітніх компонентів ОП базується на нормах Положення «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА» (наказ №216 від 13.05.2019).

«5.2. Нормативний термін навчання магістрів – 1 рік 10 місяців.

5.3. Навчальне навантаження 1 року – 60 кредитів ЄКТС.

5.5. У навчальному році 2 семестри: осінній (15 тижнів з урахуванням тижня самостійної роботи); весняний (15 тижнів з урахуванням ТСР) та додатковий весняний семестр – 7 тижнів.

5.6. Навчальний тиждень – не більше 54 академ. год. Тижневе аудиторне навантаження – не більше 18 академ. год.

5.8. Навчальний день – не більше 9 академ. год.

5.10. Навчальне навантаження усіх видів робіт обліковується у кредитах ЄКТС. Обсяг 1 кредиту – 30 годин.»

Розподіл годин навчального часу магістрів за тижнями та видами роботи відображено у силабусах.

Час для самостійної роботи встановлено з врахуванням норм Положення «Про самостійну роботу студентів НаУКМА» (Наказ №611 від 05.11.2012).

«1.2. Навчальний час для самостійної роботи студентів – не менше ніж 1/3 та не більше ніж 2/3 загального обсягу

часу, передбаченого для вивчення дисципліни.

1.3. Основна мета самостійної роботи – формування навичок ефективної самостійної практичної та науково-теоретичної діяльності.»

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

Підготовка здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за дуальною формою навчання відсутня.

Однак, в університеті розроблено Положення «Про дуальну форму здобуття вищої освіти у НаУКМА» (Наказ №479 від 08.12.2020).

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/63-dokumenty-iz-orhanizatsii-osvitnoho-protsesu?start=5

Також кафедра маркетингу та управління бізнесом проводить консультації та переговори з партнерами щодо запровадження дуальної форми освіти за цією ОНП найближчим часом.

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

<https://vstup.ukma.edu.ua/dlya-vstupnykiv-na-magisterski-programy/>

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

Правила прийому на навчання та вимоги до вступників ОНП «Маркетинг» визначені «Правилами прийому до НаУКМА в 2021 році». Конкурсний відбір для здобуття ступеня магістра здійснюється за результатами вступних випробувань, складених у рік вступу.

Єдиний іспит з іноземної мови має кваліфікаційний характер та орієнтований на підтвердження володіння іноземною мовою на рівні не нижчому за B2 відповідно до Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти.

Для абітурієнтів магістерських програм, які не складають єдиний іспит з іноземної мови, знання та вміння оцінюються за 200-бальною шкалою, відповідно до «Програми вступного випробування з іноземної мови».

https://vstup.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/MP_Angl.mova_Programa-vstupnogo-ispytu_2020.pdf

Фахове вступне випробування відповідає «Програмі фахового вступного випробування для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженої 10.03.2020р.

Фахове вступне випробування за спеціальністю 075 «Маркетинг» має з'ясувати рівень професійних компетенцій, теоретичних знань і практичних навичок абітурієнтів з базових професійно-орієнтованих дисциплін; визначити їхню готовність до засвоєння ОНП. Фахове вступне випробування проводиться у формі письмового екзамену. Білет включає 1 теоретичне питання, 20 тестових завдань та 2 задачі. Знання та вміння оцінюються за 200-бальною шкалою.

https://vstup.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2020/08/075_mark_fah.pdf

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

Визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, здійснюється відповідно до «Положення про порядок участі у програмах внутрішньої і міжнародної академічної мобільності здобувачів вищої освіти НаУКМА» (Наказ №289 від 10.09.2020).

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/19-mizhnarodna-diialnist

«1.4. Право на академічну мобільність може бути реалізоване на підставі: внутрішніх і міжнародних договорів про співробітництво в галузі освіти та науки, внутрішніх, міжнародних програм та проєктів; договорів про співробітництво між НаУКМА, українськими та іноземними ВНЗ (науковими установами); на основі індивідуальних запрошень з власної ініціативи, підтриманої адміністрацією НаУКМА.

2.2. До участі у програмах кредитної мобільності допускаються здобувачі НаУКМА: які успішно навчаються за другим (магістерським) рівнем вищої освіти (з середнім балом не нижче 80,00); підписали корпоративну угоду; отримали позитивні рекомендації від випускової кафедри.» Координацію здійснює відділ міжнародного співробітництва.

«5.1. Визнання результатів навчання здійснюється на основі ЄКТС.

5.2. Порівняння обсягу навчального навантаження ґрунтується на зіставленні результатів.

5.3. Протягом 60 днів після завершення навчання здобувач надає академічну довідку і звіт про результати мобільності від ВНЗ.

5.4. НаУКМА визнає позитивні кредити і оцінки.»

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

- Каневська Галина-Софія, навчання з 01.10.2016 по 31.03.2017 у Європейському університеті Відріна, Франкфурт (Одер), Німеччина;
- Олійник Анна, навчання з 21.01.2019 по 26.06.2019 у Пантеон Сорбонна, Париж, Франція;
- Разумна Катерина, навчання з 28.01.2020 по 27.06.2020 у Відземському університеті прикладних наук, Валмієра, Латвія;
- Глухенька Наталія, навчання з 05.10.2020 по 30.01.2021 у Університеті Кадир Хас, Стамбул, Туреччина.

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

У НаУКМА розроблено:

- Положення «Про дуальну форму здобуття вищої освіти у НаУКМА» (Наказ №479 від 08.12.2020).
https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/63-dokumenty-iz-orhanizatsii-osvitnoho-protsesu?start=5
 - 1.3. Дуальна форма освіти передбачає здобуття освіти, поєднанням навчання осіб у НаУКМА з навчанням на робочих місцях на підприємствах та організаціях для набуття певної кваліфікації на основі договору.
 - 2.1. Дуальна освіта здійснюється на підставі договору між НаУКМА і роботодавцем.
 - Положення «Про порядок та процедуру визнання в НаУКМА результатів навчання, здобутих через неформальну або інформальну освіту» (Наказ №530 від 30.12.2020)
https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/63-dokumenty-iz-orhanizatsii-osvitnoho-protsesu?start=10
 - 2.2. Визнання результатів, здобутих через неформальну / інформальну освіту, можливе для тих результатів навчання, які співвідносяться / відповідають переліку загальних або професійних компетентностей певної ОНП.
 - 2.3. Обсяг визнаних результатів навчання добутих у неформальній / інформальній освіті на ОНП рівня «магістр» не може перевищувати 6 кредитів.
- Процедура визнання деталізована у Положеннях.

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

- Практика застосування вказаних правил для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за дуальною формою навчання та неформальною чи інформальною освітою на цей час відсутня.
- На даний момент не було зафіксовано заяв від магістрів цієї ОНП до деканату факультету щодо визнання результатів навчання, здобутих через неформальну або інформальну освіту. (Заяви подаються не менше ніж за 30 календарних днів до початку семестру із додаванням відповідних документів: сертифікатів, свідоцтв, освітніх програм, витягів з результатами тестування та оцінювання, переліком підтверджених компетентностей тощо). В університеті розроблені положення, які регулюють ці процеси:
- Положення «Про дуальну форму здобуття вищої освіти у НаУКМА» (Наказ №479 від 08.12.2020).
 - Положення «Про порядок та процедуру визнання в НаУКМА результатів навчання, здобутих через неформальну або інформальну освіту» (Наказ №530 від 30.12.2020)
- Також кафедра маркетингу та управління бізнесом проводить консультації та переговори з партнерами щодо запровадження дуальної форми освіти за цією ОНП найближчим часом.

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

- Форма навчання на ОНП «Маркетинг» – очна і регулюється Положенням «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА» (Наказ №216 від 13.05.19).
https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/825-polozhennia-pro-orhanizatsiiu-osvitnoho-protsesu-v-naukma
- 6.1. Форми навчання: навчальні заняття (лекція; семінарське, практичне, індивідуальне заняття, консультація, офісна зустріч); індивідуальні завдання; самостійна робота студента; практична підготовка; контрольні заходи. Викладання на основі студенто-центрованого підходу. Навчальні заняття в інтерактивному форматі з використанням різних методів (дискусія, круглий стіл, ділова гра, тематична зустріч, розв'язання ситуаційних задач, виїзне заняття).
- Самостійна робота студентів передбачає опанування науково-методичних джерел фахової спрямованості та виконання індивідуальних та командних проєктів, розв'язання бізнес-кейсів.
- Згідно Положення «Про дистанційне навчання в НаУКМА» (Наказ №194 від 30.06.20), передбачено режими навчання:
- синхронний, де всі учасники одночасно приєднані до спеціалізованого середовища дистанційного навчання НаУКМА;
 - асинхронний, де учасники взаємодіють із затримкою у часі, застосовуючи механізми розміщення (обмін) текстової, графічної, відео- чи аудіо- інформації.
https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/821-polozhennia-pro-dystantsiine-navchannia-u-naukma

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

Реалізація студенто-центрованого підходу здійснюється за рахунок різних способів подачі матеріалу. Центр забезпечення якості освіти НаУКМА проводить регулярний моніторинг, стимулюючи самостійність, рефлексивність і критичне мислення студентів.

Діяльність Центру спрямована на покращення ОНП та бізнес-процесів; забезпечення принципів академічної доброчесності; проведення опитувань студентів, випускників, працевластів та викладачів; реагування на зібрану інформацію; підвищення кваліфікації викладачів, зокрема організацією SmartFoundation та випускниками НаУКМА.

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/quality-edu>

Відповідно до результатів опитувань забезпечується розвиток взаємоповаги у стосунках студента і викладача, наставництво, менторство і коучінг. Увага приділяється використанню зручних для студента форм навчання, інтерактивності, мобільності. Індивідуальні заняття дозволяють розкрити персональні інтереси та стратегічне бачення студента.

Анонімне опитування студентів демонструє рівень задоволеності професіоналізмом професорсько-викладацького складу кафедри і дозволяє обирати дисципліни вільного вибору на основі рейтингу дисциплін і викладачів.

Магістри відмічають високий рівень практичної складової навчального процесу, викладання дисциплін лідерами сучасного бізнесу, а також конкурентну перевагу ОНП «Маркетинг» – здатність генерувати інноваційні рішення та вміння адаптації до змінного ринкового середовища.

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

Принцип академічних свобод закріплено:

- у «Стратегії розвитку НаУКМА на 2015–2025 рр.» (Протокол №29 від 15.09.2015).

http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6249/strategy_naukma.pdf

- у Правилах використання символіки НаУКМА (Brandbook)

<http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/10634>

- у Положенні «Про комітет з етики наукових досліджень» (Наказ №148 від 12.04.2016).

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/vchena-rada/komitety>

- у Положенні «Про академічну доброчесність здобувачів освіти НаУКМА» (Наказ №112 від 07.03.2018).

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/577-polozhennia-pro-akademichnu-dobrochesnist-zdobuvachiv-osvity-u-naukma

- у Положенні «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА» (Наказ №216 від 13.05.2019).

Відповідно, викладачі мають право визначати зміст навчальних дисциплін, обирати методи навчання.

Адміністрування ОНП не передбачає втручання у формування програм дисциплін, форм і способів роботи з магістрами.

Колегіальне оцінювання і відкритість обговорення проблемних моментів формують атмосферу толерантності і довіри. Також, відповідність методів навчання і викладання магістрів принципам академічної свободи полягає у можливості: вивчення дисциплін за вибором студентів; навчанні за програмами міжнародної і національної академічної мобільності; виборі тематики і методів дослідження; врахування особливих вимог.

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 за окремими освітніми компонентами є доступною усім учасникам освітнього процесу уже на етапі розробки проекту ОНП. Проект програми і ОНП розміщуються на веб-сайті НаУКМА.

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business>

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/2012-01-16-10-34-06>

Інформаційне забезпечення навчального процесу передбачає: стислий опис характеристики підрозділів, їх структури, викладацького складу, а також напрямів і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців із зазначенням термінів та умов навчання, форм атестації, навчальний план з розподілом годин за нормативними і вибірковими дисциплінами, послідовність та терміни їх вивчення, анотації дисциплін.

На платформі НаУКМА dist.edu розміщено силабуси (робочі програми) навчальних компонентів, де визначено цілі, зміст, очікувані результати навчання, форма контролю, порядок та критерії оцінювання.

<https://distedu.ukma.edu.ua>

Деталізована інформація також надається на першому занятті з дисципліни з орієнтацією на платформу НаУКМА dist.edu.

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

В освітньому процесі та позанавчальній діяльності на ОНП активно використовуються результати досліджень викладачів та здобувачів освіти, в рамках двох кафедральних НДР:

- «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними процесами (2019–2021 рр., № держреєстрації 0119U103840);

- «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва» (2015–2019 рр., № держреєстрації 0115U004319).

Окремі результати досліджень включено до силабусів навчальних дисциплін, зокрема: «Соціальна відповідальність» (теми: Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю, Оцінювання ефективності соціальної відповідальності), «Інноваційний розвиток підприємства» (теми: Інноваційна політика підприємства, Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку)

Отримані наукові результати викладачів і здобувачів вищої освіти публікуються у наукових фахових виданнях, матеріалах всеукраїнських та міжнародних конференцій

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business/publikatsii>

Керівництво науковими роботами магістрів здійснюють науково-педагогічні працівники кафедри маркетингу та управління бізнесом, шляхом керування підготовкою кваліфікаційної роботи, написанням доповідей, повідомлень, підготовкою до участі у роботі наукових конференцій, написанням наукових робіт з подальшою їх участю у конкурсах. Відповідно до навчального плану ОНП «Маркетинг» передбачена науково-дослідна практика (7 кредитів ЄКТС), де магістри виконують індивідуальне науково-дослідне завдання, з урахуванням обраної теми магістерської (кваліфікаційної) роботи в терміни, визначені програмою практики.

У наукових виданнях публікуються статті, співавторами яких є викладачі та студенти, зокрема:

- Рябченко О. С., Сидоренко О. В. Управління комплексом маркетингових комунікацій в мережі інтернет на прикладі компанії WOWBODY 60 // Регіональна економіка та управління. - 2 (28) - травень 2020 р. - Частина II. – С. 60-66.

- Кухта Є. А., Восковнюк С. Є., Рожнова Ю. С. Держипільський А. І., Ковшова І. О. Вплив «Big Data» на маркетингові дослідження в Україні // Young Scientist. 2020. №5 (81). С. 163–188.

- Олексенко Ю. О., Сидоренко О. В. Рекламна діяльність підприємства та напрями її удосконалення // Науковий погляд: економіка та управління. - 2020. - №2 (68). - С. 147 – 153.

