

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Західноукраїнський національний університет
Освітня програма	22002 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	171
Повна назва ЗВО	Західноукраїнський національний університет
Ідентифікаційний код ЗВО	33680120
ПІБ керівника ЗВО	Крисоватий Андрій Ігорович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	https://www.wunu.edu.ua/

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/171>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	22002
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Магістр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Кафедра маркетингу
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Кафедра іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	Проспект Перемоги, 3, м. Тернопіль, 46009
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	не передбачає
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	відсутня
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	324154
ПІБ гаранта ОП	Хрупович Світлана Євгенівна
Посада гаранта ОП	доцент
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	svitlana.khrupovych@wunu.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(097)-466-83-95
Додатковий телефон гаранта ОП	відсутній

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

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

ОПП «Маркетинг» (https://www.wunu.edu.ua/opp/feu/marketynh/marketynh_mahistr/075_MARKETING_mag.pdf) на другому (магістерському) рівні вищої освіти (надалі – ОПП) з 2017 року започаткування базувалася на багаторічному досвіді підготовки магістрів галузі знань 07 Управління та адміністрування в Тернопільському національному економічному університеті (надалі – з 17 вересня 2021 року – Західноукраїнський національний університет, надалі – ЗУНУ або університет). Продовження підготовки за даною ОПП пов'язано із потребою ринку праці у фахівцях з маркетингу, комунікацій, просування товарів і послуг, Інтернет - маркетологів. Нові економічні та політичні реалії України вимагають системного мислення фахівців при відновленні нашої країни. Сфера будівництва, виробництва товарів, аграрне виробництво, ремонт і обслуговування техніки, медичні та інші послуги, кібербезпека, енергетика вимагають фахівців маркетингу, які працюватимуть у післявоєнних реаліях, позаяк зростає потреба масового переходу на цифрові продукти з метою мінімізації витрат. Ініціатором відкриття ОПП виступила кафедра маркетингу (<https://bit.ly/3SXwI3M>), яка утворилася у 2017 році шляхом реорганізації, а саме, кафедри економіки підприємств і корпорацій та кафедри міжнародних економічних відносин. Зазначені кафедри мали багаторічний успішний досвід підготовки фахівців в галузі знань «Управління та адміністрування», були осередком формування та розвитку наукової школи маркетингу. Із числа НПП було створено робочу групу, до якої увійшли представники зазначеної наукової школи, керівники організацій різної форми власності, випускники бакалаврських та магістерських програм за спеціальністю «Маркетинг». До викладання дисциплін професійної підготовки залучені викладачі із великим досвідом, активні учасники міжнародних та вітчизняних науково-практичних заходів із проблемних питань маркетингу та відповідною кваліфікацією і вагомими показниками наукової та професійної активності згідно ліцензійних умов. ОПП пройшла акредитацію у 2018 році відповідно до рішення Акредитаційної комісії від 6 листопада 2018 р. (сертифікат УД № 20007307), термін дії сертифіката до 01.07.2023 р. З моменту створення і дотепер основні компоненти ОПП постійно переглядаються і оновлюються, зокрема у 2019 році у зв'язку із затвердженням СВО за даною спеціальністю, в 2022-2023 рр. – відповідно до результатів обговорення проєктів. Оновлені проєкти ОПП є у відкритому доступі на офіційному сайті ЗВО в рубриці «Публічна інформація» (https://www.wunu.edu.ua/opp/2022_proect_opp/magistr/075_Marketynh.pdf). Гарантом ОПП є Хрупович Світлана Євгенівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу ЗУНУ.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2022 - 2023	48	46	2	0	0
2 курс	2021 - 2022	14	11	3	0	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	19515 Маркетинг 25841 Міжнародний маркетинг 32929 Інтернет маркетинг 19887 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	22002 Маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	48899 Маркетинг

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

самооцінювання, кв. м.

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	83713	32011
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	83290	31588
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	423	423
Приміщення, здані в оренду	1586	793

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

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

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>ОПП_2022.pdf</i>	YcyvRvfp7h57OlyCpLRLg4kl3etL3n5xPfZtFm79A/Y=
Навчальний план за ОП	<i>np_dfn_2022.pdf</i>	wAjPm4L/7krM4LEmoNwCTXO1YDlnmFu7iG7ogHobTFY=
Навчальний план за ОП	<i>np_zfn_2022.pdf</i>	jVt25Fo/KD+cp2OHRdjvehohnsiOjES88nxsownUwsI=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Retsenziia_Oklander.pdf</i>	Ly+/3iv3fKwaB4lrkZLfb+Jshnizat5gCN7Lyfos/7M=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Retsenziia_Boyenko.pdf</i>	rZ6y3X3CdriePL1lZAhkrovKQcS3gVgLYjj93AvMh/k=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Retsenziia_Falovych.pdf</i>	HrYttQbshfoI2lvRLKfyoZiwn3Wdza8moa1GKpiOpk=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Vidhuk_Chubak.pdf</i>	ZYgERWmunO4q3QxtflA4yQ4Hkhh2q9k+lfhJVa5gPSk=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Vidhuk_Ozimko.pdf</i>	JkIOlAy1CuHPnKSG43ZICInrCSEoA2YLucr5s63Yvkg=

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

Цілями ОПП «Маркетинг»

(https://www.wunu.edu.ua/opp/feu/marketynh/marketynh_mahistr/075_MARKETING_mag.pdf) є підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних завдань маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.

Особливістю програми є те, що програма враховує сучасні тенденції розвитку маркетингу, які визначаються поєднанням інструментів класичного маркетингу, Інтернет- маркетингу та нейромаркетингу. Структура програми передбачає вивчення теорії і практики маркетингу на засадах міждисциплінарного підходу, оволодіння інноваційними методами професійної діяльності. Безперервні зміни у сфері маркетингових інновацій, які орієнтуються на діджиталізацію економіки та дослідження поведінки споживачів, вимагають постійної корекції навчальних планів і змісту навчальних дисциплін, тому склад вибіркових дисциплін освітньої програми періодично оновлюється, що дозволяє враховувати тенденції розвитку сфери Інтернет технологій та нейротехнологій в маркетингу.

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

Цілі ОПП (https://www.wunu.edu.ua/opp/feu/marketynh/marketynh_mahistr/075_MARKETING_mag.pdf) передбачають формування у фахівців з маркетингу системи сучасних компетентностей, креативного способу мислення, спроможності не тільки ефективно застосовувати набуті теоретичні знання і практичні навички, але й здатності до саморозвитку в професійному та особистісному ракурсах, підвищувати власну конкурентоспроможність за умов перманентної зміни професійних вимог, що відповідає місії та Стратегії на 2021-2025 рр. ЗВО (<https://bit.ly/3e94aFN>), яка передбачає формування освітньо-наукової платформи пізнання, студентоцентрованого

навчання та викладання, міждисциплінарних досліджень, розвиток та вдосконалення навичок, формування сучасних наукових, професійних компетентностей, служіння людям і громаді, стійкого та сталого розвитку держави, налагодження нових каналів комунікації на принципах взаємної довіри.

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

Для встановлення постійного зворотного зв'язку задля покращення змісту освітнього процесу за даною ОП, здобувачі та випускники беруть участь у розширених засіданнях кафедри, де відбувається обговорення проєктів ОП (https://www.wunu.edu.ua/opp/2022_proect_opp/magistr/075_Marketynh.pdf), за результатами якого складається аналітичний звіт (https://www.wunu.edu.ua/opp/analit_zvit/magistr/075_az_marketung_mag.pdf). З урахуванням висловлених пропозицій відбувається затвердження ОП, а також формується каталог вибіркового дисциплін (https://www.wunu.edu.ua/opp/feu/marketynh/marketynh_mahistr/Katalog_marketung.pdf). Так, при обговоренні ОП 2022 року було враховано пропозиції випускника програми С.Онищука, який запропонував розширити каталог вибіркового дисциплін, зокрема, запропонував здобувачам програми дисципліну, пов'язану з прикладними навичками створення нескладних сайтів на конструкторі для продажу товарів і послуг. За його пропозицією розширено каталог вибіркового дисциплін, зокрема введено дисципліну «Розробка сайтів і WEB аналітика».

- роботодавці

Інтереси роботодавців враховуються під час формування, розробки та перегляду ОП. Обговорення ОП відбуваються на розширених засіданнях кафедри маркетингу, круглих столах як на етапі розробки ОП, так і при її перегляді. Затвердження ОП відбувається за результатами щорічного обговорення її проєкту на відкритому засіданні кафедри за участю стейкхолдерів (здобувачів, випускників та роботодавців). Зокрема, Т. Чубак - директорка з розвитку ТРЦ «Подільня», м. Тернопіль, запропонувала включити до тематики професійно-орієнтованих дисциплін такі питання для вивчення, які допомогли би магістрам управляти стресостійкістю, емоціями. За результатами обговорення цієї пропозиції, запропоновано в межах вивчення ОК 5, розробити тематичні питання, які би враховували рекомендації із управління емоційним інтелектом та стресостійкістю, здатність адаптуватися майбутньому спеціалісту-маркетологу до різноманітних ринкових диспропорцій. Також в ОП 2022 року враховано пропозицію директора маркетингової агенції «ДАЛІ» С. Озімко скорегувати мету освітньої програми з урахуванням сучасних викликів цифровізації суспільства, використання інструментів штучного інтелекту та нейромаркетингу в практичній діяльності сучасного маркетолога. Для моніторингу інтересів роботодавців з 2021 року впроваджено анонімне електронне анкетування з різних аспектів організації освітнього процесу: (https://bit.ly/3SAhGBt), зокрема стосовно складових ОП.

- академічна спільнота

Академічна спільнота ЗУНУ та інших ЗВО безпосередньо впливають на формулювання цілей та ПРН ОП. Членами проєктної групи ОП упродовж 2021-2022 рр. були провідні фахівці кафедри маркетингу та гаранті ОП на усіх освітніх рівнях. Зокрема, при обговоренні ОП 2022 року голова ГЗС, член НМК сектору вищої освіти НМР МОН 075 «Маркетинг», д.е.н., проф. Т.Борисова запропонувала у навчальному плані перенести із другого семестру у перший ОК1 «Методологія наукових досліджень», а також розширити тематику кваліфікаційних робіт з урахуванням унікальності ОП, діджиталізації різноманітних процесів суспільства, наукових інтересів здобувачів, а також сучасних тенденцій у розвитку маркетингу. Враховано рекомендацію завідувачки кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Донецького національного університету імені Василя Стуса, к.е.н., доц. О. Боєнко щодо посилення навичок використання інформаційних систем і технологій для здійснення діагностування, стратегічного та оперативного управління маркетингом задля розробки маркетингових проєктів, що дало змогу підсилити формування ПРН12 в частині змістового наповнення ОК3 «Моделювання і прогнозування маркетингу». Цілі та ПРН ОП обговорювалися з представниками академічної спільноти НУ «Одеська політехніка», ТНТУ ім. І. Пулюя, НТУ «Харківський політехнічний інститут», ЛНУ імені Івана Франка, ВНЗ «Полтавський університет економіки і торгівлі» в ході науково-практичних конференцій, круглих столів, конкурсів наукових робіт студентів, рецензування навчально-методичної літератури.

- інші стейкхолдери

У ПРН ОП знайшли відображення пропозиції від учасників методичних семінарів, конференцій, круглих столів та інших науково-практичних заходів, серед яких – представники органів місцевого самоврядування та органів державної влади, ВНЗ «Полтавський університет економіки і торгівлі», Національного університету «Одеська політехніка», онлайн платформа CASES, ТОВ «БІХАЙВЕОР», практики-маркетологи у статусі ФОП. Пропозиції стосувалися навчання та становлення маркетологів нової генерації в сфері Інтернет маркетингу, гнучких та адаптивних, готових до змін та ризику, ініціативних, здатних розробляти і впроваджувати новітні цифрові технології маркетингу. Дані пропозиції враховані у формуванні ПРН16, ПРН17.

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

Становлення сучасного суспільства, яке повинно відповідати умовам кібербезпеки, загострення кризових явищ, працювати в середовищі нестабільності політичних систем, диспропорції світової системи безпеки, що в умовах

глобалізації формують нові виклики маркетингу, спонукають до вироблення його нових моделей і технологій використання інструментів, покликаних надати відповідь на запити сьогодення. Відповідно до цього сформульовано цілі та ПРН ОПП, що відображають специфіку спеціальності 075 Маркетинг (ПРН1-ПРН17).

Крім того, цілі та ПРН концептуально зорієнтовані на реалізацію ідеї сучасної підготовки маркетологів у різних сферах (економіка, аграрна сфера, освіта, медицина, кібербезпека тощо), задля того, щоб спеціалісти зуміли адаптуватися і застосовували нові досягнення сучасної теорії та практики маркетингу, представлені у різноманітних джерелах і носіях інформації (ПРН1-ПРН5, ПРН15), здійснювати діагностику, стратегічне та оперативне управління маркетингом, керувати маркетинговою діяльністю організацій, підрозділів, груп та мереж (ПРН7, ПРН10, ПРН12, ПРН13, ПРН16).

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

Цілі та ПРН відображають особливості галузевого контексту як для спеціальності 075 Маркетинг, загалом (ПРН1-ПРН15), так і ОПП в частині унікальності (ПРН16-ПРН17). Загалом усі ПРН спрямовані на досягнення високого рівня загальних та фахових компетентностей, зокрема, здатність генерувати нові ідеї, здатність до адаптації та дії в новій ситуації, здатність розробляти проекти та управляти ними, здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування, здатність аналізувати та оцінювати результативність і ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в Інтернет середовищі. У Стратегії розвитку Тернопільської області на 2021-2027 рр. (<https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/02/strategiya-rozvytku-ternopilskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf>) передбачено перетворити Тернопільщину на конкурентоспроможний регіон сталого розвитку, де гармонійно поєднуюватимуться інноваційна високотехнологічна промисловість, екологічне сільське господарство, туризм та досягнення високих стандартів життя людей. Саме на ці аспекти зорієнтований зміст усіх ОК, що забезпечують досягнення ПРН, а особливо ПРН10-ПРН17. У проекті Уряду «Цифрова держава» (<https://plan2.dia.gov.ua/>) передбачено, що велика кількість внутрішніх процесів управління держави здійснюється за допомогою цифрових технологій. Унікальні ПРН16 та ПРН17 сприяють реалізації цього урядового проекту щодо цифрової трансформації держави.

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

У ході формулювання цілей та ПРН ОПП було враховано досвід реалізації аналогічних вітчизняних та іноземних програм, у тому числі їх структуру, зміст та освітні компоненти. Із числа українських ЗВО проаналізовано та враховано зміст ОПП, зокрема: НУ «Львівська політехніка» ОПП «Маркетинг» (<https://bit.ly/3RzVH9Z>), Національний університет «Одеська політехніка» ОПП «Маркетинг» (<https://bit.ly/3CtvbGh>), УКУ, ОП бізнес школи «Менеджмент маркетингової діяльності» (<https://bit.ly/3RApMIQ>), Вищий навчальний заклад «Полтавський університет економіки і торгівлі» ОПП «Маркетинг» (<https://bit.ly/3M5ncJO>), ХНУ, ОПП «Маркетинг» (<https://bit.ly/3C4KhaV>) та ін. Було виявлено спільні та відмінні риси освітніх компонент, зокрема у частині спільних тем з ОК1, ОК4, ОК5.

Робоча група ознайомила з переліком дисциплін іноземних програм магістрів, зокрема програми Master of Science in Analytics в University of Glasgow, Великобританія (ОК7) (<https://bit.ly/3M4JdZb>), Czech Technical University in Prague (ОК1, ОК6) (<https://bit.ly/3ltFWHf>), Universität Zürich (ОК4) (<https://is.gd/xOPUJU>), Wroclaw University of Economics (ОК4, ОК5) (<https://bit.ly/3o7E92h>), сприяло імплементації зарубіжного досвіду підготовки фахівців з маркетингу, що враховано в їх змістовному наповненні наведених ОК. В результаті порівняння освітніх програм, зроблено висновок, що конкурентоздатність ОП забезпечується її спрямованістю на напрям освітньої траєкторії, пов'язаний із вивченням технологій Інтернет маркетингу і сучасних моделей маркетингу.

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

ПРН ОПП «Маркетинг» відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій: магістр – 7 рівню Національної рамки кваліфікацій та другому циклу вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти (спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань) (<https://bit.ly/3CbftFL>). Також ОК ОПП та їх логічна послідовність дозволяють досягти ПРН, визначених стандартом другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (<https://bit.ly/3Eh1iou>), та врахування особливостей даної ОПП, що підтверджує матриця забезпечення ПРН відповідними компонентами ОПП.

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

Для відповідної спеціальності наявний Стандарт вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг, затверджений і введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960 (<https://bit.ly/3M3irAC>).

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

90

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

67

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

23

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

ОК ОПП (https://www.wunu.edu.ua/opp/feu/marketynh/marketynh_mahistr/075_MARKETING_mag.pdf) дібрані таким чином, щоб досягти максимального охоплення предметної області та сфери діяльності здобувачів другого (магістерського) рівня спеціальності 075 Маркетинг. Включені до ОПП ОК складають логічну взаємопов'язану систему та загалом дають змогу досягти визначених цілей і ПРН, що характеризують предметну область спеціальності 075 Маркетинг.

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/або здійснення інновацій та 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.

Інструментарій та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти, спеціалізоване нейрообладнання, обладнання для створення відео- і фотоконтенту та інше обладнання, необхідне для здійснення маркетингових досліджень з метою прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

Зміст ОПП передбачає активне використання сучасних інформаційних технологій і систем в навчанні, передусім: інформаційно-аналітичних інструментів, системи підтримки прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу, спеціального програмного забезпечення, електронних інформаційних систем, нейрообладнання.

Моніторинг змістовного наповнення ОПП здійснюється відповідно до п.4. Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти в ЗУНУ (<https://bit.ly/3RBaFPi>). Загалом, мета та зміст ОПП відповідають предметній області спеціальності 075 Маркетинг і забезпечують готовність здобувачів до виконання завдань професійної діяльності.

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

Структура ОПП передбачає можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача, що відображається у його індивідуальному навчальному плані і здійснюється відповідно до Положення про формування вибіркової частини навчальних планів в ЗУНУ (<https://bit.ly/3SSMr4j>).

Каталог вибірових навчальних дисциплін

(https://www.wunu.edu.ua/opp/feu/marketynh/marketynh_mahistr/Katalog_marketung.pdf) формується за поданням кафедр, факультетів (інститутів) для кожної ОПП.

Індивідуальний навчальний план для здобувачів ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти формується на початку навчального року. При формуванні заявок на викладання вибірових дисциплін дотримується принцип їх забезпечення не тільки випусковою кафедрою, але й каталогами інших ОПП, у тому числі різних рівнів вищої освіти.

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

Здобувачі вищої освіти можуть реалізувати своє право на вибір навчальних дисциплін (за цією ОПП загальною кількістю 23 кредити, що відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту» та Положення про вибірову частину навчальних планів ЗУНУ (https://www.wunu.edu.ua/pdf/pablic_inf/pologenyu-pro-formuvanna-vubirkovoi-chastunu2.pdf)). При цьому згідно п.3.1 Положення про формування вибіркової частини навчальних планів вибірові дисципліни вибираються студентами 1 курсу ступеня вищої освіти «магістр» упродовж першого місяця поточного навчального року. Задля цього здобувач вищої освіти заходить на сайт ЗУНУ у розділ «Студентське життя» та переходить за посиланням «Вільний вибір дисциплін навчального плану», здійснюючи вхід за допомогою логіна та пароля, отриманих перед першою реєстрацією в електронному кабінеті. У своєму електронному кабінеті він

ознайомлюється із переліком обов'язкових дисциплін навчального плану та обирає дисципліни з блоку вільного вибору. Здійснивши вибір усіх дисциплін, здобувач вищої освіти підтверджує його. Вибіркові дисципліни вносяться до робочих навчальних планів спеціальностей (освітніх програм) і визначають навчальне навантаження кафедр і конкретного викладача, яке розраховується відповідно до навчальних планів і освітніх програм для здобувачів вищої освіти. На сайті ЗУНУ розміщено перелік вибірових дисциплін для цієї ОПП (https://www.wunu.edu.ua/opp/feu/marketynh/marketynh_mahistr/Katalog_marketung.pdf) та підготовлено силабуси з метою детального ознайомлення зі змістом вибірових ОК (<https://www.wunu.edu.ua/master-feu-op/>). У 2022 році, орієнтуючись на інтереси здобувачів ОПП, було розширено перелік вибірових дисциплін до 25 позицій.