- Пічак К.В., Будняк А.О. Вплив реклами та інших форм комунікації на поведінку споживача // Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. – Збірник наукових праць, 2019 Т. 4. Випуск 1.1-106. – С.82-87.

- Гуменна О.В., Гончарова К.О. Нейромаркетинг як інноваційний інструмент в маркетингу. Наукові записки НаУКМА Серія «Економіка». – 2018. – №1.– С. 38-45

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

Ініціаторами оновлення освітніх компонентів, насамперед, є викладачі кафедри, які щорічно оновлюють зміст навчальних дисциплін на основі наукових досліджень і новітніх практик маркетингової діяльності. Викладачі змінюють структурні складові навчальної дисципліни: програму, структуру, зміст матеріалу, форми викладання, систему контролю результатів навчання, перелік рекомендованих джерел інформації.

Матеріали освітніх компонент мають відповідати:

- Положенню «Про затвердження документів навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін в НаУКМА» (Наказ №7 від 09.01.2019).

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1291-pro-zatverdzhennia-dokumentiv-navchalno-metodychnoho-zabezpechennia-navchalnykh-dystsyplin-v-naukma

- Положення «Про критерії оцінювання студентів НаУКМА» (Наказ №175 від 04.06.2014).

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/198-polozhennia-kryterii-otsiniuvannia-znan-studentiv

- Інструкції з діловодства у НаУКМА (Наказ №50 від 01.02.2018).

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/551-instruktsiia-z-dilovodstva-u-naukma

Також, ініціаторами оновлення освітніх компонентів є партнери і магістри, які в процесі навчання, під час анкетування, за участі у засіданнях кафедри висловлюють побажання.

Тематика курсових і дипломних робіт є актуальною, має теоретичне та прикладне значення і щорічно оновлюється, відповідно до сучасного стану та тенденцій розвитку науки з врахуванням особистих інтересів студентів. Також у 2020 році оновлено програми педагогічної і науково-дослідної практик, де уточнено зміст і технологію проходження практики. Вся інформація розміщена на платформі <https://distedu.ukma.edu.ua>

Джерелом ідей для оновлення ОНП є також наукові досягнення і сучасні практики, які збираються і аналізуються викладачами під час співпраці кафедри із вітчизняними та іноземними університетами, партнерами і студентами; під час участі у конференціях, проходженні стажування, виконання науково-дослідних робіт та моніторингу джерел інформації.

У 2020р., у зв'язку з переходом НаУКМА на дистанційну форму навчання, оновлено зміст всіх освітніх компонентів ОНП з врахуванням сучасних форм та методів онлайн-викладання.

За результатами наукового дослідження «Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика» у 2018р.

оновлено зміст навчального матеріалу з дисципліни «Маркетинговий менеджмент» щодо розробки і здійснення маркетингової стратегії кампанії. За результатами наукових досліджень і наукових публікацій у 2019р. оновлено зміст навчального матеріалу з дисципліни «Логістичний менеджмент» щодо планування транспортної стратегія та прийняття рішень. Доповнено тематику дисципліни «Інноваційний маркетинг».

За пропозицією студентів у 2020р., до «Рекламного менеджменту» додано тему «Influence-маркетинг: співпраця з блогерами та лідерами думок».

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

Інтернаціоналізація дослідницької роботи є стратегічним напрямком розвитку наукової освіти («План стратегічного розвитку НаУКМА на 2015-2025). У 2018 створено Комітет Вченої ради НаУКМА з інтернаціоналізації. З 2005

НаУКМА член Асоціації Європейських Університетів (EUA) <http://www.eua.be>

При розробленні проекту ОНП вивчено іноземний досвід. За основу взято досвід, що передбачає деталізацію навчальних дисциплін з фокусом на практичну спрямованість і максимальне наближення до європейських вимог та принципів Болонського процесу.

Студенти ОНП можуть приймати участь у програмах академічної мобільності. Випускники ОНП можуть продовжувати навчання за кордоном, легалізуючи отриманий диплом. Інформування про можливості відбувається через сайт Відділу міжнародного співробітництва НаУКМА: <https://dfc.ukma.edu.ua>

Викладачі кафедри публікують результати досліджень у міжнародних наукових виданнях, які включені до міжнародних наукометричних баз, зокрема:

- Voropai O., Pichyk K., Chala N. (2019).
- Ignatieva I., Gavrylenko T., Serbenivska A. (2020).
- Kovshova I., Sydorenko O. (2020).

Викладачі кафедри проходять міжнародні стажування та приймають участь у програмах підвищення кваліфікації, зокрема:

- проф. Ковшова І. О. у 2019р. пройшла стажування у Vysoká škola ekonomická v Praze: University of Economics. Досвід викладачів дозволив вдосконалити методику викладання та оновити зміст дисциплін, що покращує міжнародний імідж НаУКМА та сприяє просуванню у міжнародних рейтингах.

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

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

Форми контрольних заходів для перевірки програмних результатів навчання у межах певної дисципліни визначаються в силабусі відповідної дисципліни.

Відповідно до Положення «Про затвердження документів навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін в НаУКМА» (Наказ №7 від 09.01.2019), в силабусі вказуються форми занять, навчальні заходи, критерії оцінювання, методи, технології, які використовує викладач для забезпечення здобуття студентом відповідних результатів навчання та їх перевірки.

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1291-pro-zatverdzhennia-dokumentiv-navchalno-metodychnoho-zabezpechennia-navchalnykh-dystsyplin-v-naukma

Перевірити рівень досягнення програмних результатів дозволяють такі форми контрольних заходів:

- Тестування - дозволяє перевірити підготовку студентів до кожного заняття.
- Творчі завдання проводяться з метою формування вмінь і навичок у студентів практичного спрямування, формування сучасного наукового мислення, вміння приймати відповідальні та ефективні рішення.
- Індивідуальна науково-дослідна робота студентів (презентації робіт, звіти проходження практики, письмові есе, контрольні роботи, курсові роботи) має на меті вдосконалення практичних навичок та вмінь студентів щодо використання та опрацювання наукових джерел, написання тез, статей, оформлення звітів, розробки презентаційного матеріалу, використання теоретичних та емпіричних методів дослідження.
- Самостійна робота дозволяє виявити вміння чітко, логічно і послідовно відповідати на поставлені запитання, вміння працювати самостійно.

Також контрольні заходи регламентуються

- Положенням «Про організацію освітнього процесу в НаУКМА» (Наказ №216 від 13.05.2019)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/825-polozhennia-pro-orhanizatsiiu-osvitnoho-protsesu-v-naukma

- Положенням «Про критерії оцінювання студентів НаУКМА» (наказ №175 від 04.06.2014)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/198-polozhennia-kryterii-otsiniuvannia-znan-studentiv

Контрольні заходи охоплюють:

- поточний контроль здійснюється під час проведення практичних і семінарських занять для перевірки рівня засвоєння матеріалу й підготовленості студента до виконання конкретної роботи;
- семестровий контроль проводять у формі семестрового екзамену або диференційованого заліку з навчальної дисципліни;
- захист практики;
- захист курсової роботи;
- державну атестацію здійснює державна екзаменаційна комісія після завершення навчання для перевірки досягнення програмних результатів навчання.

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

Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень магістрів забезпечується:

- Положенням «Про критерії оцінювання студентів НаУКМА» (Наказ №175 від 04.06.2014).

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/198-polozhennia-kryterii-otsiniuvannia-znan-studentiv

- Положенням «Про рейтингову систему оцінювання знань в НаУКМА» (Наказ №280 від 13.06.2017), що розроблено для підвищення якості навчання, стимулювання роботи студентів, створення умов для прояву кожної особистості та для підвищення об'єктивності оцінки підсумків усіх видів навчальної діяльності студентів.

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/193-polozhennia-pro-reitynhovu-systemu-otsiniuvannia-znan

Правила оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни розробляються викладачем і вносяться до силабусу. При розробці критеріїв оцінювання навчальних досягнень студентів, викладач враховує всі види навчальної роботи та контрольні заходи (тести, письмові завдання, контрольні роботи) із розподілом балів за кожен вид контролю. Силабус розміщується на <https://distedu.ukma.edu.ua> та доводиться до відома студентів.

З метою підвищення ефективності самоконтролю досягнення програмних результатів навчання ОНП, викладачі кафедри додатково розробляють методичні видання, де містяться питання для самоконтролю, тести, індивідуальні, командні та творчі завдання.

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

Графік навчального процесу затверджується Президентом НаУКМА.

Розклад занять формується деканатом економічного факультету. Розклад оприлюднюється на сайті НаУКМА https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/30-rizne/231-rozklad-zaniat-na-vesnianyi-semester-2020-2021-n-r/255-fakultet-ekonomichnykh-nauk/257-mahisterski-prohramy

Всі студенти мають доступ до силабусів навчальних дисциплін, що містять інформацію про форми контрольних заходів та критерії оцінювання і розміщені на платформі дистанційного навчання НаУКМА DistEdu (Moodle) <https://distedu.ukma.edu.ua>

Також, інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання доводиться до студентів перед початком вивчення дисципліни викладачем та може бути пояснена гарантом програми чи завідувачем кафедри.

Екзамени і заліки проводяться за розкладом, який доводиться до відома викладачів і здобувачів освіти не пізніше, як за місяць до початку семестрового контролю.

Графіки захистів практик, курсової та кваліфікаційної робіт затверджуються та оприлюднюються не пізніше, ніж за тиждень до початку захистів.

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

Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у точній відповідності до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ МОН України №960 від 10.07.2019). Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Відповідно до стандарту визначені і вимоги до кваліфікаційної роботи, які полягають у розв'язанні складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, передбачають проведення досліджень або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.

Робота не може містити академічного плагіату, некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Це додатково регламентується:

- Положенням «Про академічну доброчесність здобувачів освіти НаУКМА» (Наказ №112 від 07.03.2018)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/577-polozhennia-pro-akademichnu-dobrochesnist-zdobuvachiv-osvity-u-naukma

- «Про заходи стосовно перевірки курсових та кваліфікаційних (випускових) робіт бакалаврів та магістрів на дотримання вимог академічної доброчесності» (Наказ №108 від 16.03.2020)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/980-pro-zakhodistovovno-perevirki-kursovikh-ta-kvalifikatsijnikh-vipuskovikh-robit-bakalavriv-ta-magistriv

Вимоги щодо мети, завдання, наукового керівництва, тематики, змісту, оформлення, розгляду, рецензування, захисту та оцінювання кваліфікаційних робіт своєчасно доводяться здобувачам вищої освіти.

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

Базові документи, що регулюють процедуру проведення контрольних заходів у НаУКМА:

- Положення «Про організацію освітнього процесу в НаУКМА» (Наказ №216 від 13.05.2019)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/825-polozhennia-pro-organizatsiiu-osvitnoho-protsesu-v-naukma

- Положення «Про критерії оцінювання студентів НаУКМА» (Наказ №175 від 04.06.2014)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/198-polozhennia-kryterii-otsiniuvannia-znan-studentiv

- Положення «Про рейтингову систему оцінювання знань в НаУКМА» (Наказ №280 від 13.06.2017)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/193-polozhennia-pro-reitynhovu-systemu-otsiniuvannia-znan

- Положення «Про академічну доброчесність здобувачів освіти НаУКМА» (Наказ №112 від 07.03.2018)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/577-polozhennia-pro-akademichnu-dobrochesnist-zdobuvachiv-osvity-u-naukma

- «Про заходи стосовно перевірки курсових та кваліфікаційних (випускових) робіт бакалаврів та магістрів на дотримання вимог академічної доброчесності» (Наказ №108 від 16.03.2020)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/980-pro-zakhodistovovno-perevirki-kursovikh-ta-kvalifikatsijnikh-vipuskovikh-robit-bakalavriv-ta-magistriv

Документи розміщено у вільному доступі на сайті університету.

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

Оцінювання результатів навчання здійснюється на принципах об'єктивності, систематичності, системності, єдності вимог, відкритості, прозорості, доступності та зрозумілості методики оцінювання.

Процедура забезпечення об'єктивності оцінювання:

- інформація щодо оцінювання є чіткою, точною і доступною;
- критерії та методи оцінювання оприлюднюються заздалегідь;
- оцінювання проводиться відповідно до встановлених процедур;
- роботи студентів зберігаються протягом семестру;
- рішення щодо кількості екзаменаторів і залучення зовнішніх оцінювачів приймається заздалегідь;
- екзаменатори можуть не брати участь в оцінюванні під час виникнення конфлікту інтересів.

Об'єктивність атестації магістрів досягається призначенням голови екзаменаційної комісії з числа науково-педагогічних працівників інших ВНЗ чи наукових установ, які готують фахівців за такою ж спеціальністю.

При виникненні конфлікту до розгляду залучаються співробітники Центра якості та члени Комітету з етики, що врегульовують конфлікт, відповідно до норм:

- Кодексу етики НаУКМА (Наказ №210 від 06.07.2020)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1316-kodeks-etiki-naukma-ta-sklad-komitetu-z-etiki

- Концепції внутрішнього забезпечення якості навчання і викладання НаУКМА (Наказ №107 від 05.03.2018)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/572-kontseptsiia-vnutrishnoho-zabepchennia-iakosti-navchannia-i-vykladannia

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів регулюється Положенням «Про організацію освітнього процесу в НаУКМА» (Наказ №216 від 13.05.2019).

7.16. Студентам, які одержали під час сесії не більше ніж дві незадовільні оцінки, дозволяється ліквідувати академічні заборгованості до початку наступного семестру. Графік перескладання визначається деканатом факультету. Повторне складання екзаменів допускається не більше ніж 2 рази з кожної дисципліни: один раз - викладачу, другий - комісії. У разі коли у визначений строк академічна заборгованість не ліквідована, здобувач вищої освіти має прослухати дисципліни повторно.

7.17. Перескладання заліку чи екзамену або переслуховування дисципліни з метою підвищення позитивної оцінки не допускається. Як виняток, з дозволу декана й віце-президента з науково-педагогічної роботи (навчальна робота) студентів може бути надана можливість покращити лише одну оцінку.

7.18. Ліквідація заборгованості з нормативної дисципліни здійснюється шляхом переслуховування цієї дисципліни. з вибіркової - шляхом прослуховування цієї дисципліни або обрання іншої дисципліни з тією ж кількістю кредитів. Порядок створення та роботи комісії визначається Положенням «Про рейтингову систему оцінювання знань». Студенти, які мають одну заборгованість відраховуються з навчання за державним замовленням, а ті, які мають більше ніж дві заборгованості відраховуються з університету.