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 здійснюється шляхом проходження ними переддипломної практики, що регулюється Положенням про проведення практики здобувачів ЗУНУ (<https://bit.ly/3Ctnbwa>). Відповідно до навчального плану ОПП переддипломна практика охоплює 15 кредитів та є обов'язковою компонентою практичної підготовки, що дає змогу сформувати у здобувачів ОПП компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності. Для здобувачів ОПП підготовлено силабус для проходження переддипломної практики. З базами переддипломної практики укладені відповідні договори.

За підсумками переддипломної практики здобувачі готують звіти, які проходять процедуру захисту.

Результативність переддипломної практики підвищує використання в освітньому процесі ґрунтовної теоретичної і практичної підготовки, що дає змогу закріпити отримані компетентності й здобути практичний професійний досвід. Окрім того, практична зорієнтованість підготовки майбутніх маркетологів реалізується через тренінги, ділові ігри, виконання ситуативних завдань, гостьові лекції практиків у сфері маркетингу, в тому числі і Інтернет маркетингу. Такий підхід дає можливість отримати практичний досвід майбутньої професії та оцінити можливості своєї професійної діяльності.

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

ОПП забезпечує набуття здобувачами відповідних соціальних навичок на усіх етапах навчання. Так, ОК1-ОК2, що формують загальні компетентності (ЗК1-ЗК6), спрямовані також на розвиток комунікативних та лідерських якостей майбутнього фахівця, критичного мислення, можливість спілкуватися фаховою іноземною мовою, вміння безконфліктно та продуктивно працювати в команді, здатність творчо й раціонально реалізовувати комплексні завдання у професійній діяльності, дозволяють отримати програмні результати, зокрема ПРН2, ПРН5, ПРН8, ПРН14, ПРН15.

Виокремлені соціальні навички формуються за рахунок опанування усіх ОК (ОК1- ОК10) поряд із сформованістю загальних і професійних компетентностей і досягненням ПРН (ПРН1-ПРН17), крім того при вивченні вибірових дисциплін.

Також соціальні навички здобувачів формуються у процесі їхньої участі у позаосвітній (позааудиторній) та науковій діяльності, зокрема через презентації навчальних і дослідницьких проєктів, виконання індивідуальних і групових завдань, написання есе, тез, статей, участь у дискусіях, підготовка КПЗів, доповідей і виступів на міжнародних та всеукраїнських конференціях, наукових семінарах, круглих столах при аудіо та відео фіксаціях, зокрема і в режимі on-line.

Яким чином зміст ОП ураховує вимоги відповідного професійного стандарту?

Професійний стандарт відсутній.

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

Відповідно до навчального плану ОПП загальний обсяг становить 2700 год. / 90 кредитів. У структурі аудиторних годин (600 год.) 57,5% припадає на лекції (345 год.), на практичні заняття – 32,5% (195 год.), консультації та індивідуальна робота становить 10% (60 год.).

Переддипломна практика охоплює 450 год. (15 кредитів), тобто 16,6% від загальної кількості кредитів на ОПП. Така структура відображає практичне спрямування ОПП та індивідуалізацію освітньої траєкторії. Для з'ясування навантаженості здобувачів застосовуються заходи: систематичне опитування студентів у формі бесіди протягом навчання та при спілкуванні з кураторами тощо; проводиться обговорення проблем студентського самоврядування на засіданнях вченої ради факультету; моніторинг з боку кураторів, викладачів із подальшим обговоренням на засіданнях кафедри. Основні проблеми, які були виявлені: відсутність у здобувачів досвіду з організацій та раціонального розподілу часу самостійної роботи; недостатнє використання внутрішніх ресурсів університету для самонавчання, труднощі, пов'язані з вимушеною формою дистанційної освіти (<https://bit.ly/3yhCBkV>). Для вирішення цих проблем вживаються такі заходи: у межах вивчення навчальних дисциплін організовуються бесіди-тренінги з тайм-менеджменту, використання корпоративних ІТ-ресурсів і платформ для дистанційного навчання.

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

За дуальною формою у класичному розумінні навчання підготовка здобувачів вищої освіти за цією ОПП не здійснюється.

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://cdn.wunu.edu.ua/smart-wunu-education/media/admission/rule/admission-rule.530e4f66-cf05-4291-817f-51fd75842804.pdf>

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

Прийом вступників на другий (магістерський) рівень вищої освіти проводиться на конкурсній основі. Конкурсний відбір здійснюється за результатами вступних випробувань у формі магістерського тесту навчальної компетентності складеного у 2022 році, фахового іспиту, індивідуальної усної співбесіди або розгляду мотиваційних листів фахового вступного випробування, складеного в рік вступу.

Конкурсний бал розраховується наступним чином:

Конкурсний бал (КБ) = $0,5 \times П1 + 0,5 \times П2$,

де П1 – оцінка магістерського тесту навчальної компетентності (або індивідуальної усної співбесіди з іноземної мови у передбачених Порядком та Правилами випадках) (за шкалою від 100 до 200 балів), П2 – оцінка фахового іспиту (за шкалою від 100 до 200 балів).

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

У ЗУНУ питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в ЗУНУ (<https://bit.ly/3SPFCAk>), зокрема пунктом 10. «Трансфер кредитів». Крім того, визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, здійснюється згідно із Положенням про порядок перезарахування результатів навчання в ЗУНУ (<https://bit.ly/3M5gmRW>), затвердженого рішенням вченої ради ЗУНУ (протокол № 2 від 30.09.2020 р.). Згідно цих документів перезарахування результатів навчання відбувається так: перезарахування кредитів, які були встановлені під час навчання на інших освітніх програмах, здійснюється за рішенням ректора на підставі документів про раніше здобуту освіту (додаток до диплома, академічна довідка, свідоцтво про підвищення кваліфікації), витягу із навчальної картки, у разі одночасного навчання за декількома програмами або академічної довідки ЄКТС; про всі випадки трансферу кредитів у разі визнання результатів неофіційного та неформального навчання в обсязі понад 30 кредитів ЗУНУ інформує Міністерство освіти і науки України; переведення оцінок з однієї шкали в іншу фіксується в окремій відомості, один примірник якої знаходиться в особовій справі здобувача, другий у деканаті.

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

Застосування практики визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, для здобувачів вищої освіти ОПП «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг не було.

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в ЗУНУ, зокрема пунктом 10. «Трансфер кредитів». Крім того, процедура визнання результатів навчання отриманих в неформальній освіті в ЗВО, регулюється Положенням про неформальну та інформальну освіту учасників освітнього процесу в ЗУНУ (<https://bit.ly/3fLmvti>), затвердженого вченою радою ЗУНУ (протокол №2 від 30.09.2020 р.) та ректором ЗВО. Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, здійснюється за такими критеріями: 1) часовий інтервал вивчення дисципліни/кількість кредитів ЄКТС; 2) приналежність освітніх компонентів до обов'язкових чи вибіркового дисциплін; 3) змістове наповнення освітніх компонентів; 4) відповідність компетентностей, сформованих у ході формальної/інформальної освіти компетентностям ОПП; 5) відповідність результатів за формальною/інформальною освітою програмними результатами навчання. Про всі випадки трансферу кредитів у випадку визнання результатів неофіційного та неформального навчання в обсязі понад 30 кредитів ЗУНУ інформує Міністерство освіти і науки України.

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

Застосування практики визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, для здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг не було.

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Форми та методи навчання і викладання на ОПП сприяють досягненню результатів навчання через їх інноваційність, креативність, оптимальне поєднання та доцільність застосування, основні з них зазначені в Положенні про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/3SwUEvc>). Зокрема, такі форми і методи навчання: традиційні форми – лекції, семінарські і практичні заняття, консультації; інноваційні та креативні форми і методи – робота в групах, тренінги, ділові ігри, ситуативне моделювання, експерименти, кейс-методи, ворк-шопи, брейн-штормінг та інші. Застосовуються методи наукового пізнання, аналітичної обробки інформації, інноваційні та інформаційні методи, методи аналізу і синтезу, інформаційно-комунікаційні технології (ПРН1-ПРН17), управлінські методи та технології і методики проблемного, активного навчання, самонавчання, творчий та міждисциплінарний підходи, компетентнісно-орієнтоване навчання, практико - орієнтоване навчання, екзамени, практика, презентації, проекти, творчі завдання (ПРН1-ПРН17). Основні види занять: лекції, практичні, інтерактивні форми навчання, самостійна та індивідуальна робота, консультації (ПРН1-ПРН17). Впровадження таких форм і методів навчання та викладання забезпечує формування критичного мислення, поповнення й оновлення загальних та фахових компетентностей (ЗК1-ЗК7, СК1-СК11).

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?

Відповідно до змісту освітніх компонент викладачі обирають форми і методи навчання, які орієнтовані на найкращі практики викладання, максимальну сформованість компетентностей і досягненні ПРН. Студентоцентрованість проявляється в науковій і в навчальній компонентах - від вибору тем міждисциплінарних курсових та кваліфікаційних робіт, наукового керівника до вибору дисциплін індивідуальної траєкторії. Це досягається шляхом створення можливостей для широкого доступу та ознайомлення з основним документами – ОПП, навчальними планами, силабусами; впровадженням кращих практик викладання; алгоритмізацією навчання, самонавчання; вибором теми та написання кваліфікаційної роботи з позицій прикладної зацікавленості, участю у науково-дослідних темах, проектах. Реалізація студентоцентрованого підходу передбачає попереднє оприлюднення критеріїв та методів оцінювання знань, що забезпечує неупередженість та об'єктивність в оцінюванні здобувачів. Здобувачам надається право навчання за індивідуальним графіком. Активно впроваджуються технології мобільності шляхом стажування в українських та зарубіжних ЗВО-партнерах. Рівень задоволеності здобувачів вищої освіти методами навчання і викладання регулярно визначається шляхом опитувань (<https://www.wunu.edu.ua/ensuring-the-quality-of-education/>). Анонімне анкетування проводиться після вивчення конкретних навчальних дисциплін або вибірково під час навчального семестру з інших питань.

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

Стосовно вибору методів навчання на ОПП викладачі мають повну академічну свободу. Робоча програма навчальної дисципліни сприяє вибору методів навчання. При обранні методів навчання для досягнення ПРН (ПРН1-ПРН17) науково-педагогічні працівники керуються низкою чинників, зокрема складністю проблеми, мотивацією здобувачів вищої освіти, часом, інструментами та обладнанням, програмним забезпеченням тощо. Обрані викладачами методи навчання зазначаються в методичному забезпеченні кожної освітньої компоненти ОПП. Адміністрація ЗУНУ підтримує ініціативу науково-педагогічних працівників щодо запровадження педагогічних експериментів, розробки авторських методів навчання тощо. Академічна свобода здобувачів вищої освіти досягається шляхом надання їм права вільно обирати форму і методи навчання, теми міждисциплінарних курсових та кваліфікаційних робіт, навчання одночасно за кількома освітніми програмами в університеті, участі у формуванні індивідуального навчального плану тощо.

Зворотній зв'язок зі здобувачами освіти, який здійснюється систематично, дає змогу викладачам корегувати власну стратегію викладання та обирати оптимальні форми, технології, процедури, методи та прийоми навчання.

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

Усі учасники освітнього процесу мають змогу отримувати інформацію про цілі, зміст, очікувані ПРН, порядок і критерії оцінювання у межах окремих освітніх компонент. Інформування викладачів відбувається таким чином: зміст освітніх компонент ОПП обговорюється на засіданнях кафедри, ухвалюється групою забезпечення спеціальності, затверджується першим проректором, оприлюднюється на сайті ЗВО. Інформування здобувачів реалізується у такий спосіб: освітні компоненти ОПП наявні у вільному доступі на сайті ЗВО; до початку навчального року затверджуються робочі програми навчальних дисциплін, які представлено на сайті ЗВО та знаходяться у вільному доступі на відповідних кафедрах та бібліотеці ЗУНУ. Порядок і критерії оцінювання визначаються п. 8 Положення про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/3Crx7R>) та конкретизуються в робочих програмах навчальних дисциплін та/або силабусах (<https://www.wunu.edu.ua/master-feu-op/>). Викладачі на першому занятті зосереджують увагу здобувачів ОПП на цілях, змісті, очікуваних результатах навчання, а також

знайомлять їх з порядком і критеріями оцінювання у межах конкретної освітньої компоненти.

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

В рамках даної спеціальності виконувалася науково-дослідна робота: «Формування механізму сталого розвитку міського транспорту на засадах концепції «розумного» міста та муніципальної екологістики» (№ ДР 0117U003871). Також за госпдоговорами кафедрою укладено і виконано такі роботи: «Маркетингове дослідження якості послуг міського громадського транспорту Тернополя» (договір М-60-2018); «Факторний аналіз маркетингової інноваційної діяльності надавачів послуг міського громадського транспорту» (М-60-2019); «Пріоритети розвитку маркетингу та інновацій надавачів послуг таксі на ринку Тернопільської області» (М-21-2021). ОПП розроблено з урахуванням тематики наукових досліджень ЗУНУ у галузі управління та адміністрування. Відповідно, поєднання навчання та наукових досліджень під час реалізації ОПП досягається залученням здобувачів до виконання науково-дослідних робіт, збору та обробки інформаційно-аналітичної бази для проведення наукових досліджень.

В контексті виконання НДР плідною є співпраця кафедри з підприємствами, установами, організаціями, органами державної влади та органами місцевого самоврядування, результати якої систематично обговорюються на міжнародних форумах, науково-практичних семінарах, інших комунікативних заходах, де кафедра бере участь (<https://bit.ly/3SS4EPx>).

Важливою у науковій складовій підготовки фахівців за ОПП є започаткована кафедрою практика організації та проведення щорічної всеукраїнських науково-практичної конференції з міжнародною участю

«Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту: актуальні проблеми та досвід їх вирішення» (<https://bit.ly/3uey8iO>) (<http://marketing.wunu.edu.ua/nauka.html>)

Результативною на кафедрі є студентська наукова робота, що здійснюється в рамках функціонування студентських проблемних груп. Наукова робота студентів та навчання вдало поєднуються при проведенні науково-практичних заходів. Здобувачі ОПП беруть участь в роботі організованих кафедрою в 2021-2022рр. круглих столів за науковою проблематикою кафедри «Використання штучного інтелекту в маркетингу», під час яких студенти та науковці з університетів-партнерів обговорюють актуальні питання, що стосуються системного розуміння використання інструментів штучного інтелекту в освітній програмі «Маркетинг»

(<https://bit.ly/3Ruc1W>). Кафедра була організатором Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг» (з галузей знань і спеціальностей) у 2018-2020 рр. Протягом 2021-2022 років кафедра є у складі журі. Здобувачі, що навчаються за даною ОПП, є активними учасниками та призерами цього конкурсу, зокрема магістр ОП «Маркетинг» Леонова Ірина. Також, випускниця програми Юлія Щербина зайняла третє місце у Всеукраїнському конкурсі студентських дипломних робіт з маркетингу (<https://bit.ly/3V2cIIE>)

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

Постійне оновлення змісту ОК викладачами є одним із системних завдань надання кафедрою якісних освітніх послуг. Інноваційність змісту навчальних дисциплін, форм і методів навчання та викладання має в своїй основі імплементацію в складові освітніх компонент сучасних наукових досліджень та кращих практик маркетингу. Це досягається, перед усім, постійним підвищенням кваліфікації викладачів, відповідно до затвердженого «Плану підвищення кваліфікації професорсько-викладацького складу ЗУНУ» відповідно до укладених угод.

Зміст ОК залежить від академічної та професійної відповідності викладача, який забезпечує її викладання.

Моніторинг реалізації ПРН, передбачених ОПП, покладається на випускову кафедру, групу забезпечення спеціальності та гаранта ОПП. Перегляд освітніх компонент здійснюється на підставі нормативно-правових документів у сфері вищої освіти, та Положення про порядок перегляду (оновлення) освітніх програм ЗУНУ(<https://bit.ly/3V2X6LK>), аналізу зворотного зв'язку тощо.

Зміст освітніх компонент постійно оновлюється за ініціативою викладачів на основі отриманих результатів наукової діяльності, підготовки монографій, видання навчальних посібників, результатів проходження стажувань. Це дало можливість не тільки змінити складові ОК1, ОК2, ОК5 (у робочі програми та силабуси), але й ввести до ОПП нові, що їх відображають (ОК3, ОК7). Також цьому сприяло і те, що Борисова Т.М., Хрупович С.Є., Процишин Ю.Т. пройшли сертифікований практичний курс «Жінки в ІТ». Борисова Т.М. підвищувала кваліфікацію під час навчання за курсами «Web marketing» в ІТ-академії «Logos» (Львів); «SEO-specialist» в ІТ-компанії «Wise solutions» (Тернопіль); «Digital Marketing» в Digital Marketing Institute (Ірландія, філія у м.Київ); «Журналістика» в «Свободная образовательная платформа», (м.Київ); «Маркетинг» в «Свободная образовательная платформа», (м.Київ). Іванечко Н.Р. пройшла сертифікований курс «Контексно-медійна реклама» в ІТ-компанії «Wise solutions».

Викладачі, що забезпечують ОП, систематично беруть участь у тренінгах, семінарах, навчальних та міжнародних програмах. Зокрема, викладач програми Іванечко Н.Р. пройшла міжнародне очне стажування на базі Краківського економічного університету (http://marketing.wunu.edu.ua/pro-kafedru/mizhnarodna_dialnist.html); Процишин Ю.Т. Борисяк О.В. (викладач практичних ОК1 у 2020-2021 н.р., а нині докторант кафедри) стажувалася за міжнародною програмою «Education, science, business in high quality training of economic specialists» Suceava, Romania (<https://bit.ly/3RwGNnj>), (<https://bit.ly/3CrEgWf>); доц.Хрупович С.Є. є сертифікованим ментором курсу ««Introduction to Business» від Естонської бізнес школи.

<https://bit.ly/3yeHRWb>.

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

Значна увага на випусковій кафедрі приділяється інтернаціоналізації освітньо-наукової діяльності. Для викладачів та здобувачів ОПП щорічно проводяться міжнародний тиждень ЗУНУ (<https://bit.ly/3yeIa3m>). Здобувачка програми Парашук Анастасія проходить семестрове навчання в Nord University (Норвегія), Наказ№ 1229-ст від 24 грудня 2021 року, №482-ст від 11 серпня 2022 року; завершила навчання за програмою обміну у Вірменії завдяки

можливостям, які надає ЗВО від Erasmus+ (<https://bit.ly/3ecBVpI>).

Викладач програми Борисяк О.В. закінчила міжнародну навчальну програму з підготовки фасилітаторів від Британської ради; міжнародну навчальну програму «Sustainability Crash Course» (Нідерланди); міжнародну навчальну програму «Інструменти фасилітації для проведення ефективних навчальних практик в он лайн форматі» від Центральної Європейської Академії Навчань і Сертифікації (<https://bit.ly/3yhTKuC>).

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?

Контроль результатів навчання здобувачів вищої освіти є складовою освітнього процесу, який проводять задля встановлення відповідності набутих компетентностей ОПП. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів освіти є чіткими, зрозумілими, надають можливість встановити досягнення здобувачем результатів навчання та своєчасно доводяться до студентів. Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в ЗУНУ (п. 8) (<https://bit.ly/3fA5KAV>) формами контрольних заходів є поточний, модульний та підсумковий контроль, який проводиться з метою комплексного оцінювання якості освітньої діяльності здобувачів вищої освіти під час опанування ними компонентів ОПП та досягнення ПРН. Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять, його метою є перевірка рівня засвоєння студентом навчального матеріалу. Модульний контроль передбачає проміжне оцінювання якості засвоєння студентом теоретичного і практичного матеріалу певного змістового модуля дисципліни. Метою підсумкового контролю є оцінювання результатів навчання на певному ступені вищої освіти або на окремих його завершальних етапах. Форми поточного та семестрового контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни та критерії їхнього оцінювання визначає робоча програма навчальної дисципліни, що складена на підставі робочого навчального плану, а також силабус (<https://bit.ly/3SF3UO6>). Вищезазначені форми контрольних заходів у межах навчальних дисциплін ОПП дають змогу перевірити досягнення програмних результатів навчання. Оцінювання знань здійснюється паралельно за 4-бальною національною шкалою (позитивні оцінки – «відмінно», «добре», «задовільно», негативні оцінки – «незадовільно») і за 100-бальною накопичувальною шкалою ЄКТС. Для кожного здобувача вищої освіти інформація про його успішність доступна у локальній мережі факультету при отриманні в деканаті відповідного логіна і пароля та створення особистого кабінету. Результати оцінювання результатів навчання є основою для прийняття рішень щодо переведення здобувачів на наступні курси, присвоєння певних кваліфікацій, формування розподілів оцінок і рейтингів, а також використовуються для цілей моніторингу освітніх програм.

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

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти регулюються п. 8 Положення про організацію освітнього процесу в ЗУНУ (<https://bit.ly/3CosgdK>). Забезпечення чіткості та зрозумілості форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти відбувається унаслідок проведення таких заходів: ґрунтовний підхід кафедри до їх планування і формулювання; постійною роз'яснювальною роботою зі студентами; проведення тренінгів; практикування апеляцій, перекладань тощо. Крім того, на першому занятті викладач обов'язково знайомить здобувачів вищої освіти із контрольними заходами по дисципліні.

ОПП передбачає такі контрольні заходи, як: поточний, проміжний та підсумковий контроль. Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти детально описано у робочих програмах навчальних дисциплін та силабусах, які оприлюднені на офіційному сайті ЗВО (<https://www.wunu.edu.ua/master-feu-op/>). У робочих програмах наводиться кількість балів, які здобувачі можуть отримати за виконання певного виду роботи та чіткі критерії оцінювання. У ЗВО запроваджена практика проведення передсесійного опитування здобувачів вищої освіти задля з'ясування задоволеності рівнем об'єктивності оцінювання та попередження негативних явищ (<https://bit.ly/3rrYRV4>).

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

Попереднє ознайомлення здобувача з інформацією про форми контрольних заходів та критерії оцінювання за кожним освітнім компонентом відбувається до початку вивчення навчальних дисциплін через робочі навчальні програми та силабуси, які оприлюднені на офіційному сайті університету (<https://www.wunu.edu.ua/master-feu-op/>). Терміни контрольних заходів регламентовані графіком освітнього процесу та розкладом на поточний семестр, що затверджуються ректором ЗУНУ і розміщуються на офіційному сайті ЗВО до початку семестру (<https://www.wunu.edu.ua/timetable/>). Основна інформація для навчання та оцінювання знань здобувачів знаходиться на платформі Moodle (Modular Object Oriented Distance Learning Environment). Здобувач має змогу самостійно ознайомитися з навчальним матеріалом, який може бути поданий у різноманітних формах. Викладачам надана можливість створювати електронні курси та проводити навчання, надсилати повідомлення здобувачам, перевіряти завдання, вести електронні журнали обліку оцінок, налаштовувати різноманітні ресурси курсу. Семестровий контроль проводиться у формі екзамену або заліку з конкретної навчальної дисципліни. Ця процедура доступна здобувачам через інформацію в електронних навчально-методичних комплексах вивчення дисциплін, в їхніх особистих електронних кабінетах, де відображаються результати модульних контрольних робіт, екзаменів.

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

Форми атестації здобувачів вищої освіти за цією ОПП визначаються за Стандартом вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг, затверджений і введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960 (<https://bit.ly/3SF4tYe>), Положенням про організацію освітнього процесу в Західноукраїнському національному університеті (<https://bit.ly/3SDkI87>); Положенням про атестацію здобувачів вищої освіти та роботу екзаменаційної комісії у ЗУНУ (<https://bit.ly/3C5oiO5>). Основною формою підсумкової атестації здобувачів вищої освіти ОПП є захист кваліфікаційної роботи, яка виконується відповідно до загальних рекомендацій з підготовки, оформлення, захисту й оцінювання кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня, перевіряється на плагіат за допомогою спеціалізованого сервісу UNICHECK, переданого університету на основі підписаного меморандуму про співпрацю. Перед виконанням кваліфікаційних робіт здобувачі вищої освіти підписують декларацію про академічну доброчесність.

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

Процедура проведення контрольних заходів регламентується Положенням про організацію освітнього процесу. Цей документ оприлюднений на офіційному сайті Західноукраїнського національного університету: (<https://bit.ly/3e2RqR6>). Крім того, процедура проведення контрольних заходів по кожній ОК прописана в робочій програмі. Робочі програми розробляються викладачами кафедри, обговорюються та погоджуються на засіданні кафедри та затверджуються в установленому порядку. На початку кожного семестру викладачі ознайомлюють здобувачів освіти з процедурою проведення контрольних заходів. Робочі програми дисциплін та силабуси оприлюднені на офіційному сайті ЗВО (<https://www.wunu.edu.ua/master-feu-op/>). Крім того, в особистому кабінеті студента є інформація щодо дисциплін, які вивчаються протягом семестру з датами та формами проведення контрольних заходів.

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

Здобувачі вищої освіти можуть звернутися із письмовою заявою на ім'я декана факультету у разі виникнення питань щодо об'єктивності екзаменаторів та конфлікту інтересів. Здобувач, який не погоджується з оцінкою, має право звернутися до екзаменатора і отримати обґрунтоване пояснення. У випадку незгоди здобувача з рішенням, він може звернутися з письмовою апеляцією до завідувача кафедри. У результаті розгляду апеляції оцінка здобувача не може бути зменшена, а тільки залишена без змін або збільшена. Захисти міждисциплінарної курсової роботи та звіту з переддипломної практики проходять перед комісією з 2-3 осіб. Стосовно підсумкової атестації об'єктивність екзаменаторів забезпечується тим, що голова атестаційної комісії призначається наказом ректора, є фахівцем у відповідній галузі знань і не має трудових відносин з Університетом. Порядок оскарження результатів підсумкового контролю здобувачів університету розміщено на офіційному сайті ЗВО.

В університеті існує Положення про порядок врегулювання конфлікту інтересів у ЗУНУ та Положення про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій в ЗУНУ (<https://www.wunu.edu.ua/news/academic-integrity/>). В їх основу закладено Закон України «Про запобігання корупції», який визначає процедури і способи запобігання та врегулювання конфлікту інтересів та конфліктних ситуацій. Випадків оскарження результатів контрольних заходів та проміжної атестації здобувачів за цією ОПП, а також конфлікту інтересів не було.

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

Перескладання негативних результатів модульного контролю (чи неявок без поважних причин) дозволяється до настання дати проведення наступного модуля. У документах обліку успішності здобувачів цю оцінку замінюють на оцінку «задовільно», 60–64 балів, «Е» за шкалою ЄКТС, 65–70 балів, «D» за шкалою ЄКТС.

Здобувачам, які отримали з дисципліни семестрову оцінку «незадовільно» (від 35 до 59 балів «FX» (незадовільно з можливістю повторного складання)), або не з'явилися на екзамен, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість максимум за два перескладання (викладачу та комісії) після завершення сесії за заявою, поданою у деканат, та відповідно до графіку ліквідації академічної заборгованості.

Здобувачі, які отримали з дисципліни семестрову оцінку «незадовільно» від 1 до 34 балів «F» (незадовільно з обов'язковим повторним курсом) зобов'язані написати заяву про повторне вивчення дисципліни на умовах діючих Положень з отриманням не менше ніж з п'яти тем (десяти годин) додаткових консультацій у позаурочний час. Повторний підсумковий семестровий контроль (перескладання) у формі екзамену проводиться в такій самій формі, як і первинний. Результати ліквідації академічної заборгованості та семестрова оцінка з дисципліни заносяться у відомість обліку успішності та електронну систему.

Анкетування здобувачів підтверджує їх повну обізнаність стосовно дій у випадках оскарження об'єктивності екзаменаторів, конфлікту інтересів.

Під час існування даної ОПП випадків оскарження об'єктивності екзаменаторів, конфлікту інтересів не було виявлено.

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

ЗВО регулює процес оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів, що здійснюється відповідно до пп. 8-9 Положення про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/3rvMwPM>) та іншими локальними документами ЗВО наступним чином. У день екзамену подається апеляція на ім'я декана факультету, за фактом якої створюється комісія для розгляду апеляції. У випадку незгоди з оцінкою у результаті публічного захисту кваліфікаційної роботи здобувач вищої освіти має право подати апеляцію на ім'я ректора. У випадку надходження апеляції розпорядженням ректора створюється комісія у складі представника адміністрації, профільної кафедри, навчального відділу для її розгляду. Апеляція розглядається протягом трьох робочих днів після її подачі. Здобувачі вищої освіти, які не захистили кваліфікаційну роботу у зв'язку з неявкою без поважних причин або отриманням незадовільної оцінки, мають право за окремим договором про надання освітніх послуг на повторну (з наступного навчального року) підсумкову атестацію протягом трьох років після відрахування з закладу вищої освіти. У разі встановлення академічного плагіату повторного захисту роботи на ту саму тему не допускається. Застосування процедури оскарження результатів контрольних заходів на цій ОПП не було.

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

Політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності у ЗВО визначено у Положенні про організацію освітнього процесу (<https://bit.ly/3CtNHwf>), Положенні про систему внутрішнього забезпечення якості освіти (<https://bit.ly/3SACclt>), Концепції протидії плагіату, Етичному кодексі, Положенні про комісію з доброчесності та наукової етики, Положенні про групу сприяння академічній доброчесності, Кодексі академічної доброчесності (<https://www.wunu.edu.ua/news/academic-integrity/>). Повноваженнями щодо впровадження політики академічної доброчесності та дотримання її процедури наділені Комісія із забезпечення якості освіти, відділ моніторингу якості освіти та методичної роботи, група забезпечення спеціальності, адміністрація ЗВО. Особливо діє система особистого зобов'язання дотримання норм академічної доброчесності здобувачем вищої освіти та науково-педагогічним працівником.

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

В якості інструментів щодо запобігання проявам академічної недоброчесності використовуються: недвозначне інформування здобувачів вищої освіти про неприпустимість наявності плагіату; проходження сертифікованих тренінгів і семінарів науково-педагогічними працівниками з питань академічної доброчесності; добір відповідної тематики для індивідуальних навчальних та кваліфікаційних робіт, яка запобігає плагіату, перевірка продуктів наукової праці на антиплагіат.

На ОПП як інструмент протидії порушенням академічної доброчесності використовуються як загальнодоступні сервіси, зокрема, спеціалізований сервіс UNICHECK, придбаний університетом. Система Unicheck – онлайн-сервіс пошуку плагіату, який перевіряє текстові документи на наявність запозичених частин тексту з відкритих джерел в Інтернеті чи внутрішньої бази документів користувача.

Завідувач кафедри визначає керівників кваліфікаційних робіт відповідальними особами від кафедр для перевірки цих робіт антиплагіатною системою UNICHECK. Керівник кваліфікаційної роботи завантажує повний текст роботи в систему UNICHECK та після перевірки отримує звіт, в якому зазначений відсоток запозичення.

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

Популяризація академічної доброчесності серед здобувачів вищої освіти зосереджена у двох вимірах: проведення просвітницьких заходів щодо актуальності засад академічної доброчесності та «моніторингова місія» щодо поширення та дотримання ідеї академічної доброчесності. У 2018 р. ЗВО став учасником Проєкту сприяння академічній доброчесності в Україні SAIUP, що реалізується Американськими Радами з міжнародної освіти за сприяння Міністерства освіти і науки України та підтримки Посольства США в Україні, де на базі Університету було проведено низку заходів для здобувачів, присвячених формуванню в них компетенції доброчесності, зокрема захід «Академічна доброчесність – формування нової академічної культури», інтерактивні ігри, лекторій, що дало змогу в доступній формі донести студентству основні положення академічної доброчесності. Інформація щодо дотримання доброчесності міститься у робочих програмах та силабусах. Інформація щодо доброчесності подається у межах тем ОК1. Окрім цього, при університеті створена Комісія з доброчесності та наукової етики (<https://www.wunu.edu.ua/news/academic-integrity/>). Кафедра також активно долучається до популяризації академічної доброчесності серед здобувачів вищої освіти під час проведення занять, методичних семінарів, зустрічі гаранта та завідувача кафедри зі здобувачами ОПП (<https://bit.ly/3Eg5BNr>).

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

У Кодексі академічної доброчесності (<https://www.wunu.edu.ua/news/academic-integrity/>) зазначено: для моніторингу дотримання норм Кодексу створено Комісію з доброчесності та наукової етики, яка є дорадчим органом університету та наділяється правом розглядати заяви щодо порушення Кодексу та надавати пропозиції щодо накладання відповідних санкцій. Організаційною формою роботи Комісії є засідання, яке скликається для вирішення оперативних і нагальних питань. Комісія приймає рішення відкритим голосуванням, ухвалює протокол, що підписує голова та секретар Комісії. На її засідання запрошуються заявник і особа-відповідач. За результатами розгляду справи та з'ясування всіх істотних обставин, Комісія впродовж 2-х робочих днів готує письмовий висновок щодо наявності, або відсутності факту порушення Кодексу. Висновок містить рекомендації щодо остаточного рішення ректора Університету.

Форми відповідальності за порушення норм академічної доброчесності для осіб, що навчаються є: попередження; повторне проходження оцінювання (контрольної роботи, іспиту, заліку тощо); позбавлення академічної стипендії;

повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрухування з університету. Прецедентів порушень здобувачами вищої освіти академічної доброчесності за цією ОПП не було.

6. Людські ресурси

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

Формування професорсько-викладацького складу для забезпечення освітньої діяльності за ОПП «Маркетинг», окрім чинних нормативно-правових вимог, Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності та вимог і рекомендацій Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, здійснюється відповідно до Статуту ЗУНУ (https://www.wunu.edu.ua/public_information/founding-documents/), Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників та укладання з ними трудових договорів (контрактів) в ЗУНУ (<https://www.wunu.edu.ua/leadership/academic-boards/>). Компетенція щодо визначення відповідного фахового рівня викладача покладається на профільну кафедру, гаранта відповідної ОПП та групу забезпечення спеціальності. Обов'язковою умовою проведення конкурсного відбору викладачів є оголошення в ЗМІ і на сайті ЗУНУ (<https://www.wunu.edu.ua/leadership/academic-boards/>) щодо проведення конкурсу. До конкурсу допускаються особи, які мають відповідну кваліфікацію; науковий ступінь, вчене звання; досвід науково-педагогічної діяльності; наукові публікації, що відповідають профілю освітнього компоненту. Обов'язковою умовою є наявність за останні п'ять років стажування в Україні або за кордоном.

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

ЗУНУ активно залучає роботодавців до організації і реалізації освітнього процесу, використовуючи їх практичні навички і науковий потенціал для формування відповідних фахових компетентностей здобувачів освіти. Важливим моментом залучення роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу є укладання договорів про проходження практики студентами ОПП. Кафедра має укладені договори про проходження переддипломної практики з такими підприємствами: ТОВ «Микулинецький Бровар», ТОВ «ЗАЗА Принт», ТОВ «Ордів Агро», ТОВ «Пивоварня Опілля», ПрАТ «ТерА», Торговий дім «Міст Експрес», Озернянська ОТГ Тернопільської області, ТОВ «Маркетинговий центр ДАЛІ», ГО «Відродження нації» та ін.

Екзаменаційну комісію для підсумкової атестації за ОПП «Маркетинг» очолював: к.е.н., доцент, приватний підприємець В.Паляниця, який керує власним бізнесом під брендом «Центр оперативної поліграфії». До розроблення, реалізації та удосконалення ОПП залучались: Директор з розвитку ТРЦ «Подолляни», почесний консул Угорщини Т. Чубак, директор ТОВ «Маркетинговий центр «ДАЛІ» С. Озімко, керівник комунальної установи «Центр аналітично-методичного та матеріально-технічного забезпечення розвитку освіти Тернопільської області» Т. Четвертак, засновниця агентства комунікацій «Рекламіст» Л. Лукіян, практикуючий маркетолог, блогер (напрямок SMM) Д. Малолеткіна, практикуючий маркетолог (напрямок SEO, PPC) І.Редчук, директор ІТ компанії Wise Solution (пошуковий маркетинг) А. Періг та інші.

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

ЗУНУ активно залучає до аудиторних занять на ОПП професіоналів-практиків, керівників підприємств, експертів сфери бізнесу та управління, власників бізнесів, практикуючих маркетологів, які відбуваються у формі гостьових лекцій, практикумів та засідань постійно діючого «Клубу маркетологів» (<https://bit.ly/3EgFzty>). Так, своїм практичним досвідом ділилися: О. Широков, засновник мережі «Карма Кава» та бренду «Хліб»; О. Нагайовська, власник салонів сфери краси; О.Бокало, засновник рекламної агенції Irlase, Португалія; К.Масляк, розробник популярної гри для дорослих «Знайомці»; Орест Мурій, Тетяна Ніколаєнко, блогери, інфлюєнс маркетологи; А. Сафарова, проджект менеджер та медіатор блогерів; О.Сиротюк, проект «Дитячий табір Space Camp» та інші.

Гостьові лекції проводили: О.Твердохліб, директор ТОВ «МОСТ Україна»; Д.Синютка, власник ТМ «Добра піца»; Д. Лазарчук, маркетолог ІТ компанії MagneticOne; В.Гомівка, заступник директора з маркетингу ТОВ «Пивзавод Опілля»; Т. Демкура, к.е.н, науковець-маркетолог, співвласник бізнесу мереживного маркетингу Amway; С. Власюк, маркетолог Радехівського цукрового заводу, ТМ «Діамант»; М. Гросуляк, засновник ТМ «Самогонна ресторація»; Д. Гетун, видавець журналу CITY LIFE; С.Дробчук, сертифікований Google Partner, керівник відділу пошукового маркетингу у Wise Solution; О.Семенюк, Інтернет маркетолог ІТ компанії Imagicone.

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

Відповідно до Положення про підвищення кваліфікації та стажування професійний розвиток викладачів ЗУНУ забезпечують різні види такого підвищення кваліфікації, а саме довгострокове, короткострокове (семінари, тренінги, вебінари, «круглі столи» тощо), стажування. Викладацький склад, який задіяний у реалізації ОПП за останні роки проходив підвищення кваліфікації на базі таких установ та організацій: Сучавського університету імені Штефана чел Маре, Румунія (Борисова Т.М., Процишин Ю.Т., Борисяк О.В.); ТОВ «Маркетингові технології ПБС» (Хрупович С.Є.), Краківського економічного університету, Польща (Іванечко Н.Р.), ТРЦ «Подолляни» (Дудар В.Т.), ТОВ «Микулинецький Бровар» (Процишин Ю.Т). Керівництво ЗУНУ також стимулює професійний розвиток

викладацького складу через укладення відповідних угод з іншими ЗВО, установами та організаціями, в тому числі зарубіжними, надання згоди на проходження стажування, інформування викладачів, задіяних у реалізації ОПП щодо міжнародних проектів у сфері вищої освіти (зокрема, Програмі Європейського Союзу ERASMUS+, ДААД і ін.), а також через залучення їх до виконання спільних проектів та заохочення до участі у грантах. Так, викладач програми Борисяк О.В., а нині докторант кафедри маркетингу, отримала грантову підтримку як координатор двох програм ЄС Ерасмус+ напрямку Жан Моне «Європейський досвід адаптації до зміни клімату: концепт енергетичної безпеки» та «Смарт спеціалізація: європейські практики стратегування регіонального розвитку» (<https://bit.ly/3M9muLQ>).

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Система заходів зі стимулювання підвищення фаховості та викладацької майстерності науково-педагогічних працівників ЗУНУ передбачає матеріальні й моральні заохочення і регламентується Статутом Університету, Колективним договором між адміністрацією та комітетом первинної профспілкової організації, Положенням про преміювання наукових та науково-педагогічних працівників ЗУНУ. Зокрема, здійснюється матеріальне стимулювання науково-педагогічних працівників у таких випадках: високі рейтингові показники за системою внутрішнього оцінювання (<http://rating.wunu.edu.ua/rating2020.html>), видання монографій і підручників, опублікування статей у періодичних виданнях Scopus та Web of Science, наявність відомчої відзнаки «За наукові та освітні досягнення», звання «Почесний професор ЗУНУ» тощо.

Моральні заохочення застосовуються за вагомі успіхи у науково-педагогічній діяльності і передбачають нагородження такими видами: оголошення подяки ректора, грамота ректора, а також за поданням адміністрації ЗУНУ на відзначення регіональними та відомчими відзнаками.