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

Порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів регулюється:

- Положенням «Про апеляційну комісію НаУКМА (Наказ №290 від 08.07.2016)

https://vstup.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2018/04/Polozhennya-pro-AK_sajt.pdf

- Положенням «Про організацію освітнього процесу в НаУКМА» (Наказ №216 від 13.05.2019)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/825-polozhennia-pro-orhanizatsiiu-osvitnoho-protsesu-v-naukma

- Положенням «Про критерії оцінювання студентів НаУКМА» (Наказ №175 від 04.06.2014)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/198-polozhennia-kryterii-otsiniuvannia-znan-studentiv

- Положення «Про рейтингову систему оцінювання знань в НаУКМА» (Наказ № 280 від 13.06.2017)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/193-polozhennia-pro-reitynhovu-systemu-otsiniuvannia-znan

- «Про заходи стосовно перевірки курсових та кваліфікаційних робіт магістрів на дотримання вимог академічної доброчесності» (Наказ №108 від 16.03.2020)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/980-pro-zakhodi-stosovno-perevirki-kursovikh-ta-kvalifikatsijnikh-vipuskovikh-robot-bakalavriv-ta-magistriv

Оскарження результатів проведення контрольних заходів на ОНП «Маркетинг» не було.

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

Базові документи, що регулюють політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності:

- Положення «Про академічну доброчесність здобувачів освіти НаУКМА» (Наказ №112 від 07.03.2018)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/577-polozhennia-pro-akademichnu-dobrocheshnist-zdobuvachiv-osvity-u-naukma

- «Про заходи стосовно перевірки курсових та кваліфікаційних робіт магістрів на дотримання вимог академічної доброчесності» (Наказ №108 від 16.03.2020)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/980-pro-zakhodistoosovno-perevirki-kurovikh-ta-kvalifikatsijnikh-vipuskovikh-robit-bakalavriv-ta-magistriv

- Кодекс етики НаУКМА (Наказ №210 від 06.07.2020)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1316-kodeks-etiki-naukma-ta-sklad-komitetu-z-etiki

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

Базовий документ, що регулюють політику протидії порушенням академічної доброчесності:

- Положення «Про академічну доброчесність здобувачів освіти НаУКМА» (Наказ №112 від 07.03.2018)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/577-polozhennia-pro-akademichnu-dobrochesnist-zdobuvachiv-osvity-u-naukma

2.1. НаУКМА вживає заходів щодо ознайомлення здобувачів вищої освіти із поняттям та вимогами академічної доброчесності шляхом включення відповідного матеріалу до програм навчальних дисциплін, проведення окремих лекцій, семінарів, тренінгів, індивідуальних консультацій для здобувачів освіти та в інші способи, що не суперечать чинному законодавству.

2.2. Особи, які набули статусу здобувача освіти в НаУКМА упродовж двох місяців з дня набуття такого статусу беруть на себе зобов'язання щодо дотримання академічної доброчесності власноручно складаючи таку присягу:

«Я, (ПІБ), розпочинаючи навчання у НаУКМА, зобов'язуюсь дотримуватись усіх вимог академічної доброчесності та своєю діяльністю утверджувати академічну доброчесність як засадничу цінність Могилянської спільноти».

Перевірка курсових і дипломних робіт здійснюється з використанням сервісу онлайн-пошуку плагіату Unicheck (договір із ТОВ «Антиплагіат» від 15.04.2019) <https://unicheck.com>

Додатково сервіс онлайн-пошуку плагіату Unicheck підключено до платформи дистанційного навчання НаУКМА DistEdu (Moodle) <https://distedu.ukma.edu.ua> для перевірки всіх письмових робіт студентів.

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

Академічна доброчесність популяризується проведенням інформаційних кампаній. Проводиться консультування щодо вимог з написання письмових робіт із наголошенням на принципах самостійності, коректного використання інформації з інших джерел та уникання плагіату, а також правил опису джерел та посилань на них. Також, співробітники бібліотеки організовують заходи щодо поширення основ інформаційної культури. Здобувачам вищої освіти доводяться переваги дотримання доброчесності у навчанні у зв'язку з їх майбутнім працевлаштуванням, набуттям навичок самостійних досліджень та їх інтерпретації, що забезпечує професійне зростання.

Популяризується академічна доброчесність у навчальному посібнику кафедри «Наукова робота: легко, із задоволенням» та у методичних рекомендаціях до написання та захисту письмових робіт. Також, принципи, норми і правила поведінки НПП та здобувачів вищої освіти з урахуванням фундаментальних цінностей академічної доброчесності закріплені Кодексом етики НаУКМА. Академічна спільнота НаУКМА визнає академічну доброчесність засадничою цінністю освітнього і наукового процесів.

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

Згідно Положення «Про академічну доброчесність здобувачів освіти НаУКМА» (Наказ №112 від 07.03.2018)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/577-polozhennia-pro-akademichnu-dobrochesnist-zdobuvachiv-osvity-u-naukma

У п. 3.1 – 3.9 зазначено, що порушенням академічної доброчесності здобувачами освіти вважається: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво.

Вчинення будь-якого зазначеного порушення при написанні кваліфікаційної роботи, статті, тез виступу на конференції, круглому столі або іншому науковому заході, конкурсної роботи чи будь-якої наукової чи навчально-методичної праці тягне відрахування з НаУКМА.

Вчинення будь-якого зазначеного порушення безпосередньо під час виконання здобувачем освіти завдань поточного чи підсумкового контролю тягне повторне проходження відповідного освітнього компонента ОНП.

Вчинення таких самих дій безпосередньо під час атестації здобувача освіти тягне відрахування з НаУКМА.

Випадків виявлення порушення академічної доброчесності на ОНП «Маркетинг» зафіксовано не було.

6. Людські ресурси

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

Професіоналізм викладачів ОНП «Маркетинг» повністю забезпечує досягнення визначених цілей та програмних результатів навчання. Усі викладачі мають наукові ступені та звання і постійно підвищують професійний рівень і кваліфікацію.

Конкурсний добір викладачів відбувається із врахуванням професійних вимог:

- відповідність диплому ОНП;
- наявність вченого звання і наукового ступеня;
- наявність сертифікатів про стажування і знання англійської мови;

- досвід викладацької і практичної роботи;
- наявність наукових фахових публікацій;
- наявність підручників, посібників, навчально-методичних видань;
- досвід консультування і коучінгу;
- участь у професійних об'єднаннях.

Конкурсний добір регулюється Положенням «Про порядок обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників НаУКМА» (Наказ №147 від 20.04.2015)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_view/132-naukovo-navchalnyi-tsentr-innovatsiina-laboratoriia/

Процедура конкурсного добору є прозорою і дозволяє обрати найкращих викладачів у предметних галузях.

Оголошення про проведення конкурсу на заміщення вакантних посад розміщується у періодичному виданні «Освіта України» та на сайті у розділі «Публічна інформація».

Для оцінки рівня професійної кваліфікації претендента, кафедра може запропонувати провести відкрите заняття. За результатами проведених занять, кафедра голосуванням ухвалює висновок про професійні якості претендента і відповідність (невідповідність) вакантній посаді.

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

До організації та реалізації освітнього процесу викладання залучаються представники бізнесу та роботодавці через:

- присутність на захистах дипломних робіт, проведення виїзних заходів;
- залучення роботодавців для проведення 1-2 занять в межах окремих дисциплін протягом семестру (практичний мінікурс агенції «JGordienko» у межах «Рекламного менеджменту»; лекція від компанії «Лореаль Україна» у межах «Маркетингового менеджменту»; семінар від компанії Procter & Gamble у межах дисципліни «Торговельний маркетинг».
- участь у Днях кар'єри;
- виступи на бізнес-форумах, науково-практичних конференціях;
- рецензування ОНП (Громадська спілка «Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив», ТОВ «Лореаль Україна», Procter & Gamble);
- керування практикою та стажуванням здобувачів вищої освіти.

Офіційно оформлена співпраця кафедри з Міжнародною Асоціацією Маркетингових Ініціатив (МАМІ) — офіційна галузева організація ринку маркетингових сервісів, об'єднує біля 50 агентств та компаній. <http://mami.org.ua/uk>
Проводиться опитування керівників стажування від роботодавців, яке передбачає оцінювання рівня підготовки магістрів. Активність роботодавців в освітньому процесі обумовлена можливостями популяризації компанії та зацікавленістю у працевлаштуванні найкращих випускників.

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

НаУКМА залучає до аудиторних занять на ОНП професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців, запрошуючи їх на практичні заняття та проведення майстер-класів і відкритих лекцій.

У співпраці з МАМІ в рамках дисциплін професійного спрямування топ-менеджери агентств презентують перевірені досвідом знання через гостьові лекції та кейси.

<http://mami.org.ua/ru/news/mami-news/Perednovorichnij-vipusk-MAMI-ta-Mogiljanki--vitajmo-majbutnih-koleg>

Залучаються гостьові лектори, зокрема восени 2020 року:

- Ірина Соловей (президентка Garage Gang, учасниця програми міського розвитку «Код Міста» провела лекцію «Капітали креативного потенціалу міста»;
- Альона Джагарян (бренд-менеджер компанії L'Oréal Paris) провела лекцію «Аналіз та управління портфелем бренду»;
- Євген Кобець (Country Manager Caucasus & Central Asia at Molson Coors Beverage Company) провів лекцію «Where does the line between Sales & Marketing head on»;
- Катерина Ільченко (засновниця агенції Neuro-knowledge) провела лекцію «Нейромаркетингова модель прийняття рішень».

<https://www.facebook.com/Marketing.naukma/>

Відео-лекції завантажено на платформу DistEdu

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

Сприяння професійному розвитку викладачів регулюється:

- «Концепцією професійного розвитку науково-педагогічних працівників НаУКМА» (Наказ №298 від 06.07.18) https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/749-kontseptsiia-profesiinoho-rozvytku-naukovo-pedahohichnykh-ta-pedahohichnykh-pratsivnykiv-naukma

- Положенням «Про підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників НаУКМА» (Наказ №532 від 30.12.20)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/81-polozhennia-pro-pidvyshchennia-kvalifikatsii-naukovo-pedahohichnykh-pratsivnykiv-naukma

- Положенням «Про атестацію педагогічних працівників НаУКМА» (Наказ №138 від 26.03.18)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/723-polozhennia-pro-atestatsiiu-pedahohichnykh-pratsivnykiv-naukma

- Положення про критерії, правила і процедури оцінювання навчально-методичної, наукової та організаційно-

адміністративної діяльності науково-педагогічних працівників НаУКМА (Наказ №297 від 06.07.18)
У НаУКМА проводиться заходи з професійного розвитку викладачів, зокрема Профі+, ІШкола професійного розвитку викладачів НаУКМА, конференції, тренінги, семінари щодо забезпечення якості навчання.
Затверджено програму підвищення кваліфікації 2020 https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1303-zatverdzhena-prohrama-pidvyshchennia-kvalifikatsii-2020-chynna-versiia-vkliuchno-z-shablonamy-sertyfikativ

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Стимулювання розвитку викладацької майстерності регулюється Положенням «Про критерії, правила і процедури оцінювання навчально-методичної, наукової та організаційно-адміністративної діяльності науково-педагогічних (педагогічних) працівників НаУКМА (Наказ №297 від 06.07.2018)
https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/6-systema-zabezpechennia-iakosti-osvitnoi-diialnosti-ta-iakosti-vyshchoi-osvity/71-normatyvni-dokumenty?start=5

Результати рейтингової оцінки використовують при прийнятті рішень щодо:

- подання до нагородження;
- морального та матеріального заохочення;
- надання рекомендацій;
- конкурсного відбору на заміщення вакантних посад;
- оплати закордонних відряджень;
- направлення на стажування.

У НаУКМА багато грантових програм, проєктів, номінацій для викладачів, зокрема:

- Викладач року (від кафедри: Россоха В.В., Піччик К.В., Ковшова І.О., Воропай О.К., Гриджук І.А.);
- Преміювання науково-педагогічних співробітників НаУКМА за публікації у міжнародних виданнях (від кафедри: Сидоренко О.В., Піччик К.В., Чала Н.Д., Ковшова І.О., Воропай О.К.)
<https://www.slideshare.net/naukmalibrary/ss-60685207/>
- міжнародна мобільність до університетів Європи (від кафедри: Іванова З.О., Гуменна О.В., Ковшова І.О.)
- міжнародні відрядження (від кафедри: Россоха В.В., Гуменна О.В., Сидоренко О.В., Піччик К.В.)
- Фонд «Повір у себе» тощо.

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?

Навчальний простір ОНП «Маркетинг» (6 корпус) створює можливості для спілкування та навчання студентів:

- 3 спеціалізовані аудиторії для проведення лекційних занять,
 - 4 аудиторії для семінарських занять,
 - комп'ютерний клас на 25 місць,
 - лінгвафонний кабінет на 13 місць,
 - конференційний простір із обладнанням для дистанційного навчання та комунікації,
 - відкритий навчальний простір, місця для індивідуальної роботи, простір для спілкування і групової роботи.
- Всі забезпечені усім необхідним обладнанням. Також студенти користуються приміщеннями та обладнаними аудиторіями 9 навчальних корпусів НаУКМА, Наукової бібліотеки НаУКМА (16 читальних залів, 682 місця), Американської бібліотеки ім. В. Китаєго НаУКМА (3 читальні зали, 110 місць), Бібліотека Антоновичів (4 читальні зали), Інтернет зала (32 місця), простором для спілкування і групової роботи НаУКМА.
- Наукова бібліотека НаУКМА – головний ресурсний центр наукової та освітньої діяльності. Загальний фонд бібліотеки – 877 910 прим., у т.ч.: загальний друкований фонд – 750 888 прим.; електронний фонд – 127 022 назв, що індексуються у 47 базах даних; 25 – фондів архівних документів особового походження.

Фінансові та матеріально-технічні ресурси дозволяють повністю забезпечити освітній процес за освітньо-науковою програмою, стан приміщень відповідає діючим Ліцензійним умовам. Навчально-методичне забезпечення наявне у публічному доступі на сайті, де студент може з ним ознайомитися. <https://distedu.ukma.edu.ua>

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

Освітнє середовище, створене у НаУКМА, дозволяє задовольнити потреби та інтереси магістрів ОНП «Маркетинг», психологічний клімат сприяє набуття студентами фахової зрілості, спроможності до творчої ініціативи, самостійних наукових досліджень, навичок і досвіду комунікації.

Графік освітнього процесу (розклад) забезпечує час для збалансованої розвитку компетентностей під час аудиторних занять та індивідуальної роботи студентів. Модель навчання передбачає 1 тиждень для самостійної роботи (ТСР) у середині семестру і канікули по завершенню. Форми аудиторної роботи передбачають максимальне забезпечення студенто-центрованості навчання та зручних умов для створення індивідуальної траєкторії. Навчально-методичне забезпечення (силабуси, робочі програми практик; навчально-методичні посібники, конспекти лекцій; методичні рекомендації, практикуми) наявне у публічному доступі на сайті, де студент може з ними ознайомитись.