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

Матеріально-технічні, фінансові ресурси, навчально-методичне забезпечення та бібліотечний фонд ЗУНУ відповідають усім ліцензійним вимогам і у повній мірі забезпечують досягнення цілей, визначених ОПП та її програмних результатів. Комп'ютери університету підключені до мережі Internet. На території університету діє безкоштовний доступ до Wi-Fi. ЗУНУ надає вільний доступ викладачам та здобувачам вищої освіти до мережі Internet та внутрішньої корпоративної мережі. Використовується навчальна мультимедійна лабораторія, яка оснащена сучасними комп'ютерами, ліцензійним програмним забезпеченням і підключена до внутрішньої мережі. В університеті функціонує наукова бібліотека (<http://library.wunu.edu.ua/index.php/uk/>), інформаційні ресурси якої формуються за спеціальностями та напрямками науково-дослідної діяльності науково-педагогічних працівників і здобувачів ОПП. Бібліотека ЗУНУ надає можливості доступу до електронного каталогу наявних книг та паперових джерел, електронного репозитарію (<http://dSPACE.wunu.edu.ua/>). Для наукової діяльності та забезпечення академічної доброчесності працює система перевірки на плагіат UNICHECK. Навчально-методичне забезпечення освітньої програми гарантує досягнення визначених освітньою програмою цілей та очікувань завдяки постійному оновленню та відповідності сучасним трендам маркетингу. Практичні проходять у спеціалізованій лабораторії нейромаркетингу і реклами, де студенти для досліджень використовують унікальне нейрообладнання, (електроенцефалограф, EEG) (<https://bit.ly/3UYtH5g>).

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 дозволяє задовольнити потреби та інтереси здобувачів завдяки вільному доступу до інформаційних ресурсів, необхідних для навчання, а також наявності якісної матеріально-технічної бази. У вільному доступі здобувачів два комп'ютерних зали бібліотеки ЗУНУ, обладнаних 138 комп'ютерами з доступом до мережі Internet та навчальні лабораторії. В освітньому процесі використовується навчальна лабораторія (<https://bit.ly/3UVcJ7X>), оснащена сучасним комп'ютерним та мультимедійним обладнанням. У ЗУНУ функціонує Школа професійного розвитку «АКМЕ» (<http://psr.wunu.edu.ua/fotogalereya/>), тренінг-центр «Лідер» (http://nniiot.wunu.edu.ua/?page_id=595). Для розвитку особистості здобувачів й досягнення навчальних цілей доступні різноманітні спортивні секції, виставкова зала, актові зали та студія звукозапису. Освітнє середовище є безпечним для життя й здоров'я здобувачів.

В університеті продуктивно функціонують відомі наукові школи (<https://bit.ly/3rsjoc8>), Рада молодих вчених (<https://bit.ly/3yfuVdW>). Оцінювання рівня забезпечення ресурсами освітнього процесу та підтримки здобувачів вищої освіти здійснюється шляхом опитування здобувачів (<https://bit.ly/3Cxxvux>).

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

У ЗВО для здобувачів ОПП постійно діє комплекс заходів для забезпечення комфортних умов проживання, проведення занять, проходження практики, надання консультацій, доступ до усіх інформаційних ресурсів, передбачених освітніми компонентами. До послуг викладачів і здобувачів медичний пункт, а також кабінети

лікувальної фізкультури, емоційного розвантаження, психотерапії, їдальні, кафе, буфети тощо. У ЗВО проводяться круглі столи, відкриті лекції та роз'яснювальна робота про булінг, форми захисту від психологічного насильства, протидію нарко-, алкозалежності та тютюнопаління. Для вирішення психологічних проблем у ЗВО працює лабораторія психологічної служби ЗУНУ (<https://bit.ly/3RB2p21>). Також зі здобувачами ОПП виховну та роз'яснювальну роботу проводить гарант ОПП та куратор академічної групи. Задля вирішення особистісних проблем здобувачів вищої освіти функціонує Школа професійного розвитку «АКМЕ» (<http://psr.wunu.edu.ua/fotogalereya/>), котра працює на засадах студентоцентризму, гуманізму, поваги до особистості та анонімності.

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?

У ЗУНУ діє цілісна інформаційно-технологічна інфраструктура, яка постійно вдосконалюється. Так, згідно із Статутом (<https://bit.ly/3V3HU0I>) та Положенням про організацію освітнього процесу в ЗУНУ (<https://bit.ly/3e5cgIR>), комунікація викладачів із здобувачами здійснюється безпосередньо під час лекційних та практичних занять, консультацій тощо. Окрім цього, в кожній академічній групі є куратор, який спільно з адміністрацією ЗВО та факультету здійснює підтримку здобувачів ОПП з організаційно-виховних питань навчання в університеті, проводить консультації та інформує про особливості освітнього процесу. Систематично проводяться години куратора, соціально-просвітницькі та інтелектуально-духовні заходи. У разі конфліктних або складних ситуацій до вирішення питань залучаються студентський актив, завідувач кафедри, працівники деканату або ректорату. Здобувачі ОПП мають можливість залишити анонімне звернення декану, яке буде негайно розглянуте адміністрацією факультету.

У ЗВО діє студентське самоврядування (<https://bit.ly/3SD5ik3>), котре забезпечує захист прав та інтересів студентів та їх участь в управлінні ЗВО. На кожному факультеті чи інституті ЗВО працює профспілкове бюро студентів, керівництво якого обирається на студентських звітно-виборчих конференціях факультетів.

Робота первинної профспілкової організації студентів ЗУНУ щодо соціально-економічного захисту прав та інтересів студентів визначається основними напрямками роботи: внесення адміністрації університету пропозиції щодо поліпшення умов побуту, відпочинку, медичного обслуговування, оздоровлення, розвитку студентського самоврядування, контролює правильність нарахування стипендій та інших виплат студентам. Спільно з адміністрацією студентський актив розподіляє житловий фонд гуртожитків, вирішує питання розподілу стипендіального фонду, фонду спеціальної допомоги, заохочення студентів (<https://bit.ly/3CuvKGW>).

У ЗВО передбачено умови для навчання осіб з особливими потребами з метою їх соціалізації та забезпечення доступності та результативності навчання. Зокрема, у всіх корпусах є доступність усіх учасників освітнього процесу з обмеженими можливостями до навчальних корпусів та допоміжних приміщень.

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)

Згідно ч. 2 ст. 30 Закону України «Про освіту» пункту про умови доступності закладу освіти для навчання осіб з особливими освітніми потребами в ЗВО проведено обстеження будівель та прилеглої до них території (<https://www.wunu.edu.ua/logistics/>) з метою визначення доступності навчальних приміщень для осіб з особливими освітніми потребами та інших маломобільних груп населення (МГН), враховуючи вимоги та нормативи Державних будівельних норм України «ДБН В.2.2-3:2018 Будинки і споруди. Заклади освіти»; ДСТУ-Н В.2.2-31-2011 «Настанова з облаштування будинків і споруд громадського призначення елементами доступності для осіб з вадами зору та слуху» та інших нормативно-правових документів, що регулюють забезпечення доступності навчальних приміщень для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Для доступності до навчальних приміщень для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення створені відповідні умови стосовно встановлених вимог (згідно із звітом від 1 жовтня 2020 року про проведення технічного обстеження стану забезпечення доступності навчальних приміщень ЗУНУ та його відокремлених підрозділів для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення) та Порядком супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗУНУ та його відокремлених підрозділах, затвердженому наказом ректора ЗУНУ від 26 березня 2021 року № 129.

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

У здобувачів ОПП є можливість скористатися скринькою довіри (presa@wunu.edu.ua) для письмового звернення щодо вирішення конфліктної ситуації (у тому числі пов'язані із сексуальними домаганнями, корупцією, дискримінацією). Спеціально утворена тимчасова комісія перевіряє факти, після чого приймається рішення відповідно до чинного законодавства. Освітня діяльність ЗВО керується Положенням про порядок врегулювання конфлікту інтересів у ЗУНУ (<https://bit.ly/3V2yv9B>), Положенням про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (<https://bit.ly/3CwXhMF>) і побудована на принципах дотримання цінностей свободи, справедливості, рівності прав і можливостей, інклюзивності, толерантності, недискримінації; відкритості та прозорості. У ЗВО створена лабораторія психологічної служби ЗУНУ (<https://bit.ly/3M7ek6z>), завданням якої є сприяння повноцінному особистісному й інтелектуальному розвитку здобувачів, створенні умов для формування у них мотивації до самовиховання і саморозвитку, до плідної навчальної та наукової діяльності. Основними принципами організації діяльності лабораторії психологічної служби ЗУНУ є: особистісно-орієнтований підхід до

роботи з клієнтами, стимулювання активної життєвої позиції, формування у здобувачі вищої освіти прагнення до самовдосконалення і самоосвіти. Врегулювання конфліктних ситуацій у ЗУНУ, пов'язаних з корупцією, здійснюється відповідно до Закону України «Про запобігання корупції». Розгляд звернень, скарг і заяв, що надходять до ЗВО, відбувається відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації», Закону України «Про звернення громадян» та ін. Врегулювання скарг відбувається шляхом особистого прийому громадян адміністрацією ЗУНУ у встановлені дні та години відповідно до графіку прийому, який розміщено на офіційному веб-сайті. Про результати розгляду скарг і звернень громадянина повідомляється письмово або усно, за його бажанням. За період реалізації ОПП випадків звернень щодо вирішення конфліктної ситуації (у тому числі пов'язані із сексуальними домаганнями, корупцією, дискримінацією) 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

Механізм розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми формується відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти в ЗУНУ (<https://bit.ly/ze8rtj9>) і регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в ЗУНУ (<https://bit.ly/3Sx4EVg>), Положенням про розробку освітніх програм у Західноукраїнському національному університеті (<https://bit.ly/3Ca8w7N>) та Положенням про порядок перегляду (оновлення) освітніх програм, розробленим навчально-науковим центром моніторингу якості освіти та методичної роботи та затвердженим рішенням Вченої ради ЗУНУ 30 вересня 2020 року, протокол №2 (<https://bit.ly/3C52nK1>)

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

Перегляд і оновлення ОПП відбувається щорічно і є реакцією на: виклики розвитку спеціальності та ринку праці; формування трендів галузевого та регіонального контексту; зростаючі вимоги стейкгольдерів в умовах посилення динамічності середовища їх функціонування і розвитку; вимоги нормативних документів МОН України; прогресивний досвід реалізації аналогічних програм вітчизняними та зарубіжними закладами вищої освіти; результати моніторингу організації освітнього процесу; тенденцій розвитку освітніх програм та вимог до них, у тому числі дескрипторів рамок кваліфікацій ЄПВО (EQFforHE, Болонський процес) і навчання впродовж життя (EQF-LLL, EC); виклики забезпечення академічної мобільності студентів; необхідність підвищення здатності випускників до працевлаштування як у найближчій перспективі, так і в майбутньому. З врахуванням цих вимог і викликів було здійснено оновлення змістового наповнення ОПП у 2021-2022 рр.

Систематизацію і узагальнення пропозицій та вимог до оновлення ОПП здійснює гарант ОПП і виносить їх на обговорення групи забезпечення спеціальності «Маркетинг», яка разом з представниками роботодавців та здобувачами вищої освіти проводить модернізацію ОПП. Проєкт освітньої програми оприлюднюється на офіційному веб-сайті ЗУНУ для громадського обговорення із залученням стейкгольдерів (https://www.wunu.edu.ua/opp/2022_proect_opp/magistr/075_Marketynh.pdf). За результатами моніторингу групою забезпечення складається аналітичний звіт (https://www.wunu.edu.ua/opp/analit_zvit/magistr/075_az_marketung_mag.pdf) та оновлена освітня програма подається на розгляд до Науково-методичної ради з питань якості вищої освіти ЗУНУ за погодженням із директором навчально-наукового центру моніторингу якості освіти та методичної роботи і першого проректора. Після чого виноситься на розгляд та затвердження вченої ради ЗУНУ. При позитивному рішенні вченої ради ЗУНУ освітня програма вводиться в дію наказом ректора ЗУНУ.

В університеті створено відділ моніторингу якості освіти та методичної роботи ЗУНУ, до якого гарантами ОПП подаються кандидатури до складу груп забезпечення, ОПП та пояснювальні записки до навчальних планів і програм. В кінці навчального року за потреби відділом оновлюються навчальні плани на наступний навчальний рік з урахуванням усіх змін в ОПП. Навчально-науковий центр моніторингу якості освіти та методичної роботи ЗУНУ відповідно до наказу ректора університету щорічно здійснює перевірки складу груп забезпечення на предмет відповідності їх фаху, наукового ступеню і вченого звання спеціальності. З метою якомога повного врахування при оновленні ОПП значної кількості нормативних документів, що часто змінюються, та змін і тенденцій у сфері вищої освіти, відділ моніторингу якості освіти та методичної роботи здійснює консалтинговий супровід цього процесу та контролює дотримання усіх вимог.

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 залучаються до процесу перегляду ОПП та інших процедур забезпечення її якості через участь у розширених засіданнях кафедри маркетингу та засіданнях групи забезпечення спеціальності. Так, здобувачка І.Тиш внесла пропозицію на практичних заняттях виконувати групові цікаві проєкти, які розвиватимуть у здобувачів програми здатність до генерування нових цікавих ідей. Як результат – підсилено ПРН2, зроблено акцент на розвитку ЗК2 через врахування відповідного аспекту при змістовому наповненні ОК6 «Управління рекламною діяльністю».

Для налагодження зворотного зв'язку із здобувачами ОПП використовується електронна скринька (<https://bit.ly/3CuwP1s>), скринька довіри. У ЗУНУ запроваджено анонімне електронне анкетування з різних аспектів

організації навчального процесу за ОПП «Маркетинг» (<https://bit.ly/ze39Tx8>). Результати опитування за напрямом «Освітній процес» здобувачів вищої освіти освітнього рівня «магістр» щодо удосконалення ОПП наведено на сайті ЗУНУ: <https://bit.ly/3yfzJEJ>.

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

Згідно з Положенням про студентське самоврядування ЗУНУ (<https://bit.ly/3M3joKI>), органи студентського самоврядування мають право: виносити пропозиції щодо контролю за якістю освітнього процесу; сприяти навчальній, науковій та творчій діяльності студентів; брати участь у вирішенні конфліктних ситуацій, що виникають між здобувачами вищої освіти, студентами та представниками адміністрації або студентами та викладачами; спільно з відповідними структурними підрозділами університету сприяти забезпеченню інформаційної, правової, психологічної, фінансової, юридичної та іншої допомоги здобувачам; мають право бути представниками в легальних та робочих органах університету; вносити пропозиції щодо змісту навчальних планів та програм. Органи студентського самоврядування зобов'язані аналізувати та узагальнювати зауваження та пропозиції студентів щодо організації освітнього процесу і звертатися до адміністрації з пропозиціями щодо їх вирішення. Адміністрація та інші посадові особи ЗУНУ, за поданням виконавчого органу студентського самоврядування, зобов'язані вчасно та у повному обсязі інформувати самоврядування ЗУНУ про рішення, що стосуються безпосередньо студентів університету.

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

З метою забезпечення якомога повнішої орієнтації підготовки фахівців на вимоги роботодавців, останні залучаються до періодичного перегляду ОПП, змістового оновлення та інших процедур забезпечення її якості. Так, роботодавці беруть участь у розширених засіданнях кафедри щодо обговорення ОПП та долучаються до громадського обговорення проєктів ОПП. Так, за пропозицією Т. Чубак - директора з розвитку ТРЦ «Подольани», яка запропонувала включити до тематики професійно-орієнтованих дисциплін такі питання для вивчення, які допомогли би магістрам управляти стресостійкістю, емоціями, в межах вивчення ОК 5 «Стратегічний маркетинг» розроблено тематичні питання, які враховують рекомендації із управління емоційним інтелектом та стресостійкістю, це дало змогу підсилити формування ПРН4, розвинути ЗК4, ЗК5. Також в ОПП 2022 року отримала відображення пропозиція директора маркетингової агенції «Далі» С.Озімко щодо корегування мети освітньої програми з урахуванням сучасних викликів цифровізації суспільства, використання інструментів штучного інтелекту та нейромаркетингу в практичній діяльності сучасного маркетолога. Для моніторингу інтересів роботодавців з 2020 року впроваджено анонімне електронне анкетування з різних аспектів організації освітнього процесу: (<https://bit.ly/3SU7nYD>), зокрема стосовно складових ОПП. Обговорення змісту ОПП за участі роботодавців проходить в процесі роботи круглих столів, конференцій, що проводяться кафедрою регулярно (<https://bit.ly/3CxMhdg>), (<https://bit.ly/3Cx4x6z>).

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

На здійснення моніторингу кар'єрного поступу та траєкторій працевлаштування випускників зорієнтована створена у ЗУНУ система зв'язків із випускниками (<https://www.wunu.edu.ua/about-the-center-for-employment-and-alumni-relatio/>), яка включає в себе збір та аналіз інформації про професійну діяльність випускників. Зв'язок із випускниками реалізується шляхом особистого спілкування, а також залучення їх до удосконалення та перегляду ОПП. Так, випускник ОПП С. Онищук брав участь в обговоренні ОПП і вніс пропозицію розширити каталог вибіркових дисциплін, зокрема, запропонувати здобувачам програми дисципліну, пов'язану з прикладними навиками створення нескладних сайтів на конструкторі для продажу товарів і послуг. Ці пропозиції були враховані, що дозволило до каталогу вибіркових дисциплін ввести вибіркoву компоненту «Розробка сайтів і WEB аналітика». В університеті проводяться різні заходи (Дні факультету, Дні відкритих дверей, різноманітні форуми, круглі столи, ярмарки вакансій тощо), на які запрошуються випускники різних років, що працюють за фахом. Вони діляться своїм досвідом та висловлюють пропозиції щодо покращення змісту підготовки за даною ОПП. Пропозиції і побажання випускників узагальнюються гарантом та групою забезпечення спеціальності і враховуються при оновленні ОПП. Випускники мають досвід роботи, або працевлаштовані дотепер в установах й організаціях різних організаційно-правових форм та форм власності.

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?

Процедури внутрішнього забезпечення якості реалізації ОПП постійно здійснюються на рівні: випускової кафедри - кафедри маркетингу, в процесі обговорення питань та прийняття рішень щодо удосконалення освітньої діяльності за ОПП на засіданнях кафедри, методичних (<https://bit.ly/ze6oSWQ>), та наукових семінарах кафедри; на рівні групи забезпечення спеціальності; на рівні факультету економіки та управління – під час обговорення питань забезпечення якості освітньої діяльності на вченій раді факультету та заходах, ініційованих кафедрою та керівництвом факультету. Так, 18 травня 2022 року з ініціативи кафедри маркетингу Західноукраїнського національного університету у партнерстві з стейкголдерами програми кафедрою маркетингу Полтавського університету економіки і торгівлі та кафедрою реклами і зв'язків з громадськістю Національного авіаційного університету було заслухано доповідь гаранта ОПП С. Хрупович на тему «Штучний інтелект: системне розуміння

студентами в освітній програмі Маркетинг». (<http://marketing.wunu.edu.ua/vykorystannya-shtuchoho-intelektu-v-marketynhu.html>).

Відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (<https://bit.ly/3RCEDCN>), їх оновлення відбувається за результатами їхнього моніторингу, на засіданні вченої ради Університету, але не рідше ніж одного разу на три роки (за винятком введення в дію СВО, змін у нормативно-правовій документації, інших випадках, що не суперечить чинному законодавству). За період функціонування ОПП негативних результатів виявлено не було.

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?

Відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та Порядку перегляду (оновлення) освітніх програм їх удосконалення (модернізація) (<https://bit.ly/3rxR5cs>) відбувається за результатами моніторингу, результати якого обговорюються на засіданні вченої ради Університету. До здійснення моніторингу долучаються стейкхолдери: НПП, професіонали-практики, здобувачі вищої освіти, випускники. Суттєвим елементом моніторингу та вдосконалення ОПП є зворотний зв'язок зі стейкхолдерами. При проведенні моніторингу група забезпечення спеціальності інформує опитуваних про його мету та спосіб здійснення, що забезпечує достовірність та повноту отриманих відповідей. ОПП щорічно оновлюється у частині структурних складових, зокрема щодо освітніх компонент, їхніх силабусів та змісту робочих програм, програм практики, методів навчання та форм оцінювання результатів навчання.

У ході первинної акредитації ОПП «Маркетинг» зі спеціальності 075 Маркетинг у 2018 році експертною комісією було висловлено наступні зауваження і побажання: 1) посилити роботу професорсько-викладацького складу випускової кафедри маркетингу стосовно запровадження лекційних занять у режимі on-line для здобувачів заявленої до акредитації освітньо-професійної програми; 2) продовжувати роботу над удосконаленням електронних навчально-методичних комплексів дисциплін навчального плану здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.

Відповідно до зауважень було здійснено наступні заходи: 1) всі лекційні заняття під час дистанційного навчання проводилися в режимі on-line згідно розкладу і посилань на ZOOM конференції ЗУНУ протягом 2020-2022 років; 2) оновлено і удосконалено електронні навчально-методичні комплекси дисциплін навчального плану, а також розроблені нові ОК, і повністю навчально-методичні комплекси до них, завантажені у систему дистанційного навчання ЗУНУ (<https://moodle.wunu.edu.ua/>).

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

Учасники академічної спільноти залучаються до процедур забезпечення якості на етапах розробки, затвердження та моніторингу ОПП. На засіданнях кафедри та вченої ради факультету системно проводиться робота щодо ознайомлення учасників академічної спільноти з новими тенденціями у цьому напрямі в рамках проведення спільних науково-практичних заходів. Викладачі беруть участь у реалізації процедур забезпечення якості через різноманітні інструменти (взаємне рецензування навчально-методичних матеріалів, відвідування відкритих занять, рейтингування і підвищення кваліфікації професорсько-викладацького складу).

Відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (<https://bit.ly/3RCEDCN>), ЗВО всіляко сприяє залученню учасників академічної спільноти до процедур внутрішнього забезпечення якості освітніх програм. Такі процедури передбачають: здійснення моніторингу та періодичного перегляду ОПП із залучення представників із професійного середовища, що є потенційними роботодавцями; оцінювання набутих здобувачами вищої освіти ПРН шляхом проведення комп'ютерних контрольних тестувань; оцінювання НПП на підставі анкетувань; оцінювання освітньої та науково-технічної діяльності кафедр і факультетів з використанням системи автоматизованого рейтингового оцінювання діяльності НПП; підвищення кваліфікації НПП; забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату й академічної недоброчесності.

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

Механізм розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми формується відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти в ЗУНУ (<https://bit.ly/3ezY4j>) і регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в ЗУНУ (<https://bit.ly/3V165wN>), Положення про розробку освітніх програм у Західноукраїнському національному університеті (<https://bit.ly/3SGIakW>) та Положенням про порядок перегляду (оновлення) освітніх програм, розробленим відділом моніторингу якості освіти та методичної роботи та затвердженим рішенням Вченої ради ЗУНУ 30 вересня 2020 року, протокол №2 (<https://bit.ly/3V06iQW>).

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?

У ЗУНУ існують процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, які є детально

описаними і доступними на сайті Університету: <https://bit.ly/зeciNrU> (Правила внутрішнього розпорядку ЗУНУ, Статут ЗУНУ); <https://bit.ly/зCwFArR> (Положення про організацію освітнього процесу; Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення здобувачів вищої освіти; Положення про переведення здобувачів вищої освіти на вакантні місця державного замовлення; Положення про формування вибіркової частини навчальних планів; Порядок та умови обрання студентами вибірових дисциплін; Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та роботу екзаменаційної комісії; Положення про порядок відпрацювання пропущених занять здобувачами вищої освіти денної форми навчання; Положення про порядок перезарахування результатів навчання; Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти; Положення про індивідуальний навчальний план студента); <https://bit.ly/зUY5HiG> (Етичний кодекс ЗУНУ, Положення про порядок врегулювання конфлікту інтересів у ЗУНУ, Кодекс корпоративної культури ЗУНУ, Кодекс академічної доброчесності ЗУНУ, Положення про групу сприяння академічної доброчесності ЗУНУ, Положення про комісію з доброчесності та наукової етики ЗУНУ, Положення про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій в ЗУНУ, Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти в ЗУНУ).

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.wunu.edu.ua/opp/2022_proect_opp/magistr/075_Marketynh.pdf

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

(https://www.wunu.edu.ua/opp/feu/marketynh/marketynh_mahistr/075_MARKETING_mag.pdf)

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильними сторонами ОП є:

- фокусування ОП на підготовку маркетологів нової цифрової генерації, гнучких та адаптивних, готових до змін та ризику, ініціативних, здатних розробляти та впроваджувати новітні технології маркетингу, які базуються на принципах Інтернет маркетингу, нейромаркетингу; формування в магістрів лідерського потенціалу та практико зорієнтованих компетентностей його реалізації <https://bit.ly/зSRv4kc>
- успішний багаторічний досвід підготовки магістрів в сфері маркетингу;
- залучення висококваліфікованого фахового професорського складу до роботи на ОП;
- проведення практичних занять в унікальній лабораторії нейромаркетингу і реклами, використання професійного нейрообладнання а саме прилад для відслідковування руху очей (EyeTracker); прилад для відстеження електромагнітних хвиль кори головного мозку (електроенцефалограф, EEG) Brainwave Starter Kit (<https://bit.ly/зrzjwXr>), <https://bit.ly/зCcDMmm>.

Слабкі сторони:

1. Недостатнє використання можливостей внутрішньодержавної мобільності здобувачів даної ОП.
2. Обмежене залучення на грантовій основі іноземних фахівців.

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

1. Підвищення внутрішньої академічної мобільності.
2. Активізація проектної діяльності НПП ОП із залученням здобувачів щодо підготовки та виконання грантів на проведення НДР.

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: Крисоватий Андрій Ігорович

Дата: 11.10.2022 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Методологія наукових досліджень	навчальна дисципліна	<i>Metodologiya_naukovi_kh_doslidzen.pdf</i>	bTnoxCi8YVlZ3BMvsvhQf+yV102QqbFud4uUbHTFxWs=	<p>Мультимедійний проектор Epson EB-505 (1 шт.), рік виготовлення 2018, рік ведення в експлуатацію 2019. Ремонт не потребує. Інтерфейс: USB 2.0 Type A, USB 2.0 Type B, VGA in, HDMI in, Composite in, Cinch audio in, Wireless LAN IEEE 802.11b/g/n (optional). Зображення: Dynamic, Cinema, Presentation, sRGB, Blackboard. Екран проекційний LOGAN 2:1,5 (шт.)</p> <p>Підключення до комп'ютерів на процесорі Intel Celeron CPU G540 (2,5 GHz RAM 2Gb, HDD 500 Gb). Дата введення в експлуатацію грудень 2016 року (24 шт.) ремонтних робіт не проводилось</p> <p>Комп'ютер на базі процесора AMD Athlon II Dual Core 250 (3,0 GHz RAM 4Gb, SSD 240 Gb), дата введення в експлуатацію грудень 2016 року, ремонтних робіт не проводилось.</p> <p>Монітор BenQ G220HDA (1 шт.)</p> <p>Базове програмне забезпечення: ОС Windows 10 – згідно ліцензії Microsoft IT Academy та Microsoft DreamSpark for Students</p> <p>Базове програмне забезпечення: ОС Windows 10 – згідно ліцензії Microsoft IT Academy та Microsoft DreamSpark for Students.</p> <p>Програмне забезпечення базових інформаційних технологій: MS Office, телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox).</p>
Ділові комунікації англійською мовою	навчальна дисципліна	<i>Dilovi_komunikatsiyi_angliyskoyu_movoyu.pdf</i>	Aty5/aPxhUkkF9XZHA Y3Qc+FxtfKwAGnoBb7qof+oKQ=	<p>Мультимедійний проектор Epson EB-505 (1 шт.), рік виготовлення 2018, рік ведення в експлуатацію 2019. Ремонт не потребує. Інтерфейс: USB 2.0 Type A, USB 2.0 Type B, VGA in, HDMI in, Composite in, Cinch audio in, Wireless LAN IEEE 802.11b/g/n (optional). Зображення: Dynamic, Cinema, Presentation, sRGB, Blackboard Екран проекційний LOGAN 2:1,5 (шт.)</p> <p>Підключення до комп'ютерів на процесорі Intel Celeron CPU G540 (2,5 GHz RAM 2Gb, HDD 500 Gb). Дата введення в експлуатацію грудень 2016 року (24 шт.) ремонтних робіт не проводилось.</p> <p>Монітор Philips 193vV5LSB2 (24 шт.)</p> <p>Базове програмне забезпечення: ОС Windows 10 – згідно ліцензії Microsoft IT Academy та Microsoft DreamSpark for Students</p> <p>Програмне забезпечення базових інформаційних технологій: MS Office, телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox)</p> <p>Спеціалізоване програмне забезпечення: 1) Language in Use 24/7. Програму розроблено на основі однойменної серії підручників видавництва Cambridge University Press. Три</p>

				<p>рівня програми <i>Beginner</i> (Початковий), <i>Pre-Intermediate</i> (Базовий), <i>Intermediate</i> (Середній) відповідають стандартам Загальної європейської системи вивчення мов (рівні A1/A2, B1/B2). 2) QDictionary. Програма використовує технологію, яка дозволяє перекладати слова та словосполучення простим наведенням курсору миші на них. Можна взяти значення слова, вибравши його із списку. Словникова база містить більш ніж 50000 слів та словосполучень. Можна додавати свої слова і вносити зміни в ті, що існують в програмі. Для самостійної роботи студентів запропоновано також НКП для вивчення англійської мови, які розроблено для різних пристроїв (iPod, iPhone, iPad) Cambridge University Press. Вони включають IELTS 7 Trainer; English Grammar in Use. Tests; English Grammar in Use. Activities; Essential Grammar in Use та ін.</p>
Моделювання і прогнозування маркетингу	навчальна дисципліна	<i>Modeluвання i prognozuвання marketingu.pdf</i>	EDQlmrYWgUo6Ah4EfXdjyto3VHKЕJYe5dPvxAjvWBic=	<p>Мультимедійний проектор Epson EB-505 (1 шт.), рік виготовлення 2018; рік введення в експлуатацію 2019. Ремонт не потребує. Екран проєкційний BRYAN 2:1,5 (1шт.)</p> <p>Комп'ютер на базі процесора AMD Athlon II Dual Core 250 (3,0 GHz RAM 4Gb, SSD 240 Gb), дата введення в експлуатацію грудень 2016 року, ремонтних робіт не проводилось.</p> <p>Монітор BenQ G2220HDA (1 шт.) Комп'ютерний кабінет ПК під ОС Windows: комп'ютеру Intel Core із Флінчарт Axent (1 шт.)</p> <p>Прилад для відслідковування руху очей (EyeTracker) Eye Tracking Kit. Виробник: TheEyeTribe. 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Кріплення для ноутбука для Eye Tracker - 1 шт</p> <p>Прилад для відстеження електромагнітних хвиль кори головного мозку (електроенцефалограф, EEG) Brainwave Starter Kit. Виробник: MindWave Mobile 2 by NeuroSky. 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році.</p> <p>Пульсоксиметр VM1000B. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році.</p> <p>Базове програмне забезпечення: ОС Windows 10 – згідно ліцензії Microsoft IT Academy та Microsoft DreamSpark for Students. Програмне забезпечення базових інформаційних технологій: MS Office, телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox). Спеціалізоване програмне забезпечення: STATISTICA Demo, розроблена компанією StatSoft, система для статистичного аналізу даних, що включає широкий набір аналітичних процедур і методів. Платформа для опрацювання результатів нейродосліджень від фірми Біхайвеор.</p>
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>Strategichniy marketing.pdf</i>	w2JThFcK+2EnNQyfdreXa/EL1JGe09/SQ3f5mrKETQ4=	<p>Мультимедійний проектор Epson EB-505 (1 шт.), рік виготовлення 2018; рік введення в експлуатацію 2019. Ремонт не потребує.</p>

				<p>Екран проєкційний BRYAN 2:1,5 (1шт.) Флінчарт Axent (1 шт) Комп'ютер на базі процесора AMD Athlon II Dual Core 250 (3,0 GHz RAM 4Gb, SSD 240 Gb), дата введення в експлуатацію грудень 2016 року, ремонтних робіт не проводилось. Монітор BenQ G220HDA (1 шт.)</p> <p>Базове програмне забезпечення: ОС Windows 10 – згідно ліцензії Microsoft IT Academy та Microsoft DreamSpark for Students. Програмне забезпечення базових інформаційних технологій: MS Office, телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox).</p>
Управління рекламною діяльністю	навчальна дисципліна	<i>Upravlinnya_reklamnoyu_diyalnistyu.pdf</i>	zDSzho+/2YAi5FttcRmpliXo75zHs/5+pOoXfBKAcQA=	<p>Мультимедійний проєктор Epson EB-505 (1 шт.), рік виготовлення 2018, рік введення в експлуатацію 2019. Ремонт не потребує. Екран проєкційний BRYAN 2:1,5 (1шт.) Флінчарт Axent (1 шт) Автономна акустика TS SL-1230 (1 шт), 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Ремонт не потребує. Акустична система F@D (1 шт), 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Ремонт не потребує. Ворота студійні (3 кріпленнями і фотофонами) – (1 шт). 2021 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Мікрофон петличний (1 шт). 2021 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Диктофон ZOOM H1. (1 шт). 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Штатив Velbon. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Набір блогера 2 в 1 штатив з зажимом для телефона Введено в експлуатацію в 2020 році. Камера – екшн Insta360 Air. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Камера Logitech. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Монопод для камери. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Фотоапарат Canon (1 шт). 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Ремонт не потребує Фотобокс з підсвіткою Visico. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Ремонт не потребує</p> <p>Базове програмне забезпечення: ОС Windows 10 – згідно ліцензії Microsoft IT Academy та Microsoft DreamSpark for Students. Програмне забезпечення базових інформаційних технологій: MS Office, телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox). Спеціалізоване програмне забезпечення: відеоредактор Inshot (безкоштовна платформа) для створення відеоконтенту та фотоконтенту</p>
Управління маркетингом	навчальна дисципліна	<i>Upravlynnya_marketingom.pdf</i>	2Ayd+LmRXpZhsiszFqCWFmdc66xjoh+z4XgI	Мультимедійний проєктор Epson EB-505 (1 шт.), рік виготовлення

			u37DbUI=	<p>2018, рік ведення в експлуатацію 2019. Ремонт не потребує. Екран проєкційний LOGAN 2:1,5 (1шт.) Автономна акустика TS SL-1230 (1 шт), 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Ремонт не потребує. Акустична система F@D (1 шт), 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Ремонт не потребує. Ворота студійні (3 кріпленнями і фотофонами) – (1 шт). 2021 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Мікрофон петличний(1 шт). 2021 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Диктофон ZOOM H1. (1 шт). 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Штатив Velbon. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Набір блогера 2 в 1 штатив з зажимом для телефона. Введено в експлуатацію в 2020 році. Камера –екшн Insta360 Air. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Камера Logitech. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Монопод для камери. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Фотоапарат Canon (1 шт). 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Ремонт не потребує Фотобокс з підвіткою Visico. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Ремонт не потребує Комп'ютер на базі процесора AMD Athlon II Dual Core 250 (3,0 GHz RAM 4Gb, SSD 240 Gb), дата введення в експлуатацію грудень 2016 року, ремонтних робіт не проводилось. Монітор BenQ G2220HDA (1 шт.) Стелаж-органайзер 80x30 висота 198. (1 шт) Фліпчарт Axent (1 шт) Графічний планшет</p> <p>Базове програмне забезпечення: ОС Windows 10 – згідно ліцензії Microsoft IT Academy та Microsoft DreamSpark for Students. Програмне забезпечення базових інформаційних технологій: MS Office, телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox). Спеціалізоване програмне забезпечення: відеоредактор Inshot (безкоштовна платформа) для створення відеоконтенту та фотоконтенту</p>
Комплексний Інтернет маркетинг	навчальна дисципліна	<i>Kompleksniy_internet_marketing.pdf</i>	sKi+ArWGwTntasHQ2z estp4A+IV+Yx3MUERT UGq9xeg=	<p>Мультимедійний проєктор Epson EB-505 (1 шт.), рік виготовлення 2018, рік ведення в експлуатацію 2019. Ремонт не потребує. Екран проєкційний LOGAN 2:1,5 (1шт.) Комп'ютер на базі процесора AMD Athlon II Dual Core, дата введення в експлуатацію грудень 2016 року, ремонтних робіт не проводилось. Монітор BenQ G2220HDA (1 шт.) Комп'ютерний клас ПК під ОС Windows: комп'ютери Intel Core i3 Стелаж-органайзер 80x30 висота 198. (1 шт) Фліпчарт Axent (1 шт)</p>

				<p>Автономна акустика TS SL-1230 (1 шт), 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Ремонт не потребує.</p> <p>Акустична система F@D (1 шт), 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Ремонт не потребує.</p> <p>Ворота студійні (3 кріпленнями і фотофонами) – (1 шт). 2021 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році.</p> <p>Мікрофон петличний(1 шт). 2021 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році.</p> <p>Диктофон ZOOM H1. (1 шт). 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році.</p> <p>Штатив Velbon. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році.</p> <p>Набір блогера 2 в 1 штатив з зажимом для телефона. Введено в експлуатацію в 2020 році.</p> <p>Камера –екшн Insta360 Air. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році.</p> <p>Камера Logitech. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році.</p> <p>Монопод для камери. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році.</p> <p>Фотоапарат Canon (1 шт). 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Ремонт не потребує</p> <p>Фотобокс з підвіткою Visico. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Ремонт не потребує</p> <p>Прилад для відслідковування руху очей (EyeTracker) Eye Tracking Kit. Виробник: TheEyeTribe. 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році.</p> <p>Кріплення для ноутбука для Eye Tracker - 1 шт</p> <p>Прилад для відстеження електромагнітних хвиль кори головного мозку (електроенцефалограф, EEG) Brainwave Starter Kit. Виробник: MindWave Mobile 2 by NeuroSky. 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році.</p> <p>Платформа для опрацювання результатів нейродосліджень від фірми Біхайвеор.</p> <p>Пульсоксиметр VM1000B. (1 шт). 2021 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році.</p> <p>Базове програмне забезпечення: OS Windows 10 – згідно ліцензії Microsoft IT Academy та Microsoft DreamSpark for Students.</p> <p>Програмне забезпечення базових інформаційних технологій: MS Office, телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox).</p> <p>Спеціалізоване програмне забезпечення: відеоредактор Inshot (безкоштовна платформа) для створення відеоконтенту та фотоконтенту STATISTICA Demo, розроблена компанією StatSoft, система для статистичного аналізу даних, що включає широкий набір аналітичних процедур і методів.</p> <p>Платформа для опрацювання результатів нейродосліджень від фірми Біхайвеор.</p>
Міждисциплінарна курсова робота	курсва робота (проект)	Mijdisciplinarna_kursova_robota.pdf	O57nIpSSvGs5kpB6UvJWWTf6OneAEL3v3c8	Ворота студійні (3 кріпленнями і фотофонами) – (1 шт). 2021 рік

			MO9p8x2k=	<p>виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Мікрофон петличний(1 шт). 2021 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Диктофон ZOOM H1. (1 шт). 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Штатив Velbon. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Набір блогера 2 в 1 штатив з зажимом для телефона. Введено в експлуатацію в 2020 році. Камера –екшн Insta360 Air. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Камера Logitech. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Монопод для камери. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Фотоапарат Canon (1 шт). 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Ремонт не потребує Фотобокс з підсвіткою Visico. (1 шт). 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Ремонт не потребує Прилад для відслідковування руху очей (EyeTracker) Eye Tracking Kit. Виробник: TheEyeTribe. 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році. Кріплення для ноутбука для Eye Tracker - 1 шт Прилад для відстеження електромагнітних хвиль кори головного мозку (електроенцефалограф, EEG) Brainwave Starter Kit. Виробник: MindWave Mobile 2 by NeuroSky. 2019 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2020 році.</p> <p>Базове програмне забезпечення: ОС Windows 10 – згідно ліцензії Microsoft IT Academy та Microsoft DreamSpark for Students. Програмне забезпечення базових інформаційних технологій: MS Office, телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Opera, Google Chrome, Firefox). Спеціалізоване програмне забезпечення: відеоредактор Inshot (безкоштовна платформа) для створення відеоконтенту та фотоконтенту STATISTICA Demo, розроблена компанією StatSoft, система для статистичного аналізу даних, що включає широкий набір аналітичних процедур і методів. Платформа для опрацювання результатів нейродосліджень від фірми Біхайвеор.</p>
Переддипломна практика	практика	Pereddiploмна_praktika.pdf	vpY9cYjDapJwPnhl8T MorsQS7Hw8iyFHSe5ia J6Emvk=	Використання бази проходження практики.
Кваліфікаційна робота	підсумкова атестація	Kvalifikatciyna_robota.pdf	B5rBSUgXcvRZeWiId6 IOF4jSrsYdSGM286Vbw 9BojeI=	Комп'ютер на базі процесора AMD Athlon II Dual Core 250 (3,0 GHz RAM 4Gb, SSD 240 Gb), дата введення в експлуатацію грудень 2016 року, ремонтних робіт не проводилось. Монітор BenQ G2220HDA (1 шт.) Автономна акустика TS SL-1230 (1 шт), 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Ремонт не потребує. Акустична система F@D (1 шт), 2020 рік виготовлення. Введено в експлуатацію в 2021 році. Ремонт не потребує.