Превагами навчального процесу є максимально змістове насичення навчально-методичного забезпечення і розроблена система дистанційного навчання НаУКМА Dist.edu. Також студенти отримують доступ до всіх пакетів MSOffice 365; онлайн-бібліотеки університету, спеціалізованих он-лайн платформ Serpstat, GooglyAnalytic, ARIS Cloud, Creately, Canva; ліцензованих програм Marketing Analytic, Zoom, програмних продуктів компаній «Інталев: Навігатор», «Проком», «Парус».

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

Навчальний простір ОНП «Маркетинг» надає сприятливі можливості для спілкування та навчання студентів:

- обладнані аудиторії для навчання,
 - відкритий навчальний простір для комунікації,
 - читальні зали для індивідуальної роботи,
 - конференц-зали та Культурно-мистецький центр (КМЦ) для саморозвитку, спілкування і групової роботи.
<https://www.ukma.edu.ua/index.php/resursi/kulturno-mistetski-tsentri>
 - Центр соціально-психологічної адаптації, де можна безкоштовно отримати консультацію психолога.
<https://www.ukma.edu.ua/index.php/science/tsentri-ta-laboratoriji/cmhpss/pro-nas>
 - Науково-дослідний центр кінематографічних студій
<https://www.ukma.edu.ua/index.php/science/tsentri-ta-laboratoriji/naukovo-doslidnyi-tsentri-kinematografichnykh-studii>
 - Центр дослідження конфліктів та психоаналізу
<https://www.ukma.edu.ua/index.php/science/tsentri-ta-laboratoriji/tsentr-sotsialnoji-psikhologiji-ta-upravlinnya-konfliktami>
 - медична частина (корпус №1), де лікар-терапевт і медсестра надають невідкладну та кваліфіковану лікарську допомогу;
 - студентські організації (Бадді НаУКМА, Дебатний клуб НаУКМА, Еко-клуб «Зелена хвиля», Музичний простір «Кут», Радіо «Квіт», Туристичний клуб «Стрім», «Та Могилянка», «Спудейський вісник», Могилянська театральна спільнота, тощо)
<https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/spilnoti/students-life/studentski-orhanizatsii>
- У НаУКМА розроблені заходи щодо забезпечення пожежної безпеки, дотримання протипожежних вимог, стандартів, норм і правил.

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?

Освітня підтримка означає створене потужне матеріально-технічне та навчально-методичне забезпечення. Підбір до складу НПП професіоналів своєї справи з досвідом практичної роботи.

Організаційна підтримка реалізовується через впровадження інноваційних технологій та сучасних методів навчання. Здобувачі вищої освіти мають можливість реалізувати право на участь у програмах академічної мобільності, здійснювати навчання за індивідуальним планом.

Інформаційна підтримка надається через:

- сайт НаУКМА <https://www.ukma.edu.ua/>
- низку сторінок підрозділів НаУКМА у соціальних мережах
<https://www.facebook.com/Marketing.naukma/>
- розсилку повідомлень на персональні корпоративні скриньки (корпоративна пошта Office 365).
- платформу дистанційного навчання DistEdu
- підтримку і допомогу у пошуку і аналізі інформації від Наукової бібліотеки НаУКМА
<https://library.ukma.edu.ua/index.php?id=41>.

Консультації студентів проводиться на постійній основі:

- викладачами кафедри безпосередньо у навчальній аудиторії чи на кафедрі в процесі навчання
- викладачами і співробітниками НаУКМА за графіком консультацій;
- Відділом міжнародного співробітництва НаУКМА <https://dfc.ukma.edu.ua/>
- Центром кар'єри та працевлаштування студентів та випускників НаУКМА <https://jcc.ukma.edu.ua/>
- Відділом по роботі з випускниками НаУКМА <https://alumni.ukma.edu.ua/>
- співробітниками Культурно-мистецького центру
- Центром соціально-психологічної адаптації.

Соціальна підтримка передбачає:

-Соціальний захист, що регулюється «Порядком використання коштів, передбачених для надання матеріальної допомоги та заохочення студентам і аспірантам НаУКМА» (Наказ №36 від 30.01.2017). За рахунок економії стипендіального фонду, студенти мають право отримати матеріальну допомогу на підставі заяв, підтверджувальних документів і рішення Стипендіальної комісії НаУКМА.

- Надання місця для проживання в гуртожитках НаУКМА та поліпшення побутових умов у гуртожитках.

Мережу соціальної інфраструктури університету складають:

- гуртожитки для студентів і аспірантів (На балансі НаУКМА знаходяться гуртожитки, що розташовані за адресами: м. Київ, вул. Харківське шосе, 17; м. Київ, вул. М. Цветаєвої, 14-Б, м. Київ, вул. І.Кудрі, 31-А, Київська область, с.м.т. Ворзель, вул. Кленова, 6-А.);
- медчастина (корпус №1);
- культурно-мистецький центр та кінозал (актова зала у КМЦ на 700 місць, актова зала на 200 місць у корпусі №1, кінозал на 50 місць в корпусі № 9);
- спортивна база (спортивний зал, тренажерний зал, зал силових підготовки, гімнастичний зал, оренда доріжки в плавальному басейні);

- їдальні, кафе;
- служба соціально-психологічної адаптації;
- центр працевлаштування студентів та випускників;
- кредитна спілка «Поміч».

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/spilnoti/spilka>

НаУКМА постійно приділяє увагу розвитку соціальної сфери. Всі студенти, котрі мають право на соціальну підтримку і захист отримують її. Соціальна інфраструктура є достатньо розвиненою та відповідає нормативним вимогам.

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)

На виконання Указу Президента України від 02.12.2017 р. № 401/2017 та листа Міністерства освіти і науки України від 07.11.2018 р. № 67- 1120 «Про забезпечення навчальних закладів освіти доступністю до начальних приміщень осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення, зокрема безперешкодний доступ до будівель навчальних корпусів та іншої інфраструктури в НаУКМА розроблені відповідні заходи:

- Розроблений Порядок супроводу осіб з інвалідністю та інших мало мобільних груп населення та призначена відповідальна особа.;
- В навчальних корпусах встановлені зовнішні пандуси і поручні біля входу зовні і всередині будівель біля сходових клітин;
- Влаштований спеціальний санітарний вузол в корпусі № 4;
- На період роботи приймальної комісії будівля, де вона розміщена, обладнується мобільним пандусом;
- Проведено попереднє обстеження навчальних корпусів № 3,4,6, КМЦ та гуртожитку по вул. М. Цветаєвої, 14б для безперешкодного доступу до будівель університету осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Наразі ведуться переговори з керівництвом ПАТ «КиївЗНІЕП» щодо кошторису вартості робіт.
- Підписано договір з «Експертно-діагностичним центром» на експлуатаційне обстеження чотирьох ліфтів, що знаходяться в гуртожитках по вул. М. Цветаєвої, 14б, вул. Д. Маккейна, 31а, пр. Харківське шосе, 17.

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?

Статутом визначено, що у своїй діяльності НаУКМА керується Конституцією України та законодавчими актами України, що регулюють правовідносини у сфері освіти та науки, інших нормативно-правових актах України. https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1-statut-naukma У кодекси етики НаУКМА (Наказ №210 від 06.07.2020) зазначено, що він «ґрунтується на традиціях та цінностях університету, визначеній місії та візії, досвіді та запроваджених в НаУКМА правилах корпоративних угод для студентів, політиках академічної доброчесності, запобігання сексуальним домаганням, роботи Комітету Вченої ради з етики наукових досліджень тощо».

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1316-kodeks-etiki-naukma-ta-sklad-komitetu-z-etiki

Процедури врегулювання конфліктних ситуацій, пов'язаних із сексуальними домаганнями, визначено Положенням «Політика попередження і боротьби з сексуальними домаганнями у НаУКМА» (Наказ №575 від 28.12.2018) https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/785-polozhennia-polityka-poperedzhennia-i-borotby-z-seksualnymu-domahanniamy-u-naukma

Окрім сексуальних домагань, цим документом заборонено будь-які дискримінаційні висловлювання (висловлювання, що містять образливі, принижуючі твердження щодо осіб на підставі статі, зовнішності, одягу, сексуальної орієнтації тощо), утиски щодо будь-якої особи або групи осіб і прояви мови ворожнечі на підставі статі. Відповідно до нього, в університеті сформовано Комітет із попередження і боротьби з сексуальними домаганнями. <https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/spilnoti/students-life/about/4213-komitet-iz-poperedzhennia-i-borotby-iz-seksualnymu-domahanniamy>

Політику врегулювання конфліктних ситуацій, пов'язаних із корупцією визначено як порушення академічної доброчесності у «Положенні про академічну доброчесність здобувачів освіти в НаУКМА» (Наказ № 112 від 07.03.2018).

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/577-polozhennia-pro-akademichnu-dobrochesnist-zdobuvachiv-osvity-u-naukma

Відповідно до п. 3.7 Положення, вчинення хабарництва тягне за собою відрахування з НаУКМА і про факт зловживання повідомляється Національна поліція України.

Відповідно до розділу IV Положення, студенти можуть звертатися до Апеляційної комісії з питань академічної доброчесності НаУКМА для оскарження рішень про притягнення до академічної відповідальності у випадку, якщо розглядається питання про порушення академічної недоброчесності.

Доступність політики та процедур врегулювання для учасників освітнього процесу забезпечується НаУКМА через розміщення документів на сайті університету.

Практики застосування подібних прикладів на ОНП «Маркетинг» зафіксовано 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 регулюються такими документами:

- «Методичні рекомендації з розроблення освітніх/освітньо-наукових програм I-III рівнів вищої освіти» (Наказ №457 від 01.12.2020), де наведені рекомендації щодо створення, затвердження і оновлення ОП у НаУКМА; https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1783-metodychni-rekomendatsii-z-rozroblennia-osvitnikh-osvitno-naukovykh-prohram-i-iii-rivniv-vyshchoi-osvity
- Положення «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА» (Наказ №216 від 13.05.2019), де у п. 12.1–12.3 визначене науково-методичне забезпечення освітнього процесу; https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/825-polozhennia-pro-orhanizatsiiu-osvitnoho-protsesu-v-naukma
- Положення «Про гаранта освітньої/освітньо-наукової програм у НаУКМА (Наказ №531 від 30.12.2020)
- «Концепції внутрішнього забезпечення якості навчання і викладання НаУКМА» (Наказ №107 від 05.03.2018); https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/572-kontseptsiia-vnutrishnoho-zabezpechennia-iakosti-navchannia-i-vykladannia
- «Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти НаУКМА» (Наказ № 299 від 06.07.2018); https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/750-polozhennia-provnutrishnie-zabezpechennia-iakosti-osvity-naukma
- «Концепція забезпечення якості освіти в НаУКМА» (Наказ №518 від 30.12.2016) https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/571-kontseptsiiazabezpechennia-iakosti-osvity-v-naukma

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

Відповідно до «Методичних рекомендацій з розроблення освітніх /освітньо-наукових програм I-III рівнів вищої освіти» (Наказ №457 від 01.12.2020) для розробки ОП формується проектна робоча група з представників провідних науково-педагогічних кадрів, яку очолює гарант програми.

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1783-metodychni-rekomendatsii-z-rozroblennia-osvitnikh-osvitno-naukovykh-prohram-i-iii-rivniv-vyshchoi-osvity

Відповідно до Положення «Про гаранта освітньої /освітньо-наукової програм у НаУКМА (Наказ №531 від 30.12.2020), гарант забезпечує періодичний перегляд ОП з урахуванням пропозицій стейкхолдерів, здобувачів вищої освіти, представників студентського самоврядування, органів державної влади та громадськості; тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого і регіонального контексту, а також позитивного досвіду реалізації аналогічних ОП.

До обговорення ОП залучаються науково-педагогічні працівники відповідної кваліфікації, провідні фахівці галузі, роботодавці, студенти та інші стейкхолдери. Обговорення відбуваються на розширених засіданнях кафедри маркетингу та управління бізнесом.

Проект ОП розміщується на сайті НаУКМА з метою отримання зауважень та пропозицій заінтересованих сторін. ОП затверджується рішенням Вченої Ради НаУКМА і вводиться в дію наказом Президента. Після затвердження ОП, кафедра оприлюднює на веб-сайті НаУКМА інформацію про ОП для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства.

На підставі ОП розробляється навчальний план та документація, що визначає зміст навчання та регламентує організацію освітнього процесу.

Періодично, але не менше ніж раз на рік, проводиться моніторинг, обговорення та перегляд ОП.

Основними підставами для зміни ОП є такі:

- 1) зміни у нормативних документах, які регулюють питання змісту освіти за відповідним рівнем або спеціальністю, у тому числі прийняття нових освітніх і професійних стандартів;
- 2) результати моніторингу, якщо ними встановлено:
 - недостатню валідність результатів оцінювання;
 - інші чинники, які свідчать про недотримання визначених ОП цілей або недотримання вимог стандартів забезпечення якості;
- 3) результати моніторингу ринку праці.

Таким чином, періодичність перегляду ОП можна визначити не менше ніж один раз на рік, за умови наявності відповідних підстав.

У зв'язку із запровадженням державного стандарту із спеціальності відбувся перегляд ОП та внесені значні зміни, зокрема відредаговано окремі компетентності та програмні результати навчання, замінено гаранта ОП, змінено змістовність освітніх компонентів. У зв'язку з переходом на дистанційну форму навчання у 2020 році, додано режими навчання (синхронний і асинхронний) та оновлені Силабуси.

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

Здобувачі освіти долучаються до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості, а їх позиція береться до уваги під час перегляду ОП.

Відповідно до «Концепції внутрішнього забезпечення якості навчання і викладання НаУКМА» (Наказ №107 від

05.03.2018), студентська колегія активно залучена у процеси управління якістю освіти НаУКМА.

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/572-kontseptsiia-vnutrishnoho-zabezpechennia-iakosti-navchannia-i-vykladannia

Інформаційну основу системи забезпечення якості підготовки фахівців становить всебічний моніторинг, а також аудити умов і стану освітнього процесу в університеті. Моніторинг та аудит стану якості підготовки у НаУКМА проводиться двічі на рік за наказом президента центр забезпечення якості. Представники органів студентського самоврядування залучаються до здійснення локального моніторингу ОНП у співпраці з представниками кафедри. Студенти залучені до роботи над оновленням ОНП:

- беруть участь у фокус групах (30.10.2020 фокус група з магістрами 2-го року навчання);
- ініціюють розгляд питань, вносять пропозиції (лист від 17.12.2020 р. з пропозиціями від магістрів 1-го року навчання);
- беруть участь в обговоренні питань формування системи забезпечення якості освіти, вдосконалення ОНП (участь у розширеному засіданні кафедри 17.12.2020 р.);
- обговорюють результати моніторингу;
- приймають участь у конференціях НаУКМА з управління якістю освітнього процесу.