324152	Процишин Юлія Тарасівна	старший викладач, Основне місце роботи	Факультет економіки та управління	Диплом магістра, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2011, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 032469, виданий 15.12.2015	4	Стратегічний маркетинг	<p>Нааявність вимог, викладених у пунктах 37-38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>Досягнення у професійній діяльності: Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя, 2011 р., магістр з маркетингу. Кандидат економічних наук, 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тема дисертації: «Формування ефективної системи маркетингового планування на підприємстві»</p> <p>Досягнення у професійній діяльності:</p> <p>1:</p> <p>Іванечко, Н., Процишин, Ю., & Никитишин, Т. (2020). Цифрові технології в роздрібній торгівлі: зарубіжний та Український досвід. <i>Food Industry Economics</i>, 12(1). (фахове видання) URL: https://doi.org/10.15673/foodie.v12i1.1671.</p> <p>Юлія Процишин. Креативність в маркетингу – найбільш затребуваний soft skills сьогодення <i>Вісник ХНУ</i>. 2022, №2, Т.2. С. 66-72. (фахове видання) URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=13843</p> <p>Процишин Ю. Т. Борисова Т.М. Дослідження векторів використання інтернет-маркетингу в сфері міського громадського транспорту. <i>Вісник ХНУ</i>. 2020, №2. С. 130-135. (фахове видання) http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N2(280).pdf#page=130</p> <p>Процишин Ю.Т., Іванечко Н.Р., Крулевський А.В.. Інтернет-маркетинг: email-розсилка в освітній сфері. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. Випуск 3(77), Ч.2, С. 134-142. (фахове видання) URL: http://www.psaejrnl.nau.in.ua/journal/3_7_7_2_2020_ukr/21.pdf</p> <p>Борисова Т., Монастирський Г., Борисяк О., Процишин Ю. (2021). Пріоритети маркетингу, конкурентоспроможності та інноваційного розвитку постачальників транспортних послуг у рамках сталого розвитку міст. <i>Маркетинг і менеджмент інновацій</i>, 3, 78-89. (Web of Science). http://doi.org/10.21272/mi.2021.3-07</p> <p>3:</p> <p>Стратегічний маркетинг : Навчальний</p>
--------	-------------------------	--	-----------------------------------	--	---	------------------------	---

посібник для студентів спеціальності 075 МАРКЕТИНГ, ступеня вищої освіти магістр / Ю.Т. Процишин Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 144 с.
Борисова Тетяна, Процишин Юлія. Потенціал маркетингу в управлінні сталим розвитком. Маркетингове забезпечення сталого розвитку міського громадського транспорту: колективна монографія/ [Ред. Т.М. Борисова, Г. Л. Монастирський]. Тернопіль. видавець ФОП Осадца У.В. 2019 . С.141 -158
http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/37699/1/!!!Monograf_2019_Tema.pdf#page=141
Хрупович Світлана, Процишин Юлія. Студії креативного маркетингу : електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2021. 146 с.
<http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42341>

4: Методичні рекомендації для виконання практичних робіт з дисципліни «Стратегічний маркетинг» за освітньо-кваліфікаційним рівнем «Магістр» денної та заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг» / Ю.Т. Процишин. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 51 с.
Електронний комплекс в системі MOODLE.

Методичні рекомендації для виконання самостійних робіт з дисципліни «Стратегічний маркетинг» за освітньо-кваліфікаційним рівнем «Магістр» денної та заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг» / Ю.Т. Процишин. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 14 с.
Електронний комплекс в системі MOODLE.

Методичні рекомендації для виконання комплексного практичного індивідуального завдання (КПЗ) з дисципліни «Стратегічний маркетинг» за освітньо-кваліфікаційним рівнем «Магістр» денної та заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг» / Ю.Т. Процишин. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 53 с.
Електронний комплекс в системі MOODLE.

8:
Виконавець НДР по темі

М-17-2020 «Аналіз маркетингової комунікаційної політики надавачів послуг міського громадського транспорту в умовах сталого розвитку міст», старший науковий співробітник. Та у рамках виконання науково-дослідного проекту, що фінансуються з державного бюджету «Формування механізму сталого розвитку міського транспорту на засадах концепції «розумного» міста та муніципальної екології» МПУ-10-2017 «Б»

12:

Процишин Ю.Т. Сайт як інструмент впізнаваності бренду та комунікації з клієнтами. X регіональна науково-практична інтернет-конференція молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». Тернопіль: ТНТУ. 2019. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/29382/2/RS_PIC_2019_Protsyshyn_Y-Site_as_a_brand_aid_147-148.pdf

Protsyshyn Y. Application of digitization in the transport system. The 8 th International scientific and practical conference «Information, its impact on social and technical processes» (March 16-17, 2020). Haifa, Israel 2020. 227-229 p. <https://isg-konf.com/wp-content/uploads/2020/03/VIII-Conference-16-17-Haifa-Israel.pdf>

Процишин Ю.Т. YouTube-канал – необхідність сьогодення. Маркетинг і цифрові технології: Зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 вересня 2020 р. / ОНПУ. Одеса: ТЕС, С.69-70. <https://www.mdt-opu.com.ua/files/download/2020/sbornik-tezisov2020.pdf>

Процишин Ю.Т. Автоматизація процесів за допомогою чат-бота. Маркетинг і цифрові технології: Зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. 29–30 вересня 2022 р. / Одеська політехніка. Одеса: ТЕС, 2022. С. 106-107.

Процишин Ю.Т., Монастирський В. В. Позитивний імідж підприємства як складова конкурентоспроможності. Тенденції та перспективи розвитку менеджменту в умовах

						<p>глобальних викликів: матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. (28 травня 2021 р., м. Херсон) / за ред. Н.В. Кириченко, Н.Д. Худік та ін. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2021. С. 345-348 http://www.ksau.kherson.ua/files/konferencii/20210624/%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%20%D0%BC%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%97.pdf</p> <p>19: Член ГО «АТОМ», яка займається маркетинговими дослідженнями. Член ГО «Українська асоціація маркетингу»</p> <p>Стажування (підвищення кваліфікації) ТОВ «Микулинецький Бровар», 2019 рік. Довідка №28-1 від 18.04.2019. Міжнародне стажування (90 годин – 3 кредити ECTS) «Education, science, business in high quality training of economic specialists» Suceava, Romania, 2020 (№57-37/06).</p>	
324147	Дудар Володимир Тарасович	доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та управління	<p>Диплом магістра, Тернопільська академія народного господарства, рік закінчення: 2005, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 051105, виданий 28.04.2009, Атестат доцента 12ДЦ 037608, виданий 17.01.2014</p>	13	Управління маркетингом	<p>Наявність вимог, викладених у пунктах 37-38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>Освітня кваліфікація: Тернопільська академія народного господарства, 2005 р., менеджмент організацій, Кандидат економічних наук, 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Тема дисертації: “Формування і розвиток ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції” Доцент кафедри маркетингу</p> <p>Досягнення у професійній діяльності:</p> <p>1: Дудар В.Т. Формування цінових стратегій підприємств органічного сектора для досягнення маркетингових цілей / Наук. журнал “Вісник ТНЕУ”. Випуск 2. Тернопіль, Економічна думка. 2018. С. 45-54. URL: (фахове видання) http://dspace.wnu.edu.ua/bitstream/316497/31312/1/%D0%94%D1%83%D0%B4%D0%B0%D1%80.pdf</p>

Дудар В.Т.
Конкурентні переваги
властивостей органічної
агропродовольчої
продукції з позиції
маркетингу / “Вісник
ТНЕУ”. Випуск 1.
Тернопіль, Економічна
думка. 2019. С. 131-140.
(фахове видання)
URL:
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=uk&user=Cmuv6IYAAAAAJ&citation_for_view=Cmuv6IYAAAAJ:hFO9nPyWt4C

Дудар В.Т.,
Окрепкий Р.Б.
Упровадження концепції
маркетингового
управління в діяльність
підприємств міського
електротранспорту.
Галицький економічний
вісник. № 1 (62) 2020. –
С. 118-131. (фахове
видання) URL:
<http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/31695>

Хрупович С, Дудар В.,
Окрепкий Р.
Використання штучного
інтелекту для
моделювання портрету
споживача в цифровому
маркетингу. Галицький
економічний вісник.
Тернопіль : ТНТУ, 2022.
Том 74 № 1. С. 163–170.
(фахове видання)
URL:
http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/38699/2/GEV_2022v74n1_Khrupovych_S-Artificial_intelligence_163-170.pdf
Іванечко Н., Дудар В.,
Павелко В. Пошуковий
маркетинг. Галицький
економічний вісник.
2022. Том 74. №1. С.158-
162. (фахове видання)
URL:
<http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/38697>

З:
Дудар Володимир.
Управління
маркетингом.
Навчальний посібник
для студентів
спеціальності 075
МАРКЕТИНГ, ступеня
вищої освіти магістр.
Тернопіль, ЗУНУ. 2022.
85 с.

Volodymyr Dudar.
Strategiczne wektory
zewnętrzne rozwoju rynku
rolno-spożywczego
Ukrainy. Rozdział 1 w
monografie „Stan i
perspektywy rozwoju
przedsiębiorczości –
wymiar krajowy,
regionalny, lokalny ze
szczególnym
uwzględnieniem powiatu
tarnobrzeskiego”/
Redakcja: Grzegorz Wilk-
Jakubowski, Agnieszka
Buś-Bidas. Wydawnictwo
Spolecznej Akademii
Nauk, Łódź-Warszawa,

2018.Р 13-27.

Маркетинг
[Електронний ресурс] :
навч. посіб. / Н.
Іванечко, Т. Борисова, В.
Дудар [та ін.] ; за ред. Н.
Р. Іванечко. - Тернопіль :
ЗУНУ, 2021. - 180 с. URL:
[http://dspace.wunu.edu.u
a/handle/316497/42757](http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757)

4:
Опорний конспект
лекцій з дисципліни
„Управління
маркетингом” для
студентів факультету
економіки та управління
спеціальності 075
„Маркетинг” для всіх
форм навчання другого
(магістерського) рівня
вищої освіти /
Володимир Дудар.
Тернопіль, ЗУНУ, 2021.
60 с. Електронний
комплекс в системі
MOODLE.

Методичні
рекомендації для
проведення практичних
занять з дисципліни „
Управління
маркетингом” для
студентів факультету
економіки та управління
спеціальності 075
„Маркетинг” для всіх
форм навчання другого
(магістерського) рівня
вищої освіти /
Володимир Дудар.
Тернопіль, ЗУНУ, 2022.
21 с. Електронний
комплекс в системі
MOODLE.

Методичні
рекомендації для
самостійної роботи
студентів з дисципліни „
Управління
маркетингом” для
студентів факультету
економіки та управління
спеціальності 075
„Маркетинг” для всіх
форм навчання другого
(магістерського) рівня
вищої освіти /
Володимир Дудар.
Тернопіль, ЗУНУ, 2021.
17 с. Електронний
комплекс в системі
MOODLE.

8:
Виконавець НДР по темі
М-17-2020, старший
науковий співробітник
Виконавець НДР по темі
№ М-66-2019
«Факторний аналіз
маркетингової
інноваційної діяльності
надавачів послуг
міського громадського
транспорту» (2019 р.), ,
старший науковий
співробітник

12:
Дудар В.Т., Дудар Т.Г.
Проблеми розвитку
маркетингу на ринку
органічної
агропродовольчої
продукції / Матеріали
VIII Міжнародної

науково-практичної конференції «Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи» - [у 2-х т.]. Харків: ХНТУСГ, 2017 р. Т. 1. С. 115-119.
<http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/5393/2/38.pdf>

Дудар В.Т., Дудар Т.Г. Маркетингова кооперація товаровиробників у контексті соціально-економічного розвитку сільських територій / Матеріали міжнародної конференції. Київ, Видавництво ННЦ "Інститут аграрної економіки". 2017. С. 125-129.

Дудар В.Т. Особливості розвитку онлайн-торгівлі органічною продукцією / Збірник тез доповідей III Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених з міжнародною участю «Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту: актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення» 19-20 травня 2020 р. С. 111-114.
<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37864/1/111.pdf>

Дудар В.Т., Дмитро М. ІНФОРМАТИЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ // Матеріали доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених "АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА УПРАВЛІННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ" , 2020. С.36-38.

Дудар В.Т., Гулянич Р. СТРАТЕГІЯ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ НА РИНКУ // Матеріали доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених "АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА УПРАВЛІННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ" , 2021. С.48-50.

19:

Член ГО «АТОМ», яка займається маркетинговими дослідженнями.

Член ГО «Українська асоціація маркетингу»

							Стажування (підвищення кваліфікації) ТРЦ «Подільяни», 2020 рік. Довідка №72/к від 04.11.2020 р.
324424	Шандрук Сергій Костянтинович	професор, Основне місце роботи	Соціально-гуманітарний факультет	Диплом доктора наук ДД 005700, виданий 01.07.2016, Диплом кандидата наук КН 008186, виданий 21.06.1995, Атестація доцента 12ДЦ 034038, виданий 25.01.2013, Атестація професора АП 000094, виданий 27.04.2017	27	Методологія наукових досліджень	<p>Наявність вимог, викладених у пунктах 37-38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>Освітня кваліфікація: Тернопільський державний педагогічний інститут, 1991 р., російська мова та література, світова література, учитель російської мови та літератури, світової літератури; Луцький державний педагогічний інститут ім. Лесі Українки, 1992 р., практична психологія в системі народної освіти, психолог-практик. Доктор психологічних наук, 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Тема дисертації: «Психологічні засади розвитку професійних творчих здібностей майбутніх практичних психологів».</p> <p>Професор кафедри психології та соціальної роботи.</p> <p>Наявність вимог, викладених у пункті 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, кваліфікації, наукового ступеня (вченого звання), досвіду науково-педагогічної діяльності та викладання освітнього компоненту, наукові публікації, пов'язані зі сферою освітнього компоненту та методики його викладання, підвищення кваліфікації, досвід практичної роботи:</p> <p>1: Furman O., Shandruk S., Gerasymova E., Panok V., Vasylykiv O., Lukashuk M. Psychological and educational support of students' self-regulation development. International Journal of Management. №11 (4). 2020. Pp. 326-338. (Scopus) https://www.scopus.com/authorId/detail.uri?authorId=57216770459 Oleksandr Kolesnichenko, Yanina Matsegora, Ihor Prykhodko, Serhii Shandruk, Stanislav Larionov, Svitlana Izbash, Lesia Vavryk, Iryna Khanenko, Yulia Andrusyshyn, Kateryna Tishechkina. Typology of Personal Characteristics of Cadets Who Use Psychoactive Substances. International Journal of Psychology and Psychological Therapy</p>

link is disabled. 2021,
21(3). Рр. 347–361.
(Scopus)
[https://www.scopus.com/
authid/detail.uri?
authorId=57216770459](https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57216770459)

Шандрук Сергій.
Концепція розвитку
професійних творчих
здібностей майбутніх
психологів Психологія і
суспільство. Тернопіль :
Економічна думка. №1-
2. 2020. – С. 35-55
(фахове видання).
DOI:
[https://doi.org/10.35774/
pis2020.01.035](https://doi.org/10.35774/pis2020.01.035)

Шандрук С.К., Демків
В.Г. Психодіагностика
мотивації вибору
професії та задоволення
базових потреб у роботі
дизайнера. Вісник ХНПУ
імені Г.С. Сковороди.
Психологія. 2021. Вип.
64. С. 216-236. (фахове
видання).
DOI:
[https://doi.org/10.34142/2
3129387.2021.64.13](https://doi.org/10.34142/23129387.2021.64.13)

Шандрук Сергій,
Чернець Богдан.
Креативний потенціал як
чинник психологічного
благополуччя студентів.
Вісник ХНПУ імені Г.С.
Сковороди. Психологія.
2021. Вип. 65. С. 224-234.
(фахове видання).
DOI:
[https://doi.org/10.34142/2
3129387.2021.65.14](https://doi.org/10.34142/23129387.2021.65.14)

Шандрук С.К., Г. Тінг.
Кубики Рорі як
психодіагностичний
інструментарій для
дослідження вербальної
креативності особистості.
Вісник ХНПУ імені Г.С.
Сковороди. Психологія.
Випуск 66. 2022. 367-375
(фахове видання).
DOI:
[https://doi.org/10.34142/2
3129387.2021.65.14](https://doi.org/10.34142/23129387.2021.65.14)

3:
Фурман А.В., Шандрук
С. К. Методологічне
обґрунтування циклічно-
вчинкової типології ігор.
Вітакультура
методологія: антологія.
До 25-річчя наукової
школи професора А.В.
Фурмана : колективна
монографія. Тернопіль :
ТНЕУ, 2019. С. 666-678.

Шандрук С. К.
Методологічне
обґрунтування теорії
розвитку професійних
творчих здібностей
особистості. Методологія
і психологія
гуманітарного пізнання.
До 25-річчя наукової
школи професора А.В.
Фурмана : колективна
монографія. Тернопіль :
ТНЕУ, 2019. С. 363-454.

4:
Шандрук С. К.
Методичні рекомендації
з вивчення дисципліни

«Методологія наукових досліджень». Тернопіль: ЗУНУ. 2021.

Електронний комплекс в системі MOODLE.

Шандрук С. К.
Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи з дисципліни «Методологія наукових досліджень». Тернопіль : ЗУНУ. 2020. 27 с.

Шандрук С. К.
Методичні рекомендації до проведення тренінгу з дисципліни «Методологія наукових досліджень». Тернопіль : ЗУНУ. 2020. 39 с.

8:

Член редакційних колегій наукових видань: іноземного друкованого видання «Pedagogika Katolicka», наукових друкованих фахових видань «Психологія і суспільство» та «Вісник харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Психологія».

Член Міжгалузевої експертної ради Акредитаційної комісії України

11:

Наукове консультування Українського науково-методичного центру практичної психології і соціальної роботи Національної академії педагогічних наук України з вересня 2016 року – дотепер.

12:

Шандрук С. К.
Рефлексивне обґрунтування методологічних підходів до пізнання особистості. Innovative solutions in modern science. Dubai, 2017. N 5 (14). P. 92-107.

Шандрук С.К.
Категорія "творчі здібності" як засіб психологічного пізнання. Освітній простір XXI століття: реалії, новації, перспективи: матеріали наук.-практ. конф.[м. Тернопіль, 23 лют. 2017 р.]. Тернопіль: ТНЕУ. 2017. С. 108-109.

Шандрук С.К., Фурман О.Є. Маніпуляція та психологічний захист. Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. «Україна в умовах реформування правової системи: сучасні реалії та міжнародний досвід». (Тернопіль, 21-22 квіт. 2017р.). Тернопіль: Економічна думка. 2017. С. 223-226.

Шандрук С.К., Фурман О.Є. Засновки та особливості міжособистісної взаємодії в освітньому

						<p>процесі. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Україна в умовах реформування правової системи: сучасні реалії та міжнародний досвід». (Тернопіль, 20-21 квіт. 2018р.). Тернопіль: Економічна думка. 2018. С. 336-340.</p> <p>Шандрук С.К., Фурман А.В. Становлення особистості в сучасному соціумі : контури самотворення. Мат-ли Всеукр. наук.-практ. конф. «Інновації партнерської взаємодії освіти, економіки та соціального захисту в умовах інклюзії та прагматичної реабілітації соціуму». (Кам'янець-Подільський, 24-25 квітня 2017 р.) / МОН України, Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний соціально-економічний коледж, Кам'янець-Подільський : Вектор. Вип. 2. 2017. С. 217-219.</p> <p>14: Керівник наукового гуртка «Юний методолог»</p> <p>19: Академік Академії соціальних наук України Член ГО «Інтелектуальний штаб громадянського суспільства»</p> <p>Стажування (підвищення кваліфікації) Закордонне стажування (міжнародне науково-педагогічне стажування) на базі Католицького університету в Руженбероку (Словацька Республіка), 22.11.2021 року по 21.01.22 року, сертифікат від 15.02.2022 року, за проєктом: «Інноваційні технології навчання та викладання фахових дисциплін психолого-педагогічного профілю».</p>
324154	Хрупович Світлана Євгенівна	доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та управління	Диплом кандидата наук ДК 034979, виданий 08.06.2006, Атестат доцента 12ДЦ 019229, виданий 18.04.2008	19	<p>Моделювання і прогнозування маркетингу</p> <p>Наявність вимог, викладених у пунктах 37-38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>Освітня кваліфікація: Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, 1997 р. «Менеджмент у виробничій сфері», інженер – економіст Кандидат економічних наук, 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами»; тема дисертації: «Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємства»</p>

Доцент кафедри економічної кібернетики

Досягнення у професійній діяльності:

1:
Хрупович С.Є.,
Мариненко Н.Ю.
Використання теорії ігор при вивченні суспільно-економічної поведінки української молоді. Економіка і управління, 2017. №4 (76). С. 19-25. (фахове видання) URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/25619/1/%D0%A1%D1%82%D0%BD%D1%82%D1%82%D1%8F%D0%9C%D0%BD%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9D.%D0%AE.%2C%20%D0%A5%D1%80%D1%83%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87%20%D0%A1.%D0%84.pdf>
Іванечко Н. Р.
Контекстна реклама: метрики і KPI / Неля Ростиславівна Іванечко, Світлана Євгенівна Хрупович // Галицький економічний вісник. Тернопіль : ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 79–84. (Економіка та управління підприємством). (фахове видання) URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/31588>
Хрупович С.Є. Іванечко Н.Р. Інструменти управління креативним маркетингом. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. №1 С. 138-143. (фахове видання) URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/01/26.pdf>
Хрупович С. Є.
Застосування інструментів інтернет-маркетингу під час просування продукції на ринках B2B. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 1. С. 204-208. (фахове видання) URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2019_1_39
Хрупович С.Є. Борисова Т.М. Використання штучного інтелекту при маркетинговому аналізі неструктурованих даних. Маркетинг і цифрові технології. Одеса. 2021. №1. С. 17-26. (фахове видання) URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/127>
Борисова Т. М. Хрупович С.Є. Глобальна конкуренція: роль та місце у системі маркетингового середовища / Тетяна Борисова, Світлана

Хрупович // Галицький економічний вісник Т. : ТНТУ, 2021. Том 68. № 1. С. 159–165. (Маркетинг). (фахове видання) URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/34853>
Хрупович С., Дудар В., Окрепкий Р.
Використання штучного інтелекту для моделювання портрету споживача в цифровому маркетингу. Галицький економічний вісник. Тернопіль : ТНТУ, 2022. Том 74 № 1. С. 163–170. . (фахове видання) URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/38699/2/GEV_2022v74n1_Khrupovich_S-Artificial_intelligence_163-170.pdf

Borysova, Tetyana, Grygorii Monastyrskiy, Svitlana Khrupovych, Vasylyna Chaikivska. Marketing communication policy of local authorities as a tool for forming the image of municipal service providers. Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2022. P.306-315. (Web of Science). URL: <https://doi.org/10.55643/FCAPTR.2.43.2022.3614> <https://publons.com/p/52935278/>

З:

Хрупович Світлана.
Моделювання і прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 МАРКЕТИНГ, ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с. URL: <http://dspace.wnu.edu.ua/handle/316497/45229>
Хрупович Світлана, Процишин Юлія. Студії креативного маркетингу : електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2021. 146 с. URL: <http://dspace.wnu.edu.ua/handle/316497/42341>
Хрупович Світлана.
Імплементация світового досвіду використання альтернативних джерел енергії при плануванні вантажопотоків міського транспорту. Маркетингове забезпечення сталого розвитку міського громадського транспорту: колективна монографія/ [Ред. Т.М. Борисова, Г. Л. Монастирський]. Тернопіль. видавець ФОП Осадца У.В. 2019 . С.141 -158 URL: http://dspace.wnu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/37699/1/!!!Monograf_201

9_Тема.pdf#page=141
Хрупович С.Є.
Маркетинг некомерційних організацій сфери соціальних послуг у контексті сталого розвитку. Інституційні засади і маркетингові імперативи сталого розвитку: Колективна монографія. / [Ред. Т.М. Борисова, Г. Л. Монастирський]. Тернопіль: «Економічна думка ЗУНУ», 2020. 340 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/39588/1/%D0%91%D1%80%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%A2.%D0%9C.%20%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F%202020.pdf>

4:
Хрупович С.Є.
Конспект лекцій з дисципліни „Моделювання і прогнозування маркетингу” для студентів факультету економіки та управління спеціальності 075 „Маркетинг” для всіх форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти Тернопіль, ТНЕУ, 2018. 42 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/31713/1/%D0%9E%D0%9F%D0%9E%D0%A0%D0%9D_%D0%9C%D0%9E%D0%94.pdf

Опорний конспект лекцій з дисципліни „Моделювання і прогнозування маркетингу” для студентів факультету економіки та управління спеціальності 075 „Маркетинг” для всіх форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти / Світлана Хрупович. Тернопіль, ЗУНУ, 2021. 74 с. Електронний комплекс в системі MOODLE.

Методичні рекомендації для проведення практичних занять з дисципліни „Моделювання і прогнозування маркетингу” для студентів факультету економіки та управління спеціальності 075 „Маркетинг” для всіх форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти / С.Є. Хрупович. Тернопіль, ЗУНУ, 2021. 29 с. Електронний комплекс в системі MOODLE.

Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів. Методика виконання та захисту КПІЗ з дисципліни

„Моделювання і прогнозування маркетингу” для студентів факультету економіки та управління спеціальності 075 „Маркетинг” для всіх форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти / С.Є. Хрупович. Тернопіль, ЗУНУ, 2022. 18 с. Електронний комплекс в системі MOODLE.

10:
Участь у міжнародному освітньому проєкті від Тернопільської бізнес-школи та Естонської бізнес школи «Developing Entrepreneurship Centre at Ternopil Business School» sponsored by Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Estonia у 2018 році. Сертифікат ментора курсу «Introduction to business».

12:
Світлана Хрупович, Анастасія Деменцевич. Використання штучного інтелекту в маркетингу/ Матеріали V міжнародної науково-практичної Інтернет конференції Маркетингова освіта в Україні". 2021. С.237-238. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/36737/Mou_21-70.pdf?sequence=1&isAllowed=y
Хрупович С.Є. Рогаль А.П. Використання мобільних додатків в громадському транспорті. Збірник тез доповідей III Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених з міжнародною участю «КОНКУРЕНТОСПРОМ ОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ-НАДАВАЧІВ ПОСЛУГ ТРАНСПОРТУ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЇХ ВИРІШЕННЯ» 19-20 травня 2020 р. С. 299-301 URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/37941>
Хрупович С.Є. Компетенції, які генерують креативні навички маркетолога. Збірник тез доповідей V ювілейної Науково-практичної конференції студентів та молодих вчених з міжнародною участю «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА УПРАВЛІННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ» 12

						<p>листопада 2020 року. С. 123 URL: http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/40271/1/408.pdf</p> <p>Хрупович Світлана. Використання методу гейміфікації в онлайн-спільноті клієнтів. Маркетинг: виклики та рішення. Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції / За ред. Литовченко І.Л., Ромата Є.В. Одеса. ОНУ, 2019. С. 95-97. URL: http://dSPACE.oneu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/10569/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D1%80%D1%96%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p> <p>Світлана Хрупович. Сучасні форми організації міжнародної торгівлі. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах» та I Міжнародного студентського наукового форуму Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2018. С. 138-139. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/26104/2/FMZKP_2018v1_Khrupovych_S-The_modern_forms_of_138-139.pdf</p> <p>19: Член ГО «АТОМ», яка займається маркетинговими дослідженнями. Член ГО «Українська асоціація маркетингу»</p> <p>Стажування (підвищення кваліфікації): ТОВ «Маркетингові технології ПБС», 2019 рік. Довідка №2/24 від 24.04.2019 р.</p>	
324037	Рибачок Світлана Михайлівна	доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут міжнародних відносин ім. Б.Д. Гаврилишина	Диплом кандидата наук ДК 031153, виданий 15.12.2005, Атестація доцента 12ДЦ 023250, виданий 17.06.2010	28	Ділові комунікації англійською мовою	Наявність вимог, викладених у пунктах 37-38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності Освітня кваліфікація: Чернівецький державний університет 1989р., романо-германські мови та література, філолог, викладач англійської мови та літератури Кандидат філологічних

наук, 10.02.04 - германські мови, доцент кафедри іноземних мов
Тема дисертації:
«Термінологічна лексика як засіб когезії англомовного економічного тексту».
Доцент кафедри іноземних мов
Досягнення у професійній діяльності:
1:
Дуда О., Рибачок С., Гумовська І. Socio-cultural approach to future translators' training. Закарпатські філологічні студії. Випуск 21. Том 2. Видавничий дім «Гельветика» 2022, 276 с., С.163-169.
chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://dspace.oduvs.edu.ua/bitstream/123456789/2730/1/21-2_2022_%D0%A1%D1%82%D0%Bo%D1%82%D1%82%D1%8F_%D0%97%D0%Bo%D0%BA%D0%Bo%D1%80%D0%BF%D0%Bo%D1%82%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96.pdf
Крайняк Л., Дуда О., Рибачок С. Мотиви самостійного вдосконалення студентами перекладацької компетентності. Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К.Ушинського. Наука і освіта. – 2021. – №3. – 46-59.
<https://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/articles/2021-3-doc/2021-3-st6>
Рибачок С.М., Дуда О.І. Переклад лінгвокраєзнавчих реалій // Нова філологія. Збірник наукових праць. Запоріжжя: ВД «Гельветика», 2021. N82. 364с. С.74-79.
https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/36969/1/R_Makhachashvili_New_filolog_2021_82_IF.pdf
Рибачок С.М. Лексичні засоби впливу мовної одиниці «фейк» // Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, березень 2020. Вип. 9(77). С.124-8.
<https://lingvj.oa.edu.ua/E2%84%96-9-77-2020>
Рибачок С.М. Екстралінгвальні чинники дискурсивної практики псевдоновин // Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія» Науковий журнал Випуск 10(78), 2020. С. 90-93
<https://lingvj.oa.edu.ua/E2%84%96-10-78-2020>

Рибачок С.М
«Семантичний зміст
лексеми «fake».
//Наукові записки
Національного
університету «Острозька
академія». Серія
«Філологія». Випуск:
науковий журнал .
Острог: Вид-во НаУОА,
березень 2019. Вип.
5(73). С. 84-87.
<https://lingvj.oa.edu.ua/%E2%84%96-5-73-2019>

Рибачок С.М
Комунікативний
феномен post-truth
//Наукові записки.
Випуск 153. Серія:
Філологічні науки.
Кропивницький, 2018.
С. 306-310

З:
Рибачок С.М Семантичні
характеристики
концепту
«фейк».///Іноземна мова
у наукових дослідженнях
(суспільствознавчі,
лінгвістичні, методичні
та перекладознавчі
студії): колективна
монографія. Тернопіль:
ВПЦ ТНЕУ «Економічна
думка», 2020. С.135-141.
4:

Рибачок С., Кошіль Н.Є.,
Рибіна Н.В., Гирила О.С.
Методичні рекомендації
виконання КПЗ з
дисципліни "Ділові
комунікації англійською
мовою" Тернопіль,
ЗУНУ, 2022. 75 с.

Рибіна Н.В., Штохман
Л.М., Рибачок С.М.,
Гумовська І.М., Кошіль
Н.Є. Іноземна мова
(англійська). завдання
для самостійної роботи
студентів. - Тернопіль:
Вектор, 2022. -135 с.

Завдання для
самостійної роботи з
англійської мови для
студентів економічних
спеціальностей. /
Укладачі: Рибачок С.М.
Дуда О.І. Тернопіль:
Вектор, 2021. 85 с.

Навчальний англо-
український
економічний словник /
Укладачі: Рибачок С.М.
Дуда О.І., Тернопіль,
2021, 65с.

Рибіна Н.В., Рибачок
С.М., Кошіль Н.Є.,
Гирила О.С. Методичні
рекомендації для
проведення практичних
занять з дисципліни
"Ділові комунікації
англійською мовою".
метод. рекомендації. -
Тернопіль: Вектор, 2021.
- 64 с.

Рибачок С.М , Рибіна
Н.В., Собецька Н.В.,
Кошіль Н.Є.
Лінгвокраїнознавство
(англійською)(конспект

лекцій та завдання для практичних занять).
Тернопіль : Осадца Ю.В., 2021, 208 с.
Рибачок С.М., Дуда О.І. English for law students. Навчально-методичні рекомендації з англійської мови у галузі конституційного права Навчально-методичні рекомендації. Тернопіль, 2020. 95 с.
Рибачок С.М. Електронний курс «Ділові комунікації (англійською)» для магістрів у MOODLE

12:
Рибачок С.М. Комунікативний вплив бізнес-дискурсу / Матеріали III Всеукраїнської науково-практ. конф. У межах проекту TESOL-Ukraine Research Academy , «Дискурсні стратегії лінгвістики XXI століття. Термінологічна база сучасних лінгвістичних досліджень» , присвяченої 90-річчю професора К.Я.Кусько, Львів, 2021. Молодий вчений. №10.1(98.1), жовтень 2021, с. 140, С.93-97.
Крайняк Л., Дуда О, Рибачок С.М.,Рибіна Н., Белінська І.Текст економічного дискурсу як перекладознавча проблема// Innovations and prospects of world science Proceedings of I International scientific and practical conference, Vancouver, Canada, (September, 8-10, 2021), 408 p.
Рибачок С.М Деякі аспекти моніторингу освітніх послуг Тези Науково-практична конференція «Освітній простір XXI ст.: реалії, новації, перспективи», ТНЕУ, 23 лютого 2017.
Рибачок С.М Post-truth як узагальнена характеристика епохи //Національна ідентичність в мові і культурі: збірник наукових праць / за заг. ред. А.Г. Гудманяна, О.Г Шостак. К.: Талком, 2017. С. 300-304.
Rybachok S.Cohesive properties of terms //Virtus, Scientific Journal April # 23, Part 2, 2018. с.48
file:///D:/Users/Comp/Downloads/Journal23_2.pdf
Рибачок С.М Термінологічна репрезентація у навчальному тексті // Сучасні тенденції у сфері лінгвістики, мовної комунікації та методики викладання іноземних мов: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 травня 2016р., ТНЕУ. – Тернопіль: Астон, 2016. –

						<p>C.99-101. Rybachok S. Post-truth як вербалізація світових викликів.//Virtus. -- Scientific journal: Center of modern pedagogy "Learning without frontiers". –February, # 11, 2017 – С. 167-171. Стажування: Україно-американська асоціація працівників вищої школи, ТНЕУ Міжнародна освітня тренінг-програма "Весняна Академічна Школа Буковель-2019" у форматі творчо-педагогічної майстерні під назвою «Український освітній вимір в контексті інтеграції національної вищої школи до глобального академічного простору», Буковель, Сертифікат, 22.04 - 26.05 2019р.; Сертифікат про науково-педагогічне стажування (250 год.) 23.04-27.05.2019 2.Міжнародна освітня тренінг-програма "Весняна Академічна Школа Буковель-2019" у форматі творчо-педагогічної майстерні під назвою «Міжнародна комунікація: лінгвістичні і культурні парадигми», Буковель, Сертифікат, квітень 2018р.;</p> <p>Міжнародний сертифікат про право викладання англійської мови носіям інших мов TESOL.,березень-липень 2017р., Університет штату Арізона , Certificate No. a09a000001BBSAPAA5</p>	
324146	Борисова Тетяна Михайлівна	завідувач кафедри, Основне місце роботи	Факультет економіки та управління	<p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2003, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом доктора наук ДД 006047, виданий 13.12.2016, Диплом кандидата наук ДК 046568, виданий 21.05.2008, Атестат доцента 12ДЦ 032246, виданий 26.09.2012</p>	15	Комплексний Інтернет маркетинг	<p>Наявність вимог, викладених у пунктах 37-38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності Освітня кваліфікація: Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, 2003 р. за спеціальністю «Маркетинг», кваліфікація економіст Доктор економічних наук, 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»; тема дисертації: «Маркетинг некомерційних суб'єктів : теорія, методологія, практика» Професор кафедри маркетингу</p> <p>Досягнення у професійній діяльності:</p> <p>1: Борисова Т. М. Інструменти Інтернет-маркетингу некомерційних</p>

організацій України. Маркетинг і цифрові технології. 2017. Том 1. № 2. С. 53-75. (фахове видання). URL: <file:///C:/Users/%D0%A1%D0%B2%D1%94%D1%82%D0%B0/Downloads/16-1-57-1-10-20171208.pdf>

Борисова Т. М., Монастирський Г.Л. Marketing innovation activity of urban public transport: results of the empirical study. Маркетинг та менеджмент інновацій. 2018. № 3. С. 229-240. (Web of Science)

Borysova, T., Monastyrskiy, G., Zielinska, A. Barczak, M. (2019). Innovation Activity Development of Urban Public Transport Service Providers: Multifactor Economic and Mathematical Model. Marketing and Management of Innovations, 4, 98-109. (Web of Science). URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76103>

Ivanekho N., Borysova T., Monastyrskiy G. Research of customer buying behavior on the Ukrainian electromobile market Financial and credit activity: problems of theory and practice. Financial and credit activities: problems of theory and practice. 2020 № 4 (35). (Web of Science). DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v4i35.222527>

Борисова Т.М. Процишин Ю.Т. Дослідження векторів використання Інтернет-маркетингу в сфері міського громадського транспорту. Вісник ХНУ. 2020, №2. С. 130-135. (фахове видання) URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N2\(280\).pdf#page=130](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N2(280).pdf#page=130)

Хрупович С.Є. Борисова Т.М. Використання штучного інтелекту при маркетинговому аналізі неструктурованих даних. Маркетинг і цифрові технології. Одеса. 2021. №1. С. 17-26. (фахове видання) URL:<http://mdtopu.com.ua/index.php/mdt/article/view/127>

Borysova, Tetyana, Grygorii Monastyrskiy, Svitlana Khrupovych, Vasylyna Chaikivska. Marketing communication policy of local authorities as a tool for forming the image of municipal service providers. Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2022. P.306-315. (Web of Science). <https://doi.org/10.55643/>

3:

Борисова Тетяна.
Комплексний Інтернет-маркетинг. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 МАРКЕТИНГ, ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 272 с.

Борисова Т. М.
Міжнародна економічна конкуренція: Навч. посіб. Тернопіль: ТНЕУ, 2019. 233 с.

Monastyrsky G.L., Borysova T.M. Socio-economic prerequisites and prospects for the development of the market of urban public transport services in Ternopil. Forming of the marketing mechanism of sustainable urban transport development on the principles of ecological logistics: Monography / ed. G.L. Monastyrsky and T.M. Borysova. Ternopil: TNEU, 2018. P. 27-34.

Borysova Tatiana, Monastyrskiy Grygorii, Barczak Mariusz. Organizational aspects of sustainable development in urban public transport enterprises Public administration in the digital economy: monograph. Tallinn. Scientific Center of Innovative Researches OÜ. 2020. P. 49-61.

Borysova T.M. The current state and directions of improvement of quality of services of urban public transport of Ternopil city. Forming of the marketing mechanism of sustainable urban transport development on the principles of ecological logistics: Monography / ed. G.L. Monastyrsky and T.M. Borysova. Ternopil: TNEU, 2018. P. 104-111.

4:

Конспект лекцій з дисципліни „Комплексний Інтернет-маркетинг” для студентів факультету економіки та управління спеціальності 075 „Маркетинг” для всіх форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти / Дробчук О.М. (керівник відділу пошукового маркетингу «Wise Solutions»), Т.М. Борисова. Тернопіль, ТНЕУ, 2020. 21 с.
Електронний комплекс в системі MOODLE.

Борисова Т.М.
Методичні вказівки щодо забезпечення самостійної роботи з дисципліни „Комплексний Інтернет-маркетинг” для студентів факультету економіки та

управління спеціальності 075 „Маркетинг” для всіх форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти . Тернопіль, ЗУНУ, 2021. 40 с. Електронний комплекс в системі MOODLE.

Борисова Т.М.
Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни „Комплексний Інтернет-маркетинг” для студентів факультету економіки та управління спеціальності 075 „Маркетинг” для всіх форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти . Тернопіль, ЗУНУ, 2022. 45 с. Електронний комплекс в системі MOODLE.