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

Відповідно до «Положення про студентське самоврядування НаУКМА» (Протокол №1/2015 від 22.04.2015), систему органів студентського самоврядування НаУКМА складають:

- конференція студентів НаУКМА;
- студентська колегія НаУКМА;
- комісія з питань організації та проведення виборів до органів студентського самоврядування НаУКМА;
- контрольно-ревізійна комісія;
- ради гуртожитків НаУКМА;
- старости потоків.

<http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/8536>

Члени органів студентського самоврядування беруть участь в обговоренні та вирішенні питань забезпечення якості навчання, удосконалення освітнього процесу, науково-дослідної роботи, призначення стипендій, організації дозвілля, оздоровлення, побуту та харчування.

Представники студентів є у Комітеті з якості освіти в НаУКМА. Вони беруть участь у процедурах внутрішнього забезпечення якості освіти:

- ініціюють розгляд питань,
- вносять пропозиції,
- знайомляться з матеріалами та документами,
- беруть участь у обговоренні питань формування системи забезпечення якості освіти.

Згідно «Концепція забезпечення якості освіти в НаУКМА» (Наказ №107 від 05.07.2018), інструментами моніторингу якості освіти й оцінювання роботи НПП є:

- Анкетування (опитування студентів та вибіркове опитування);
- Тестування;
- Аналіз документації;
- Аналіз якості викладання лекцій;
- Аналіз результатів сесій;
- Самооцінка.

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/572-kontseptsiia-vnutrishnoho-zabezpechennia-iakosti-navchannia-i-vykladannia

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

Роботодавці залучені до процесу викладання, періодичного перегляду ОНП та інших процедур забезпечення її якості викладання. Проводяться лекції та науково-практичні семінари для магістрів:

- «Як працює креатив» від маркетингової агенції Aimbulance, 15.11.2019 р., НаУКМА.
- «Особливості розвитку діджитал-маркетингу в Україні» від агенції Leo_Digital, 29.11.2019 р., НаУКМА.
- «Чому ми говоримо про PR стратегії?» від Дарії Добрунової, заступника керівника департаменту стратегічних комунікацій PR агенції MAINSTREAM, 26.10.2020 р., онлайн-формат.

Представники роботодавців брали участь у обговоренні (розширене засідання кафедри 17.12.2020р.) і рецензуванні ОНП. Позитивні рецензії ОНП «Маркетинг» надано:

- Головою Правління Громадської спілки «Міжнародна асоціація маркетингових ініціатив» Морозовою Н. М.;
- генеральним директором ТОВ «Лореаль Україна» Савчук М.;
- директором ТОВ «Поларис-С» Силенко С. П.
- директором компанії Проктер енд Гембл Україна

З метою підвищення якості ОНП, періодично проводиться опитування роботодавців, керівників стажування та практики. Моніторинг дозволяє оцінити рівень теоретичної підготовки, володіння прикладними методами та інструментами вирішення професійних завдань.

НаУКМА у колаборації з МАМІ (понад 50 компаній) та міжнародними і вітчизняними партнерами формує класичну маркетингову освіту з додаванням інноваційних інструментів сучасності. У 2019-2020 рр. акценти зроблено на онлайн-інструментарії, маркетингу впливу та креативності, нестандартності персоналізації.

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

У НаУКМА з 1994 р. функціонує Центр кар'єри та працевлаштування студентів та випускників. З 2011 р. Центр є частиною Відділу з питань прийому, профорієнтації абітурієнтів та працевлаштування студентів.

Основним завданням Центру є:

- допомога студентам і випускникам НаУКМА у пошуках роботи;
- формування якостей молодого фахівця та адаптація до сучасних вимог на ринку праці;
- формування тісних, суспільно значимих традицій співпраці бізнесу та освіти.

При службі Президента НаУКМА діє окремий напрям комунікації з випускниками, який тісно співпрацює із Асоціацією випускників НаУКМА і відслідковує кар'єрний шлях випускників.

<http://alumni.ukma.edu.ua/>

<http://kmaalumni.org.ua/>

Щороку в НаУКМА відбувається Ярмарок Кар'єри, на якому компанії-роботодавці пропонують студентам та випускникам стажування та вакансії (2016р. – 20 компаній – 129 пропозицій, 2017р. - 23 компанії – 151 пропозиція, 2018р. – 25 компаній – понад 200 пропозицій)

Напрямок «комунікації з випускниками» реалізує проекти, пов'язані з отриманням досвіду стажування і працевлаштування:

- Щотижнева електронна розсилка «КМАН»;
- Неформальні зустрічі «Могилянські історії»;
- комплексна програма тренінгів з soft skills «Профі+».

Узагальнену інформацію наведено у Довідці про працевлаштування випускників НаУКМА.

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumentynaukma/114-zvity-naukma-pro-vykonannya-kryteriiv-natsionalnoho/133-zvit-za-2017/117-premialni-kryterii

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?

На кафедрі маркетингу та управління бізнесом і на факультеті економічних наук систематично здійснюються заходи внутрішнього забезпечення якості надання освітніх послуг: перевіряється готовність силабусів навчальних дисциплін та їх якість, рівень підготовки матеріалів для контролю знань (перевірка Гарантом ОНП і завідувачем кафедри, членами проєктної групи ОНП). Зокрема, за результатами останньої перевірки проєктною групою ОНП у жовтні 2020 р., суттєвих недоліків не виявлено.

Серед зауважень до провадження ОНП, які можна виправити в короткі строки, вказані: систематичне оновлення Web-сторінки кафедри; необхідність осучаснення забезпечення практичних занять комп'ютерними програмами. Результати перевірок обговорюються на засіданнях кафедри та враховуються у освітній діяльності з реалізації ОНП. Також періодично відбувається:

- здійснення моніторингу та періодичного перегляду ОНП із залученням представників підприємств, що є потенційними роботодавцями;
- підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників;
- забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату.

З метою підвищення якості підготовки здобувачів вищої освіти за ОНП «Маркетинг» кафедрою визначено такі недоліки ОНП:

- недостатні можливості навчання для немобільних верств населення,
- недостатнє залучення до викладання професорів з іноземних університетів,
- потреба подальшого навчання викладачів щодо використання сучасних інформаційних технологій та розширення можливостей дистанційних форм навчання.

В цілому, колектив кафедри маркетингу та управління бізнесом активно працює над усуненням вищезгаданих недоліків у межах власних компетенцій та у кооперації з Центром електронної освіти НаУКМА і Центром забезпечення якості НаУКМА.

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/quality-edu>

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/resursi/388-tsentr-elektronnoi-osvity>

За останній рік, міжнародне стажування пройшли викладачі:

- д.е.н., проф. Храпкіна В. В. у Humboldt University of Berlin (Німеччина) за програмою «Organization of the educational process, scientific projects and educational activities: European model».
- д.е.н., проф. Сидоренко О. В. у Вищій лінгвістичній школі (Республіка Польща) за програмою «Dilemmas of contemporary Education».
- д.е.н., проф. Ковшова І.О. у Vysoká škola ekonomická v Praze: University of Economics (Чехія) за програмою «Інновації у навчальному процесі: методи, підходи, технології».

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?

Під час первинної акредитації в 2016 році комісією було вказано на необхідність:

- більш активної підготовки та видання публікацій у періодичних виданнях, які включено до наукометричних баз, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, рекомендованих МОН;
- поширення застосування пакетів прикладних комп'ютерних програм при викладанні дисциплін маркетингового спрямування;
- більш активного впровадження в навчальний процес дистанційного навчання.

За період 2016-2020 роки викладачами кафедри значно збільшилась кількість публікацій в у періодичних виданнях,

які включено до наукометричних баз, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection. Дистанційне навчання відбувається за допомогою платформи DistEdu. При викладанні фахових дисциплін викладачі використовують онлайн інструменти. Зокрема, Багатофункціональна SEO-платформа <https://serpstat.com/uk/>, Відео-конвертер <https://123apps.com/ru/>.

Результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти беруться до уваги під час удосконалення ОНП. Враховуючи запровадження державного стандарту спеціальності, основні зміни в ОНП внесені на основі стандарту. Також при удосконаленні ОНП використано досвід співпраці і врахування думки зовнішніх експертів (стейкхолдерів), а також залучено студентів. Проєкт ОНП розміщено на сайті кафедри та університету для відкритого доступу усіх зацікавлених сторін.

Зауваження та пропозиції з акредитацій інших ОП були ураховані під час:

- оптимізації веб-сайту та впорядкування документообігу НаУКМА;
- формування переліку компонентів ОНП «Маркетинг» та їх логічної послідовності;
- розробки структурно-логічної схеми підготовки фахівця;
- формування матриці відповідності результатів навчання освітнім компонентам ОНП та Матриці відповідності програмних компетентостей освітнім компонентам ОНП;
- оновлення змістовного наповнення Силабусів навчальних дисциплін.

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

Представники академічної спільноти залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОНП упродовж роботи Вченої Ради, як учасники Постійної комісії з питань організації освітнього процесу, постійної бюджетно-фінансової комісії; у складі спеціально створених секцій, робочих груп та науково-методичної комісії НаУКМА та науково-методичної комісії факультету.

Учасники академічної спільноти залучені до:

- розробки методичних вимог до розробки ОНП,
- розгляду та рекомендації програм навчальних курсів,
- експертизи навчальних курсів,
- схвалення до друку підручників та інших навчальних матеріалів,
- надання рекомендації щодо доцільності використання навчальних матеріалів у освітньому процесі, використання інноваційних технологій, поширення кращого досвіду організації освітнього процесу.

Співпраця регламентується:

- Концепцією внутрішнього забезпечення якості навчання і викладання НаУКМА (Наказ №107 від 05.03.2018)
- Положенням «Про внутрішнє забезпечення якості освіти НаУКМА» (Наказ №299 від 06.07.2018);
- Положенням «Про критерії, правила і процедури оцінювання навчально-методичної, наукової та організаційно-адміністративної діяльності НПП НаУКМА (Наказ №297 від 06.07.2018)

Складовою внутрішнього забезпечення якості є моніторинг якості викладання та наукової діяльності викладачів і опитування НПП, результати якого узагальнюються робочою групою та обґрунтовують рішення щодо удосконалення ОНП.

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

Навчально-методичний відділ НаУКМА здійснює:

- контроль ефективності та якості навчального процесу, зокрема, контроль за виконанням робочих навчальних планів та навчальних програм,
- впровадження в діяльність навчальних підрозділів НаУКМА нових підходів до організації навчального процесу. <https://www.ukma.edu.ua/index.php/resursi/137-navchalno-metodichni-tsentr>

Центр забезпечення якості освіти НаУКМА:

- проведення внутрішньо університетського моніторингу якості надання освітніх послуг;
- підвищення якості надання освітніх послуг шляхом запровадження актуальних освітніх технологій та удосконалення освітнього процесу. <https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/quality-edu>

Центр електронної освіти:

- розробка та забезпечення програмного продукту, який забезпечуватиме навчальний процес елементами дистанційного навчання;
- програмна підтримка проведення заходів з перевірки якості знань та вступних випробувань університету. <https://www.ukma.edu.ua/index.php/resursi/388-tsentr-elektronnoi-osvity>

Комітет з якості освіти в НаУКМА:

- розробка нормативної бази, що регулює забезпечення належної якості освітнього процесу,
- оперативне реагування на ситуації, які впливають на освітній процес. <https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/vchena-rada/komitety?tab=4>

Комітет діє відповідно до стандартів і рекомендацій Європейської асоціації забезпечення якості вищої освіти в Європейському просторі вищої освіти (ESG).

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?

Основним документами, які регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу в НаУКМА, є:

- Статут НаУКМА:

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_view/1-statut-naukma

- Положення «Про організацію освітнього процесу у НаУКМА» (Наказ №216 від 13.05.2019)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/825-polozhennia-pro-orhanizatsiiu-osvitnoho-protsesu-v-naukma

- «Правила внутрішнього розпорядку НаУКМА» (Ухвала АК НаУКМА від 07.04.2005)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/102-pravy-la-vnutrishnoho-rozporiadku

- Кодекс етики НаУКМА (Наказ №210 від 06.07.2020)

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/1316-kodeks-etiki-naukma-ta-sklad-komitetu-z-etiki

- Положення «Про академічну доброчесність здобувачів освіти НаУКМА» (Наказ №112 від 07.03.2018).

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/577-polozhennia-pro-akademichnu-dobrocheshnist-zdobuvachiv-osvity-u-naukma

- Положення «Про внутрішнє забезпечення якості освіти НаУКМА» (Наказ №299 від 06.07.2018);

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/doc_download/750-polozhennia-provnutrishnie-zabezpechennia-iakosti-osvity-naukma

- «Концепція професійного розвитку науково-педагогічних та педагогічних працівників НаУКМА» (Наказ №298 від 06.07.2018)

- «Концепція професійного розвитку науково-педагогічних та педагогічних працівників НаУКМА» (Наказ №298 від 06.07.2018)

Усі ці документи викладено у вільний доступ на сайті НаУКМА.

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

<https://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fen/marketing-business>

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

<https://www.ukma.edu.ua/ects/index.php/2011-04-05-15-42-31/255-magister/mp-marketing/233-onp-marketing>

https://www.ukma.edu.ua/dmddocuments/onp_marketing.pdf

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони ОП «Маркетинг»:

-Збалансована ОП. Дисципліни, включені до ОП, дозволяють готувати магістрів маркетингу, які здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання, мають інноваційний спосіб мислення та володіють компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю.

-Грунтовна теоретична підготовка фахівців з маркетингу, що базується на перспективних підходах, які актуалізуються за рахунок регулярних стажувань викладачів, участі у наукових конференціях і дослідженнях.

-Практична спрямованість освіти, залученість магістрантів і викладачів у спільні прикладні дослідження, залучення фахівців з бізнесу до проведення гостьових лекцій, суттєвий акцент на практичній спрямованості курсових і випускних робіт.

-Академічний потенціал кафедри. Професорсько-викладацький склад сформовано з найдосвідченіших фахівців. У штаті кафедри 10 докторів наук.

-Студенто-центрований підхід та зручні умови для створення індивідуальної траєкторії магістрів. Графік освітнього процесу забезпечує час для збалансованої розвитку компетентностей під час аудиторних занять та індивідуальної роботи студентів. Навчально-методичне забезпечення є змістовно насичене. Розроблена система дистанційного навчання dist.edu.

-Перспективи успішного працевлаштування випускників у бізнесі, держаних інституціях, дослідницьких, наукових і освітніх закладах. Випускники кафедри маркетингу та управління бізнесом займають перші місця у рейтингах роботодавців. Можливість продовження наукової та викладацької діяльності завдяки формуванню цих компетенцій під час проходження науково-дослідної і педагогічної практик.

-Реалізація проекту MILETUS «Students' Mobility Capacity Building in Higher Education in Ukraine and Serbia», щодо розвитку студентської мобільності, до реалізації якого залучені магістри ОП.

-Наявність корпоративних пакетів програм для всіх учасників освітнього процесу і стаціонарного комп'ютерного класу із відповідним технічним та програмним забезпеченням для формування у майбутніх фахівців стійких професійних навичок не тільки в реальному, але й у віртуальному середовищі.

-Освітнє середовище НаУКМА дозволяє задовольнити потреби та інтереси магістрів ОП «Маркетинг», психологічний клімат сприяє набуття студентами фахової зрілості, спроможності до творчої ініціативи, самостійних наукових досліджень, навичок і досвіду комунікації.

Слабкі сторони ОП «Маркетинг»:

- Брак бюджетних і грантових коштів для інвестування у розвиток інформаційних дослідницьких технологій та придбання навчальних матеріалів для студентів.
- Розташування аудиторного фонду у історичній будівлі, що ускладнює ремонтування, перепланування, осучаснення аудиторій.
- Недостатнє залучення до викладання професорів з іноземних університетів.
- Відсутність запровадження дуальної освіти.
- Потреба подальшого впровадження цифрової трансформації в освітній процес, розширення можливостей дистанційних форм навчання.

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

Відповідно до Стратегічного плану розвитку НаУКМА на 2015-2025 роки основною стратегічною ціллю є створення електронного інформатизованого середовища НаУКМА, призначеного для забезпечення та підтримки наукової роботи, навчального процесу, інформаційних і обчислювальних потреб структурних підрозділів університету із можливістю дистанційного захищеного доступу до такого середовища.

Перспективними напрямками розвитку ОНП «Маркетинг» є:

- Постійна актуалізація змісту освітніх компонент відповідно до розвитку економічної науки, результатів досліджень, що проводить кафедра і провідні інституції у світі, потреб ринку праці для формування актуальних компетентностей випускників.
- Запровадження дуальної форми навчання, неформальної та дистанційної освіти. Реалізація таких процесів передбачає модернізацію змісту існуючих компонентів; створення чи оновлення двомовного (українською та англійською) контенту для дисциплін ОНП.
- Розробка та впровадження в освітній процес нових методик навчання, які спрямовані на забезпечення результатів навчання. Збільшення частки інтерактивних підходів в лекційних і семінарських заняттях.
- Подальше впровадження інформаційних і комунікаційних технологій в освітній процес.
- Підготовка викладачів кафедри для роботи за передовими європейськими практиками, для формування відповідного навчального контенту тощо (включно із проведенням тренінгів).
- Подальше залучення стейкхолдерів до модернізації ОНП.
- Запровадження більшої кількості освітніх компонент англійською мовою.
- Розширення міжнародних обмінів та інтеграція навчання у світовий науковий і освітній простір.
- Розширення бази партнерів для проведення науково-дослідних практик. Розвиток зв'язків з аналітичними маркетинговими агенціями в Україні і світі.
- Посилення співробітництва з вітчизняними і іноземними університетами.

Запевнення

Запевняємо, що уся інформація, наведена у відомостях та доданих до них матеріалах, є достовірною.

Гарантуємо, що ЗВО за запитом експертної групи надасть будь-які документи та додаткову інформацію, яка стосується освітньої програми та/або освітньої діяльності за цією освітньою програмою.

Надаємо згоду на опрацювання та оприлюднення цих відомостей про самооцінювання та усіх доданих до них матеріалів у повному обсязі у відкритому доступі.

Додатки:

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

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

Шляхом підписання цього документа запевняю, що я належним чином уповноважений на здійснення такої дії від імені закладу вищої освіти та за потреби надам документ, який посвідчує ці повноваження.

Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом/кваліфікованою електронною печаткою.

Інформація про КЕП

ПІБ:

Дата:

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	
Педагогічна практика	практика	<i>Педагог.практика.pdf</i>	zQHBoAotfgXvr+Qeu3YoZAUPNEqyKOPtWuvNtcxYKVM=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2019
Науково-дослідна практика	практика	<i>Наук.досл.практика.pdf</i>	UIE4P1f5+jazhbSD9OoPHMdESi53JtCLvKHt3o79MII=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2020
Рекламний менеджмент	навчальна дисципліна	<i>Рекламн.менеджмент.pdf</i>	hABazg7qwChZWM+GIaSVB9haWnHsaP4wIn9cSOORwO4=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2019
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>Стратег.маркетинг.pdf</i>	MghZC8CcUYvKW/1Yl5kPDIyfbUSVoElebEshdgbHaw=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2020
Курсова робота	курслова робота (проект)	<i>Метод.рекомендації.pdf</i>	wlrEoPUGKL3v32rMUbWTF5y/XT5B2ZsTQnQ+Qh8hmYE=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2019
Міжнародний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>Міжнар.маркетинг.pdf</i>	TpeIF1C6HaLUdhp mXp07D4juhbmDCO1+0o6lbdvSno=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2020
Методологія наукових досліджень в маркетингу	навчальна дисципліна	<i>МНДМ.pdf</i>	XW1R65y2+cPAhXBop/3k2dpo4kLH9y1W2Eo6l8WhpRo=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2019
Маркетинговий менеджмент	навчальна дисципліна	<i>Маркет.менеджмент.pdf</i>	ZUOsJ1gt049g+6lwJSCueGSIHQPr1Gsc7jABvgBtwnwo=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2020
Маркетинговий аудит	навчальна дисципліна	<i>Маркет.аудит.pdf</i>	Rg3xDUzGZjJqxefWiHip7HXvxo+C2j1ubuFU7qOX9RM=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW.

				Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2019
Інноваційний маркетинг	навчальна дисципліна	Інновац.маркетинг.pdf	ErvdPhL4Vpdc4nхр4YpHKuMXcGv1tinsQAKXlz4ozUw=	Апаратне забезпечення: ПК 28 од., 7zip, VLC, Adobe acrobat reader, Std viewer, Far Manager, Ms Windows XP, Media classic, Got. Введено в експлуатацію у 2012,2018.
Англійська мова	навчальна дисципліна	Англ.мова.pdf	F1HChnb1LAWRj4t/V44jJdrdnRM3bgAAeUKUwWxyRgU=	Апаратне забезпечення: ПК 13 од., 7zip, VLC, Adobe acrobat reader, Std viewer, Far Manager, Ms Windows XP, Media classic, Got. Введено в експлуатацію у 2017, 2018.
Соціальна відповідальність	навчальна дисципліна	Соц.відповідальність.pdf	x8PQKC1YwE7IYICL3LvGixCZqQaGEBStOTWV/Y6Pfwc=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2020
Логістичний менеджмент	навчальна дисципліна	Логіст.менеджмент.pdf	UiBp5J7TpQmgXpoXNix1/pvZwdVjMiM MloBM2y3mYzQ=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2019
Інтелектуальна власність	навчальна дисципліна	Інтелект.власність.pdf	jcN2VF8U3lS4E/PxYdxaIVdH3WsPboykO+Ch1Z6+IRw=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2020
Інноваційний розвиток підприємства	навчальна дисципліна	Інновац.розвиток.pdf	jf72idsjHViq4CeMvWmuZDKvoPoltb7zLA/reinsJ3Q=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2019
Кваліфікаційна робота магістра	підсумкова атестація	Метод.рекомендації.pdf	wlrEoPUGKL3v32rMUbWTF5y/XT5B2ZsTQNQ+Qh8hmYE=	Обладнання для мультимедійних презентацій: проектор, комп'ютер (10 (IntelDCE6600/DDR3 2Gb/HDD 500Gb/DWD-RW. Monitor Philips 21.5" wide), екран. Доступ до мережі інтернет. Введено в експлуатацію у 2020

* 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
3953	Ковшова Ірина Олегівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет економічних наук	Диплом спеціаліста, Київський державний	14	Рекламний менеджмент	Захистила докторську дисертацію на тему: «Розвиток маркетингового

				<p>торговельно-економічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом спеціаліста, Київський національний економічний університет, рік закінчення: 2002, спеціальність: 060101 Правознавство, Диплом доктора наук ДД 007940, виданий 18.12.2018, Атестат доцента 12/ДЦ 028175, виданий 01.07.2011, Атестат професора АП 001934, виданий 24.09.2020</p>			<p>менеджменту телекомунікаційних підприємств: теорія, методологія, практика». Автор понад 100 наукових праць, включаючи публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, підручники, навчальні посібники, методичні матеріали. Брала участь у міжнародних наукових проектах, зокрема: The international project: Erasmus+ Student's Mobility Capacity Building in Higher Education in Ukraine and Serbia - MILETUS Секретар спеціалізованої вченої ради Д 26.861.03 (2017 р.) Секретар спеціалізованої вченої ради К 26.861.03 (2015 –2016 рр.) Офіційний опонент у 2017 р.: здобувач ступеня кандидата економічних наук Сазонова С. В. Співвиконавець наукової теми кафедри «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0115U004319 (07.2015–07.2019) Співвиконавець наукової теми кафедри «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними системами». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0119U103840 (2019-2024)</p>
189719	Іванова Зоя Олегівна	Старший викладач, Основне місце роботи	Факультет економічних наук	<p>Диплом магістра, Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет", рік закінчення: 2011, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук</p>	5	Стратегічний маркетинг	<p>Кандидат економічних наук. Автор понад 20 наукових праць, включаючи публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, підручники, навчальні посібники, методичні матеріали.</p>

				ДК 029179, виданий 30.06.2015			Брала участь у міжнародних наукових проєктах, зокрема: The international project: Erasmus+ Student's Mobility Capacity Building in Higher Education in Ukraine and Serbia - MILETUS Розробляла стратегію маркетингу в якості зовнішнього консультанта для компанії «К-ТРЕЙД». – 20012 – 2017 р.р. Співвиконавець наукової теми кафедри «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0115U004319 (07.2015–07.2019) Співвиконавець наукової теми кафедри «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними системами». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0119U103840 (2019-2024) Член Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив (МАМІ)
145885	Романченко Наталія Володимирів на	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економічних наук	Диплом кандидата наук ДК 007826, виданий 20.09.2000, Атестат доцента 02ДЦ 015787, виданий 15.12.2005	24	Міжнародний маркетинг	Кандидат економічних наук, доцент. Автор понад 30 наукових праць, включаючи публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, підручники, навчальні посібники, методичні матеріали. Відповідальний виконавець наукового проєкту «Export&MSB Studies» центру інноваційного розвитку НаУКМА, 2015-2016 р. Мала досвід роботи тренером з розвитку персоналу; участь у проведенні тренінгів та семінарів на курсах підвищення кваліфікації зі спеціальності «Менеджмент персоналу», організованому Київським центром зайнятості, 2014-2016 р. р.

						<p>Досвід наукового редактора перекладної науково-популярної літератури видавництва «Наш формат» 2016 -2018 р. р.</p> <p>Співвиконавець наукової теми кафедри «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0115U004319 (07.2015–07.2019)</p> <p>Співвиконавець наукової теми кафедри «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними системами». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0119U103840 (2019-2024)</p> <p>Член Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив (МАМІ)</p>
187600	Росоха Володимир Васильович	Професор, Основне місце роботи	Факультет економічних наук	Диплом доктора наук ДД 009425, виданий 31.05.2011, Атестат професора 12ПР 009642, виданий 26.06.2014	16	<p>Методологія наукових досліджень в маркетингу</p> <p>Професор кафедри маркетингу та управління бізнесом, доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.03 - економіка та управління національним господарством. Автор понад 250 наукових і методичних праць. Підготував 5 кандидатів економічних наук. Член спеціалізованої вченої ради К 23.073.03 в Центральньоукраїнському національному технічному університеті. Експерт Державної екзаменаційної комісії Київського національного економічного університету і Вадима Гетьмана. Член складу секції Наукової ради МОН України за фаховим напрямом «Економіка» згідно наказу МОН від 08.08.2014 No 916 «Про проведення конкурсного відбору проектів наукових досліджень і розробок» за участю вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації та наукових установ, що належать до сфери управління МОН. 2015 - 2020 рр. –</p>

						керівник наукової теми «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва» (реєстраційний номер в УкрІНТЕІ 0115U004319) (2014-2019) Співвиконавець наукової теми кафедри «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними системами». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0119U103840 (2019-2024) Член Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив (МАМІ)	
3953	Ковшова Ірина Олегівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет економічних наук	Диплом спеціаліста, Київський державний торговельно-економічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом спеціаліста, Київський національний економічний університет, рік закінчення: 2002, спеціальність: 060101 Правознавство, Диплом доктора наук ДД 007940, виданий 18.12.2018, Атестат доцента 12ДЦ 028175, виданий 01.07.2011, Атестат професора АП 001934, виданий 24.09.2020	14	Маркетинговий менеджмент	Захистила докторську дисертацію на тему: «Розвиток маркетингового менеджменту телекомунікаційних підприємств: теорія, методологія, практика». Автор понад 100 наукових праць, включаючи публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, підручники, навчальні посібники, методичні матеріали. Брала участь у міжнародних наукових проєктах, зокрема: The international project: Erasmus+ Student's Mobility Capacity Building in Higher Education in Ukraine and Serbia - MILETUS Секретар спеціалізованої вченої ради Д 26.861.03 (2017 р.) Секретар спеціалізованої вченої ради К 26.861.03 (2015 –2016 рр.) Офіційний опонент у 2017 р.: здобувач ступеня кандидата економічних наук Сазонова С. В. Співвиконавець наукової теми кафедри «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0115U004319 (07.2015–07.2019)

							Співвиконавець наукової теми кафедри «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними системами». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0119U103840 (2019-2024)
206558	Курило Людмила Ізидорівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет економічних наук	Диплом спеціаліста, Київський державний університет ім.Т.Г.Шевченка, рік закінчення: 1985, спеціальність: ядерна фізика, Диплом доктора наук ДД 002062, виданий 05.05.2013, Атестат професора 12ПР 009995, виданий 22.12.2014	14	Інноваційний розвиток підприємства	Професор кафедри економічної теорії та інформаційних технологій, доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Автор понад 130 наукових праць, включаючи монографії, підручники, навчальні посібники, методичні матеріали. Член спеціалізованої вченої ради Д 26.891.01 з захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора (кандидата) економічних наук за спеціальностями 08.00.03, 08.00.07 в Інституті підготовки кадрів державної служби зайнятості України. Голова Державної екзаменаційної комісії Київського національного університету технологій та дизайну. Виступала офіційним опонентом дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата та доктора наук. Академік Національної академії наук вищої освіти України. Член Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників. Нагороджена орденом Княгині Ольги III ступеня. Співвиконавець наукової теми кафедри «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0115U004319 (07.2015–07.2019) Співвиконавець наукової теми кафедри «Теоретико-методологічні засади

						управління соціально-економічними системами». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0119U103840 (2019-2024)	
206558	Курило Людмила Ізидорівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет економічних наук	Диплом спеціаліста, Київський державний університет ім.Т.Г.Шевченка, рік закінчення: 1985, спеціальність: ядерна фізика, Диплом доктора наук ДД 002062, виданий 05.05.2013, Атестат професора 12ІР 009995, виданий 22.12.2014	14	Маркетинговий аудит	Професор кафедри економічної теорії та інформаційних технологій, доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Автор понад 130 наукових праць, включаючи публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, підручники, навчальні посібники, методичні матеріали. Член спеціалізованої вченої ради Д 26.891.01 з захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора (кандидата) економічних наук за спеціальностями 08.00.03, 08.00.07 в Інституті підготовки кадрів державної служби зайнятості України. Голова Державної екзаменаційної комісії Київського національного університету технологій та дизайну. Виступала офіційним опонентом дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата та доктора наук. Академік Національної академії наук вищої освіти України. Член Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників. Нагороджена орденом Княгині Ольги III ступеня. Співвиконавець наукової теми кафедри «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0115U004319 (07.2015–07.2019) Співвиконавець наукової теми кафедри «Теоретико-

							методологічні засади управління соціально-економічними системами». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0119U103840 (2019-2024).
182576	Пічик Катерина Валеріївна	Завідувач кафедри, доцент, Основне місце роботи	Факультет економічних наук	Диплом магістра, Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут", рік закінчення: 2000, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 020162, виданий 08.10.2003, Атестат доцента 12ДЦ 018207, виданий 24.10.2007	17	Інноваційний маркетинг	Кандидат економічних наук, доцент. Автор понад 50 наукових праць, включаючи публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, підручники, навчальні посібники, методичні матеріали. Брала участь у міжнародних наукових проєктах, зокрема: The international project: Erasmus+ Student's Mobility Capacity Building in Higher Education in Ukraine and Serbia - MILETUS Співвиконавець міжнародного наукового проєкту Project number: 530429-TEMPUS-1 - 2012-1-UK-TEMPUS-JPHES (2013-2016 - INNOLAB) The international project: "Innovation Lab: Using open innovation platform of academic and research activities in training enterprises to enhance their innovation potential through collaboration with universities in the post-socialist societies" (INNOLAB). Співвиконавець наукової теми кафедри «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0115U004319 (07.2015–07.2019) Керівник наукової теми кафедри «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними системами». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0119U103840 (2019-2024)
83147	Рябокоть Ганна	Доцент, Основне	Факультет гуманітарних	Диплом кандидата наук	24	Англійська мова	Викладає англійську мову в НаУКМА з 1998

	Леонідівна	місце роботи	наук	ДК 033119, виданий 09.03.2006			р., брала участь у роботі групи «Academic Writing» проекту Erasmus+ DocHub (2016-2020). Розробила вибіркові дисципліни з наукової англійської мови, які викладалися в 2016-2020 рр., є автором посібника для магістрів: Reference Book in Public Speaking. Compilers: H. Shvydka, D. Mazin, L. Pavlenko, H. Riabokon, Ya. Fedoriv, S. Kytayeva. The National University of "Kyiv-Mohyla Academy", Kyiv, 2014.
285646	Гавриленко Тетяна Володимирівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економічних наук	Диплом кандидата наук ДК 038211, виданий 09.11.2006, Атестат доцента 12ДЦ 022242, виданий 19.02.2009	21	Соціальна відповідальність	Кандидат економічних наук, доцент. Автор понад 50 наукових праць, включаючи публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, підручники, навчальні посібники, методичні матеріали. Офіційний опонент на дисертаційну роботу Бугас Наталії Валеріївни «Управління витратами текстильних підприємств на основі бюджетування» Офіційний опонент на дисертаційну роботу Лаврів Лілі Андріївни «Стратегічне управління у системі управління національним господарством», Співвиконавець наукової теми кафедри «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0115U004319 (07.2015–07.2019) Співвиконавець наукової теми кафедри «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними системами». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0119U103840 (2019-2024).
203833	Чала Ніна Дмитрівна	Професор, Основне	Факультет економічних	Диплом спеціаліста,	13	Логістичний менеджмент	Професор кафедри маркетингу та

		місце роботи	наук	<p>Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, рік закінчення: 2004, спеціальність: 050103 Міжнародна економіка, Диплом доктора наук ДД 003235, виданий 03.04.2014, Атестат доцента 12ДЦ 027446, виданий 20.01.2011, Атестат професора АП 002167, виданий 26.11.2020</p>		<p>управління бізнесом, доктор наук з державного управління. Автор понад 100 наукових праць, включаючи публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, підручники, навчальні посібники, методичні матеріали. Експерт експертної ради з питань проведення експертизи дисертаційних робіт з державного управління (наказ МОН України No 407 від 07.04.2015) Експерт спеціалізованої вченої ради із захисту дисертацій Академії муніципального управління (2008-2014 за спеціальністю 08.00.03 - економіка та управління національним господарством, 2014-2017 за спеціальністю 08.00.05 - розвиток продуктивних сил і регіональна економіка) Двічі виступала офіційним опонентом дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата наук з державного управління. Співвиконавець міжнародного наукового проекту Project number: 530429-TEMPUS-1 - 2012-1-UK-TEMPUS-JPHES (2013-2016 - INNOLAB) The international project: "Innovation Lab: Using open innovation platform of academic and research activities in training enterprises to enhance their innovation potential through collaboration with universities in the post-socialist societies" (INNOLAB). Співвиконавець наукової теми кафедри «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0115U004319 (07.2015–07.2019)</p>
--	--	--------------	------	--	--	---

						<p>Співвиконавець наукової теми кафедри «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними системами».</p> <p>Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0119U103840 (2019-2024)</p> <p>Під керівництвом Чалої Н.Д. в 2016 р. успішно захищено докторську дисертацію.</p> <p>2008 - 2015 р. науковий консультант Комітету Верховної Ради України з питань економічної політики.</p> <p>2016 - 2018 р. Співголова комітету жінок-підприємниць при Київській ТПП</p> <p>З 2008 року членкиня Клубу аналітиків при ГО Інститут еволюційної економіки</p>	
285592	Кравчук Петро Юрійович	Доцент, Сумісництво	Факультет економічних наук	<p>Диплом бакалавра, Коломийський економіко-правовий коледж Київського національного торговельно-економічного університету, рік закінчення: 2004, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом спеціаліста, Національна академія державної податкової служби України, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом спеціаліста, Харківський національний університет внутрішніх справ, рік закінчення: 2008, спеціальність: 6.030401 правознавство, Диплом кандидата наук ДК 034832, виданий 25.02.2016, Аттестат доцента АД 001915,</p>	0	Інтелектуальна власність	<p>Має дві базові освіти, економічну та юридичну. Кандидат юридичних наук.</p> <p>Автор понад 50 наукових праць, включаючи публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, підручники, навчальні посібники, методичні матеріали.</p> <p>Підготував одного доктора філософії (кандидата наук) – Мілевський М.О., спеціальність 12.00.09 – кримінальний процес та криміналістика; судова експертиза; оперативно-розшукова діяльність (диплом ДК № 048513).</p> <p>Керує підготовкою 3 аспірантів зі спеціальності 081 – Право (Укладха Еддіонг Сіпріан, Мещеряков А.В., Інкін А.В.).</p> <p>Виступав офіційним опонентом при захисті кандидатської дисертації Харковця Юрія Миколайовича, по спеціальності 12.00.09 – кримінальний процес та криміналістика; судова експертиза; оперативно-</p>

				виданий 05.03.2019			розшукова діяльність, на тему «Інститут судових рішень в кримінальному процесі України». Є діючим членом спеціалізованої вченої ради по захисту кандидатських дисертацій К 26.063.02 у ПВНЗ «Європейський університет»
100270	Гуменна Олександра Віталіївна	Декан, Основне місце роботи	Факультет економічних наук	Диплом кандидата наук ДК 033691, виданий 13.04.2006, Атестат доцента 12ДЦ 020055, виданий 30.10.2008	16	Маркетингови й аудит	Кандидат економічних наук, доцент. Автор понад 70 наукових праць, включаючи публікації у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection, підручники, навчальні посібники, методичні матеріали. Брала участь у міжнародних наукових проектах, зокрема: 1. Project number: 530429-TEMPUS-1 - 2012-1-UK-TEMPUS-JPHES (2013-2016 - INNOLAB) The international project: "Innovation Lab: Using open innovation platform of academic and research activities in training enterprises to enhance their innovation potential through collaboration with universities in the post-socialist societies" (INNOLAB) 2. The international project: Erasmus+ Student's Mobility Capacity Building in Higher Education in Ukraine and Serbia – MILETUS Співвиконавець наукової теми кафедри «Маркетинг як ринково-орієнтована концепція розвитку підприємництва». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0115U004319 (07.2015–07.2019) Співвиконавець наукової теми кафедри «Теоретико-методологічні засади управління соціально-економічними системами». Реєстраційний номер в УкрІНТЕІ: 0119U103840 (2019-2024).

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

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначеному стандартом вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
<i>ПРН18. Застосовувати педагогічні технології та проводити заняття з фахових навчальних дисциплін відповідно до чинного законодавства.</i>	☒	Англійська мова	Методи дидактики навчання і викладання маркетингових дисциплін у вищій школі	Участь у дискусії при обговоренні методів
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Комплексне навчання на засадах системно-діяльнісного підходу до освітнього процесу та створення умов для викладання фахових дисциплін	Індивідуальне виконання контрольної роботи
		Педагогічна практика	Методики підготовка матеріалів для лекційних, семінарських і практичних занять	Кейси
		Науково-дослідна практика	Методи дидактики навчання і викладання у вищій школі маркетингових дисциплін	Участь у дискусії при обговоренні методів
<i>ПРН17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів.</i>	☒	Інноваційний розвиток підприємства	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Індивідуальні завдання, практичні завдання
		Логістичний менеджмент	Презентація результатів кейсів відповідно до вимог. Взаємне рецензування робіт	Робота у міні-групі
		Соціальна відповідальність	Презентація результатів дослідження	Індивідуальне дослідницьке завдання, кейс
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Проблемне навчання (обґрунтування наукової проблеми, робочої гіпотези, мети і завдань наукового дослідження)	Участь у дискусії при обговоренні методів
		Курсова робота	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Індивідуальний проєкт
		Науково-дослідна практика	Методики підготовки матеріалів для презентації	Кейси
		Педагогічна практика	Методи дидактики викладання маркетингових дисциплін у вищій школі	Участь у дискусії при обговоренні методів
		Кваліфікаційна робота магістра	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Індивідуальний проєкт
		Англійська мова	Презентація	Індивідуальні завдання
<i>ПРН10. Обґрунтовувати</i>	☒	Педагогічна практика	Аналіз ключових освітніх положень набуття знань у	Індивідуальне виконання контрольної роботи

маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.			вітчизняних і європейських документах і матеріалах	
		Кваліфікаційна робота магістра	Ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу	Індивідуальний проєкт
		Науково-дослідна практика	Прийоми аналізу документів і матеріалів	Індивідуальне виконання контрольної роботи
		Курсова робота	Ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу	Індивідуальний проєкт
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач	Презентація
		Рекламний менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Кейси
		Інноваційний розвиток підприємства	Контекстне навчання (актуалізація раніше вивченого матеріалу і його інтерпретація з позицій вирішення проблеми)	Індивідуальні завдання на прикладі реальних суб'єктів господарювання
		Інтелектуальна власність	Імітаційне навчання (використання ігрових та імітаційних форм навчання)	Кейси
		Логістичний менеджмент	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Дискусія на семінарі, розв'язок кейсів
		Інноваційний маркетинг	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командні проєкти
		Маркетинговий аудит	Використання ігрових та імітаційних форм навчання	Практичні завдання, задачі
		Маркетинговий менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Ситуаційне навчання (моделювання, конструювання, екстраполювання, варіювання, планування, прогнозування)	Кейси
	Міжнародний маркетинг	Проектно-орієнтоване навчання	Командний проєкт	
ПРН16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.	☒	Логістичний менеджмент	Імітаційне навчання (використання кейсів Harvard Business School)	Розв'язок кейсів
		Соціальна відповідальність	Використання ігрових форм навчання	Індивідуальне дослідницьке завдання, кейс
		Маркетинговий аудит	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань)	Індивідуальний проєкт
		Маркетинговий менеджмент	Вивчення сучасної наукової літератури	Дискусії, тестування
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Комплексне навчання на засадах системно-діяльнісного підходу до освітнього процесу та створення умов для проведення наукового	Індивідуальне виконання контрольної роботи

			дослідження	
		Курсова робота	Проблемне навчання (формування прийомів дослідницької пізнавальної діяльності через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальний проєкт
		Науково-дослідна практика	Методи підготовка матеріалів для лекційних, семінарських і практичних занять	Кейси
		Педагогічна практика	Методи дидактики навчання і викладання маркетингових дисциплін у вищій школі	Участь у дискусії при обговоренні методів
		Кваліфікаційна робота магістра	Формування прийомів дослідницької пізнавальної діяльності через проблематизацію матеріалу	Індивідуальний проєкт
		Інтелектуальна власність	Ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу	Індивідуальний проєкт
<p><i>ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Кваліфікаційна робота магістра	Актуалізація раніше вивченого матеріалу і його інтерпретація з позицій вирішення проблеми	Індивідуальний проєкт
		Науково-дослідна практика	Методи збору і аналізу інформації	Участь у дискусії при обговоренні методів
		Інноваційний розвиток підприємства	Контекстне навчання (актуалізація раніше вивченого матеріалу і його інтерпретація з позицій вирішення проблеми)	Індивідуальні завдання на прикладі реальних суб'єктів господарювання
		Педагогічна практика	Методи підготовка матеріалів для лекційних, семінарських і практичних занять	Кейси
		Англійська мова	Збір, обробка і аналіз англомовних джерел інформації	Індивідуальне виконання контрольної роботи
		Логістичний менеджмент	Вивчення сучасної наукової літератури	Дискусії, тестування
		Соціальна відповідальність	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань)	Індивідуальне дослідницьке завдання
		Інноваційний маркетинг	Використання ігрових форм навчання	Тестування
		Маркетинговий менеджмент	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Індивідуальний проєкт, командний проєкт
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Комплексне навчання на засадах системно-діяльнісного підходу до освітнього процесу та створення умов для проведення наукового дослідження	Індивідуальне виконання контрольної роботи
		Міжнародний маркетинг	Ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу	Командний проєкт
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач.	Презентація
		Рекламний менеджмент	Проблемне навчання (ініціювання самостійного	Індивідуальні завдання

			пошуку знань)	
		Курсова робота	Актуалізація раніше вивченого матеріалу і його інтерпретація з позицій вирішення проблеми	Індивідуальний проєкт
		Інтелектуальна власність	Ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу	Індивідуальний проєкт
<i>ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</i>	☒	Інноваційний розвиток підприємства	Проблемне навчання (формування прийомів дослідницької пізнавальної діяльності через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальні завдання, ситуаційні вправи
		Інтелектуальна власність	Створення умов, максимально наближених до реальних	Командний проєкт
		Логістичний менеджмент	Ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Дискусія на семінарі, розв'язок кейсів
		Інноваційний маркетинг	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командні проєкти
		Маркетинговий аудит	Використання ігрових та імітаційних форм навчання	Кейси, практичні завдання, задачі
		Маркетинговий менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Міжнародний маркетинг	Проектно-орієнтоване навчання	Командний проєкт
		Науково-дослідна практика	Прийоми аналізу ключових положень набуття знань	Індивідуальне виконання контрольної роботи
<i>ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</i>	☒	Інтелектуальна власність	Використання ігрових та імітаційних форм навчання	Кейси
		Маркетинговий аудит	Імітаційне навчання	Кейси, практичні завдання, задачі
		Маркетинговий менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Рекламний менеджмент	Використання ігрових та імітаційних форм навчання	Кейси, ділові ігри
		Міжнародний маркетинг	Проектно-орієнтоване навчання	Командний проєкт
<i>ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.</i>	☒	Логістичний менеджмент	Імітаційне навчання (використання кейсів Harvard Business School)	Розв'язок кейсів
		Інноваційний маркетинг	Використання ігрових та імітаційних форм навчання	Кейси
		Маркетинговий аудит	Імітаційне навчання	Кейси, практичні завдання, задачі
		Маркетинговий менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Міжнародний маркетинг	Проектно-орієнтоване навчання	Командний проєкт
		Стратегічний	Розв'язання ситуаційних	Презентація

		маркетинг	вправ і задач	
		Науково-дослідна практика	Аналіз ключових положень набуття знань	Індивідуальне виконання контрольної роботи
		Педагогічна практика	Аналіз методів дидактики навчання і викладання маркетингових дисциплін у вищій школі	Участь у дискусії при обговоренні методів
		Інтелектуальна власність	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
<p><i>ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</i></p>	☒	Соціальна відповідальність	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Виконання командних завдань
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Проблемне навчання (обґрунтування наукової проблеми, робочої гіпотези, мети і завдань наукового дослідження)	Участь у дискусії при обговоренні методів
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач	Презентація
		Курсова робота	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальний проєкт
		Науково-дослідна практика	Прийоми аналізу ключових положень набуття знань у вітчизняних і європейських документах	Індивідуальне виконання контрольної роботи
		Педагогічна практика	Методи дослідження у вищій школі	Участь у дискусії при обговоренні методів
		Кваліфікаційна робота магістра	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальний проєкт
<p><i>ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</i></p>	☒	Кваліфікаційна робота магістра	Презентація результатів дослідження	Презентація і обговорення
		Науково-дослідна практика	Методи дидактики навчання і викладання	Участь у дискусії при обговоренні методів
		Педагогічна практика	Презентація результатів навчального компетентісно-діяльнісного доробку відповідно до вимог	Індивідуальний освітній проєкт, командний освітній проєкт
		Інноваційний розвиток підприємства	Контекстне навчання (актуалізація раніше вивченого матеріалу і його інтерпретація з позицій вирішення проблеми)	Обговорення ситуаційних вправ
		Англійська мова	Методи дидактики навчання і викладання у вищій школі	Участь у дискусії
		Логістичний менеджмент	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Дискусія на семінарі, розв'язок кейсів
		Соціальна відповідальність	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Індивідуальне дослідницьке завдання, кейс
		Інноваційний маркетинг	Використання ігрових та імітаційних форм навчання	Кейси

		Маркетинговий аудит	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Презентація індивідуального проєкту
		Маркетинговий менеджмент	Використання ігрових та імітаційних форм навчання	Обговорення кейсів
		Міжнародний маркетинг	Розв'язок кейсів	Дискуссія
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач	Презентація і обговорення
		Рекламний менеджмент	Використання ігрових та імітаційних форм навчання	Ділові ігри
		Курсова робота	Презентація результатів дослідження	Презентація і обговорення
		Інтелектуальна власність	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Дискуссія
<i>ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</i>	☒	Інтелектуальна власність	Імітаційне навчання (використання ігрових та імітаційних форм навчання)	Кейси
		Інноваційний маркетинг	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командні проєкти
		Маркетинговий аудит	Використання ігрових та імітаційних форм навчання.	Кейси, практичні завдання, задачі
		Маркетинговий менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командні проєкти
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Ситуаційне навчання (моделювання, конструювання, екстраполювання, варіювання, планування, прогнозування)	Кейси
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач	Презентація
		Рекламний менеджмент	Імітаційне навчання (використання ігрових та імітаційних форм навчання)	Кейси, ділові ігри
		Науково-дослідна практика	Прийоми аналізу ключових положень набуття знань у вітчизняних і європейських документах і матеріалах	Індивідуальне виконання контрольної роботи
<i>ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</i>	☒	Рекламний менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Індивідуальні завдання, кейси
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач	Презентація
		Маркетинговий менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Міжнародний маркетинг	Проблемне навчання, розв'язок кейсів, проєктно-орієнтоване навчання	Командний проєкт
		Інноваційний розвиток підприємства	Проблемне навчання (формування прийомів дослідницької пізнавальної діяльності через	Індивідуальні завдання, ситуаційні вправи

		Інтелектуальна власність	проблематизацію матеріалу) Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Логістичний менеджмент	Імітаційне навчання (використання кейсів Harvard Business School)	Розв'язок кейсів
		Інноваційний маркетинг	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань)	Індивідуальні роботи, тести
		Маркетинговий аудит	Імітаційне навчання (використання ігрових та імітаційних форм навчання)	Кейси, практичні завдання, задачі
<i>ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</i>	☒	Інноваційний розвиток підприємства	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Індивідуальні завдання, практичні завдання
		Англійська мова	Методи дидактики навчання і викладання	Участь у дискусії
		Інтелектуальна власність	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Індивідуальний проєкт, командний проєкт
		Логістичний менеджмент	Презентація результатів кейсів відповідно до вимог. Взаємне рецензування робіт (представлених розв'язків кейсів)	Робота у міні-групі
		Інноваційний маркетинг	Презентація результатів досліджень відповідно до вимог	Індивідуальний проєкт, командний проєкт
		Маркетинговий аудит	Презентація результатів дослідження	Індивідуальний проєкт
		Маркетинговий менеджмент	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Індивідуальний проєкт, командний проєкт
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Презентація результатів науково-дослідного доробку в системі знань і діяльності відповідно до вимог	Індивідуальний освітній проєкт, командний освітній проєкт
		Міжнародний маркетинг	Проектно-орієнтоване навчання, дослідна робота в групі, презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Командний проєкт
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач	Презентація
		Курсова робота	Презентація проєкту	Презентація
		Науково-дослідна практика	Презентація результатів навчального компетентісно-діяльнісного доробку відповідно до вимог	Індивідуальний освітній проєкт, командний освітній проєкт
		Педагогічна практика	Методи дидактики навчання і викладання у вищій школі	Участь у дискусії при обговоренні
		Кваліфікаційна робота магістра	Презентація результатів дослідження	Презентація проєкту
Рекламний менеджмент	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Індивідуальні завдання, командний проєкт		
<i>ПРН4. Вміти</i>	☒	Інтелектуальна	Імітаційне навчання	Кейси

розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.		власність	(використання ігрових та імітаційних форм навчання)	
		Логістичний менеджмент	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Дискусія на семінарі, розв'язок кейсів
		Маркетинговий аудит	Презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Індивідуальний проєкт
		Маркетинговий менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Комплексне навчання на засадах системно-діяльнісного підходу до освітнього процесу та створення умов для проведення наукового дослідження	Індивідуальне виконання контрольної роботи
		Міжнародний маркетинг	Проектно-орієнтоване навчання, дослідна робота в групі	Командний проєкт
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач	Презентація
		Рекламний менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Курсова робота	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Презентація проєкту
		Науково-дослідна практика	Прийоми аналізу ключових освітніх положень набуття знань у вітчизняних і європейських документах і матеріалах	Індивідуальне виконання контрольної роботи
		Кваліфікаційна робота магістра	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Презентація
	Педагогічна практика	Презентація результатів навчального компетентнісно-діяльнісного доробку відповідно до вимог	Індивідуальний освітній проєкт, командний проєкт	
ПРНЗ. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	☒	Інтелектуальна власність	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальний проєкт
		Інноваційний маркетинг	Імітаційне навчання (використання ігрових та імітаційних форм навчання)	Кейси
		Маркетинговий аудит	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальний проєкт
		Маркетинговий менеджмент	Імітаційне навчання (використання ігрових та імітаційних форм навчання)	Кейси
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Ситуаційне навчання (моделювання, конструювання, екстраполювання,	Кейси

			варіювання, планування, прогнозування)	
		Міжнародний маркетинг	Проектно-орієнтоване навчання; дослідна робота в групі; опитування експертів; презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Командний проєкт
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач	Презентація
		Рекламний менеджмент	Імітаційне навчання (використання ігрових та імітаційних форм навчання)	Кейси, ділові ігри
		Курсова робота	Проектно-орієнтоване навчання; дослідна робота; опитування; презентація результатів дослідження відповідно до вимог	Презентація проєкту
		Інноваційний розвиток підприємства	Імітаційне навчання (моделювання в навчальному процесі відносин і умов реальних суб'єктів господарювання)	Індивідуальні завдання, практичні завдання
		Науково-дослідна практика	Презентація результатів навчального компетентісно-діяльнісного доробку відповідно до вимог	Презентація проєкту
		Кваліфікаційна робота магістра	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Презентація проєкту
		Педагогічна практика	Прийоми аналізу ключових освітніх положень набуття знань у вітчизняних і європейських документах і матеріалах	Індивідуальне виконання контрольної роботи
<p><i>ПРН2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Науково-дослідна практика	Презентація результатів навчального компетентісно-діяльнісного доробку відповідно до вимог	Індивідуальний проєкт, командний проєкт
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач	Презентація
		Рекламний менеджмент	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальні завдання
		Інноваційний розвиток підприємства	Контекстне навчання (актуалізація раніше вивченого матеріалу і його інтерпретація з позицій вирішення проблеми)	Індивідуальні завдання на прикладі реальних суб'єктів господарювання
		Інтелектуальна власність	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальний проєкт
		Логістичний менеджмент	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Дискусія на семінарі. Розв'язок кейсів
		Інноваційний маркетинг	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань)	Індивідуальні роботи, тести

		Маркетинговий аудит	Імітаційне навчання (використання ігрових та імітаційних форм навчання)	Кейси, практичні завдання, задачі
		Маркетинговий менеджмент	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальний проєкт
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Проблемне навчання (обґрунтування наукової проблеми, робочої гіпотези, мети і завдань наукового дослідження)	Участь у дискусії при обговоренні методів
		Міжнародний маркетинг	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу), розв'язок кейсів; проектно-орієнтоване навчання	Командний проєкт
<p><i>ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Інноваційний розвиток підприємства	Проблемне навчання (формування прийомів дослідницької пізнавальної діяльності через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальні завдання, ситуаційні вправи
		Інтелектуальна власність	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Логістичний менеджмент	Вивчення сучасної наукової літератури, лекції, дискусії	Тестування
		Інноваційний маркетинг	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командні проєкти
		Маркетинговий аудит	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальний проєкт
		Маркетинговий менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Комплексне навчання на засадах системно-діяльнісного підходу до освітнього процесу та створення умов для проведення наукового дослідження	Індивідуальне виконання контрольної роботи
		Міжнародний маркетинг	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних), розв'язок кейсів	Командний проєкт
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач	Презентація
		Рекламний менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Педагогічна практика	Прийоми аналізу ключових освітніх положень набуття знань у вітчизняних і європейських документах і матеріалах	Індивідуальне виконання контрольної роботи

		Науково-дослідна практика	Прийоми аналізу ключових освітніх положень набуття знань у вітчизняних і європейських документах і матеріалах	Індивідуальне виконання контрольної роботи
<i>ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</i>	☒	Логістичний менеджмент	Імітаційне навчання (використання кейсів Harvard Business School)	Розв'язок кейсів
		Інноваційний маркетинг	Імітаційне навчання (використання ігрових та імітаційних форм навчання)	Кейси
		Маркетинговий аудит	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальний проєкт
		Маркетинговий менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Методологія наукових досліджень в маркетингу	Комплексне навчання на засадах системно-діяльнісного підходу до освітнього процесу та створення умов для проведення наукового дослідження	Індивідуальне виконання контрольної роботи
		Міжнародний маркетинг	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу), розв'язок кейсів; проєктно-орієнтоване навчання	Командний проєкт
		Стратегічний маркетинг	Розв'язання ситуаційних вправ і задач	Презентація
		Рекламний менеджмент	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт
		Курсова робота	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальний проєкт
		Науково-дослідна практика	Прийоми аналізу ключових освітніх положень набуття знань у вітчизняних і європейських документах і матеріалах	Індивідуальне виконання контрольної роботи
		Кваліфікаційна робота магістра	Проблемне навчання (ініціювання самостійного пошуку знань через проблематизацію матеріалу)	Індивідуальний проєкт
		Педагогічна практика	Створення умов, максимально наближених до реальних	Кейс
Інтелектуальна власність	Контекстне навчання (створення умов, максимально наближених до реальних)	Командний проєкт		