7:
Офіційний опонент дисертації Керничного Б.Я. на тему «Організаційно-економічний механізм управління транспортно-логістичним обслуговуванням промислового підприємства», подану на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 073 Менеджмент. 18 червня 2021 року
<http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/26/browse?type=author&order=ASC&grp=20&value=Керничний%2С+Богдан+Ярославо вич>

8:
Співкерівник наукової роботи молодих вчених на тему: «Формування механізму сталого розвитку міського транспорту на засадах концепції "розумного" міста та муніципальної екології», номер державної реєстрації: 0117U003871, 2017-2020 рр., провідний науковий співробітник

Член редакційної колегії наукового журналу «Маркетинг і цифрові технології»
Редакційна колегія | МАРКЕТИНГ І ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ (mdt-opu.com.ua)

Член редакційної колегії наукового журналу «Економічний аналіз»
Редакційний штат (econa.org.ua)

Член редакційної колегії наукового журналу «Вісник економіки»
http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJR

9:

Член науково-методичної комісії (підкомісії) сектору вищої освіти науково-методичної ради МОН 075 «Маркетинг». Наказ МОН України «Про персональний склад науково-методичних комісій (підкомісій) сектору вищої освіти науково-методичної ради МОН» № 582 від 25.04.2019 р.

12:

Борисова Т.М.
Перспективи діджиталізації міського громадського транспорту України.
Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту : актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення : збірник тез доповідей II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених з міжнародною участю (Тернопіль, 24-25 жовтня 2019 року). Тернопіль : ТНЕУ, 2019. С. 143-144.

Борисова Т.М.
Актуальні проблеми застосування пошукового маркетингу на вітчизняних підприємствах.
Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Маркетинг: виклики та рішення». Одеса: ОНЕУ, 2019. С. 16-19.

Борисова Т.М.
«Розумні» зупинки як елемент цифрового маркетингу послуг міського громадського транспорту: результати емпіричного дослідження. III Міжнародна науково-практична конференція, присвячена 100-річчю заснування Одеського національного політехнічного університету «Маркетинг і цифрові технології», 25-26 травня 2018 р., Одеса. С. 53-54.

Борисова Т.М. Веб-аналітика у побудові стратегії інтернет-маркетингу. Маркетинг і цифрові технології: 36. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. 29-30 вересня 2022 р. / Одеська політехніка. Одеса: ТЕС, 2022. С. 38-39.

Borysova T. Marketing of subjects of city public transport in the context of development of tourism in Ukraine. Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасний стан та перспективи розвитку туризму», 2-4 травня

						<p>2018 року, м. Чернівці (Україна) - м. Сучава (Румунія). С. 213-216.</p> <p>14: Робота у складі організаційного комітету/журі II етапу Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з маркетингу, 2018-2021 рр.</p> <p>19: Член ГО «АТОМ», яка займається маркетинговими дослідженнями. Член ГО «Українська асоціація маркетингу».</p> <p>Стажування (підвищення кваліфікації): Міжнародне науково-педагогічне стажування на базі Сучавського університету імені Штефана чел Маре (м. Сучава, Румунія), 2018 р. Сертифікат № 5141/20 від 05.05.2018 р.</p>	
324148	Іванечко Неля Ростиславівна	доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та управління	<p>Диплом спеціаліста, Тернопільська академія народного господарства, рік закінчення: 2002, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 030779, виданий 29.09.2015, Атестат доцента АД 007450, виданий 15.04.2021</p>	10	Управління рекламною діяльністю	<p>Наявність вимог, викладених у пунктах 37-38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності</p> <p>Освітня кваліфікація: Тернопільська академія народного господарства, 2002 р «Облік і аудит», економіст</p> <p>Кандидат економічних наук, 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності); тема дисертації: «Маркетингові стратегії підприємств на ринку торговельно-розважальних послуг»</p> <p>Доцент кафедри маркетингу</p> <p>Досягнення у професійній діяльності: 1: Іванечко Н. Р., Хрупович С.Є. Контекстна реклама: метрики і КРІ. Галицький економічний вісник. Тернопіль: ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 79–84. (фахове видання) URL: http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/31588. Хрупович С.Є. Іванечко Н.Р. Інструменти управління креативним маркетингом. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. №1 С. 138-143. (фахове видання) URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N1(278).pdf. Ivanechko N., Borysova T., Monastyrskiy G. Research of customer buying behavior on the</p>

Ukrainian electromobile market. Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2020. №4 (35). 507-513 P. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v4i35.222527> (Web of Science).
Іванечко, Н., Процишин, Ю., & Никитишин, Т. (2020). Цифрові технології в роздрібній торгівлі: зарубіжний та Український досвід. Food Industry Economics, 12(1). (фахове видання) URL: <https://doi.org/10.15673/fe.v12i1.1671>.
Борисяк, О. В. Формування цифрового комунікативного середовища з надання енергетичних послуг на засадах кліматично нейтрального розвитку [Текст] / О. В. Борисяк, Н. Р. Іванечко // Бізнес Інформ. 2021. № 3. С. 44-50. (фахове видання) URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/41398>
Процишин Ю.Т., Іванечко Н.Р., Крулевський А.В. Інтернет-маркетинг: email-розсилка в освітній сфері. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. Випуск 3(77), Ч.2, С. 134-142. (фахове видання) URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-3-39>
Іванечко Неля, Борисяк Олена, Леонова Ірина. Транспортний шеринг: маркетингові аспекти. Вісник економіки. 2021. Вип.1. С. 55–65. (фахове видання) DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2021.01.055>
Іванечко Н., Дудар В., Павелко В. Пошуковий маркетинг. Галицький економічний вісник. 2022. Том 74. №1. С.158-162. (фахове видання) URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/38697>
Іванечко Н.Р., Окрепкий Р.Б., Павелко В.І. SEO оптимізація: семантичне ядро. Проблеми системного підходу в економіці. 2022. Випуск №1 (87). С.109 -114. (фахове видання)

З:
Іванечко Неля. Управління рекламною діяльністю. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 МАРКЕТИНГ, ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 88 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/45428>
Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова,

Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757> Іванечко Неля.

Особистість і поведінка споживача транспортних послуг. Маркетингове забезпечення сталого розвитку міського громадського транспорту: колективна монографія/ [Ред. Т.М. Борисова, Г. Л. Монастирський]. Тернопіль. видавець ФОП Осадца У.В. 2019 . С. 60 -75. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/37699/1/!!!Monograf_2019_Tema.pdf Іванечко Н.Р.

Маркетингові інструменти некомерційних організацій сфери охорони природного довкілля. Інституційні засади і маркетингові імперативи сталого розвитку: Колективна монографія. / [Ред. Т.М. Борисова, Г. Л. Монастирський]. Тернопіль: «Економічна думка ЗУНУ», 2020. 340 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/39588/1/%D0%91%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%A2.%D0%9C.%20%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F%202020.pdf>

4: Опорний конспект лекцій з дисципліни «Управління рекламною діяльністю» для студентів факультету економіки та управління спеціальності 075 «Маркетинг» для всіх форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти / Н.Р. Іванечко. Тернопіль, ЗУНУ, 2022. 62 с. Електронний комплекс в системі MOODLE.

Методичні рекомендації для проведення практичних занять з дисципліни «Управління рекламною діяльністю» для студентів факультету економіки та управління спеціальності 075 «Маркетинг» для всіх форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти / Н.Р. Іванечко. Тернопіль, ЗУНУ, 2022. 34 с. Електронний комплекс в системі MOODLE.

Методичні рекомендації для комплексного практичного індивідуального

завдання з дисципліни «Управління рекламною діяльністю» для студентів факультету економіки та управління спеціальності 075 «Маркетинг» для всіх форм навчання другого (магістерського) рівня вищої освіти / Н.Р. Іванечко. Тернопіль, ЗУНУ, 2022. 8 с. Електронний комплекс в системі MOODLE.

7:
Офіційний опонент дисертації Устьяна О.Ю. на тему «Клієнтоорієнтований маркетинг підприємств сфери розваг і відпочинку», подану на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) (075 Маркетинг). 26 жовтня 2018 року. URL: https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/30166/1/%d1%82%d1%8c%d1%8f%d0%bd_oref_2018.pdf

8:
Виконавець НДР по темі М-17-2020, старший науковий співробітник Виконавець НДР по темі М-66-2019 «Факторний аналіз маркетингової інноваційної діяльності надавачів послуг міського громадського транспорту» (2019 р.), старший науковий співробітник

12:
Іванечко Н.Р., Поліщук Д.О. Характеристика основних інструментів інтернет-маркетингу. The XI th International scientific and practical conference «Academic research in multidisciplinary innovation» November 30 – December 03, 2020 Amsterdam, Netherlands. P. 180-182.

Іванечко Н.Р., Никитишин Т.В. Застосування штучного інтелекту в роздрібній торгівлі продуктовими мережами: зарубіжний та український досвід. Конкурентоспроможність вітчизняних підприємствнадавачів послуг громадського транспорту: актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення : збірник тез доповідей III Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених з міжнародною участю

						<p>Тернопіль : ТНЕУ, 2020. 340 с.</p> <p>Іванечко Н.Р., Штогрин О.І. Управління мережевим бізнесом. Сучасна парадигма публічного управління // Збірник тез доповідей учасників I Міжнародної науково-практичної конференції. Львів: ЛНУ, 2019. С. 513-515.</p> <p>Іванечко Н.Р. Леонова І.В. Сучасний інструментарій маркетингу. Маркетинг: виклики та рішення // Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції. Одеса: ОНЕУ, 2019. С. 74-77.</p> <p>Іванечко Н.Р. Управління комунікаціями: меми. Маркетинг і цифрові технології: Зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. 29–30 вересня 2022 р. / Одеська політехніка. Одеса: ТЕС, 2022. С. 69-70.</p> <p>14: Керівництво роботою на тему «Штучний інтелект в торгівій мережі» Никитишин Таміли у 2020 році, Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт. Керівництво роботою на тему «Розвиток каршерингу в Україні» Леонової Ірини у 2021 році, Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт.</p> <p>19: Член ГО «АТОМ», яка займається маркетинговими комунікаціями. Член ГО «Українська асоціація маркетингу».</p> <p>Стажування (підвищення кваліфікації) Краківський економічний університет, Польща, 2019 рік. Довідка №2180 MSAP 2019.</p>
--	--	--	--	--	--	--

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

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначеному у стандарті вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
ПРН 16. Вміти обирати оптимальні	<input type="checkbox"/>	Комплексний Інтернет маркетинг	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації,	Тестування в системі MOODLE; поточне опитування; презентації результатів

<p>маркетингові рішення, розробляти та впроваджувати маркетингові заходи в Інтернеті, які необхідні ринковим суб'єктам, застосовуючи інноваційні управлінські прийоми, методи, підходи, принципи.</p>			<p>слайди, діаграми, відеоматеріали тощо). Заняття в групах, в парах (викладач-студент, студент-студент) індивідуально. Виконання аналітично-розрахункових завдань (виконання КПІЗ, розв'язок задач), Лабораторний метод (робота в лабораторії з нейрообладнанням, спеціалізованим програмним забезпеченням, обладнанням для створення та розміщення фото-, відеоконтенту, реклами)</p>	<p>виконаних завдань та досліджень; виступи на наукових заходах; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; екзамен.</p>
		Міждисциплінарна курсова робота	<p>Метод наставництва, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, метод дискусії, евристичний метод, ілюстративно-демонстраційний метод, аналіз, синтез, індукція, дедукція, метод узагальнення</p>	<p>Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист міждисциплінарної курсової роботи</p>
		Переддипломна практика	<p>Консультації, інструктаж, тренінг, метод наставництва, міжособистісне спілкування, обговорення проблемних та виробничих ситуацій, узагальнення та систематизація отриманих даних, самоаналіз власної практичної роботи.</p>	<p>Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист результатів практики.</p>
		Кваліфікаційна робота	<p>Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.</p>	<p>Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи</p>
<p>ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Кваліфікаційна робота	<p>Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.</p>	<p>Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи</p>
		Міждисциплінарна курсова робота	<p>Метод наставництва, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, метод дискусії, евристичний метод, ілюстративно-демонстраційний метод, аналіз,</p>	<p>Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист міждисциплінарної курсової роботи</p>

			синтез, індукція, дедукція, метод узагальнення	
		Управління маркетингом	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез, індукція, дедукція.	Стандартизовані тести, усне або письмове опитування; реферати, есе; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; презентації та виступи на наукових заходах; захист практичних робіт; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; екзамен.
		Управління рекламною діяльністю	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (робота в лабораторії нейромаркетингу і реклами із обладнанням для фото-і відео контенту), тренінги, словесні, (вербальний, дискусійний), проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний (пізнавальні та аналітичні ігри, групові дискусії та диспути), аналіз, синтез, індукція, дедукція	Поточне опитування; тестування з використанням системи MOODLE та за допомогою платформи Kahoot; презентації результатів виконаних завдань та проєктів; екзамен
ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	☒	Методологія наукових досліджень	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, інфографіка, відеоматеріали тощо). Заняття в групах, в парах (викладач-студент, студент-студент), індивідуально. Виконання творчих завдань (пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат, інтерпретація результатів перевірки). Підготовка публікації за обраною студентом тематикою українською, або, іноземною мовою з дотриманням норм академічної етики. Рецензування публікації колеги-студента	Поточне опитування; тестування та опитування; аналітичні звіти, реферати; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; доповіді і виступи на наукових заходах; кількісна та якісна обробка результатів емпіричних досліджень; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; екзамен.
		Ділові комунікації англійською мовою	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний (пізнавальні та аналітичні ігри, групові дискусії та диспути), аналіз, синтез, індукція, дедукція	Поточне опитування; залікове тестування та опитування; командні проєкти; реферати, есе; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виступи на наукових заходах; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; залік.
		Міждисциплінарна курсова робота	Метод наставництва, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, метод дискусії, евристичний метод, ілюстративно-демонстраційний метод, аналіз, синтез, індукція, дедукція, метод узагальнення	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист міждисциплінарної курсової роботи
		Переддипломна практика	Консультації, інструктаж, тренінг, метод наставництва, міжособистісне спілкування, обговорення проблемних та	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень.

			виробничих ситуацій, узагальнення та систематизація отриманих даних, самоаналіз власної практичної роботи.	Захист результатів практики.
		Кваліфікаційна робота	Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи
<i>ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Кваліфікаційна робота	Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи
		Ділові комунікації англійською мовою	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний (пізнавальні та аналітичні ігри, групові дискусії та диспути), аналіз, синтез, індукція, дедукція	Поточне опитування; залікове тестування та опитування; командні проекти; реферати, есе; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виступи на наукових заходах; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; залік.
<i>ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Управління маркетингом	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез, індукція, дедукція.	Стандартизовані тести, усне або письмове опитування; реферати, есе; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; презентації та виступи на наукових заходах; захист практичних робіт; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; екзамен.
		Управління рекламною діяльністю	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні	Поточне опитування; тестування з використанням системи MOODLE та за допомогою платформи Kahoot; презентації результатів виконаних завдань та проектів;

			(робота в лабораторії нейромаркетингу і реклами із обладнанням для фото-і відео контенту), тренінги, словесні, (вербальний, дискусійний), проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний (пізнавальні та аналітичні ігри, групові дискусії та диспути), аналіз, синтез, індукція, дедукція	екзамен
		Кваліфікаційна робота	Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи
<i>ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</i>	☒	Кваліфікаційна робота	Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи
		Міждисциплінарна курсова робота	Метод наставництва, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, метод дискусії, евристичний метод, ілюстративно-демонстраційний метод, аналіз, синтез, індукція, дедукція, метод узагальнення	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист міждисциплінарної курсової роботи
		Стратегічний маркетинг	Наочні (презентації, слайди, діаграми, інфографіка та відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), проведення ситуативних, рольових та імітаційних ігор; кейс-метод; проблемно-орієнтовані, дослідницькі, аналіз ситуацій	Поточне опитування; тестування в системі MOODLE; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; захист індивідуального проекту; екзамен
		Моделювання і прогнозування маркетингу	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації,	Усне або письмове опитування; тестування в системі MOODLE;

			<p>слайди тощо) Заняття в групах, в парах (викладач-студент, студент-студент) індивідуально. Виконання аналітично-розрахункових завдань (виконання КПЗ, розв'язок задач), вирішення ситуаційних вправ (кейсів). Лабораторний метод (проведення досліджень з використанням нейрообладнання) Залучення студентів до взаємного оцінювання.</p>	<p>презентації результатів виконаних завдань та досліджень; презентації та виступи на наукових заходах; захист практичних робіт, індивідуальних проектів; екзамен.</p>
<p><i>ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Кваліфікаційна робота</p>	<p>Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.</p>	<p>Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи</p>
		<p>Стратегічний маркетинг</p>	<p>Наочні (презентації, слайди, діаграми, інфографіка та відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), проведення ситуаційних, рольових та імітаційних ігор; кейс-метод; проблемно-орієнтовані, дослідницькі, аналіз ситуацій</p>	<p>Поточне опитування; тестування в системі MOODLE; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; захист індивідуального проекту; екзамен</p>
		<p>Міждисциплінарна курсова робота</p>	<p>Метод наставництва, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, метод дискусії, евристичний метод, ілюстративно-демонстраційний метод, аналіз, синтез, індукція, дедукція, метод узагальнення</p>	<p>Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист міждисциплінарної курсової роботи</p>
<p><i>ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Кваліфікаційна робота</p>	<p>Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.</p>	<p>Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи</p>
		<p>Міждисциплінарна курсова робота</p>	<p>Метод наставництва, дослідницький метод,</p>	<p>Оцінювання змісту та/або презентації результатів</p>

			метод проблемного викладу матеріалу, метод дискусії, евристичний метод, ілюстративно-демонстраційний метод, аналіз, синтез, індукція, дедукція, метод узагальнення Консультації, інструктаж, тренінг, метод наставництва, міжособистісне спілкування, обговорення проблемних та виробничих ситуацій, узагальнення та систематизація отриманих даних, самоаналіз власної практичної роботи.	виконаних завдань та досліджень. Захист міждисциплінарної курсової роботи Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист результатів практики.
		Управління рекламною діяльністю	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (робота в лабораторії нейромаркетингу і реклами із обладнанням для фото-і відео контенту), тренінги, словесні, (вербальний, дискусійний), проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний (пізнавальні та аналітичні ігри, групові дискусії та диспути), аналіз, синтез, індукція, дедукція	Поточне опитування; тестування з використанням системи MOODLE та за допомогою платформи Kahoot; презентації результатів виконаних завдань та проєктів; екзамен
		Управління маркетингом	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез, індукція, дедукція.	Стандартизовані тести, усне або письмове опитування; реферати, есе; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; презентації та виступи на наукових заходах; захист практичних робіт; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; екзамен.
ПРН 17. Здійснювати збір необхідних даних, обробку та аналіз результатів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в Інтернеті з використанням спеціалізованого програмного забезпечення та інноваційних методів.	<input type="checkbox"/>	Комплексний Інтернет маркетинг	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо). Заняття в групах, в парах (викладач-студент, студент-студент) індивідуально. Виконання аналітично-розрахункових завдань (виконання КПЗ, розв'язок задач), Лабораторний метод (робота в лабораторії з нейрообладнанням, спеціалізованим програмним забезпеченням, обладнанням для створення та розміщення фото-, відеоконтенту, реклами)	Тестування в системі MOODLE; поточне опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виступи на наукових заходах; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; екзамен.
		Міждисциплінарна курсова робота	Метод наставництва, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, метод дискусії, евристичний метод, ілюстративно-демонстраційний метод, аналіз, синтез, індукція, дедукція, метод узагальнення	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист міждисциплінарної курсової роботи
		Переддипломна практика	Консультації, інструктаж, тренінг, метод наставництва, міжособистісне спілкування, обговорення проблемних та виробничих ситуацій, узагальнення та систематизація отриманих даних, самоаналіз власної практичної роботи.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист результатів практики.

		Кваліфікаційна робота	Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	☒	Кваліфікаційна робота	Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи
		Методологія наукових досліджень	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, інфографіка, відеоматеріали тощо). Заняття в групах, в парах (викладач-студент, студент-студент), індивідуально. Виконання творчих завдань (пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат, інтерпретація результатів перевірки). Підготовка публікації за обраною студентом тематикою українською, або, іноземною мовою з дотриманням норм академічної етики. Рецензування публікації колеги-студента	Поточне опитування; тестування та опитування; аналітичні звіти, реферати; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; доповіді і виступи на наукових заходах; кількісна та якісна обробка результатів емпіричних досліджень; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; екзамен.
		Ділові комунікації англійською мовою	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний (пізнавальні та аналітичні ігри, групові дискусії та диспути), аналіз, синтез, індукція, дедукція	Поточне опитування; залікове тестування та опитування; командні проекти; реферати, есе; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виступи на наукових заходах; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; залік.
ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової	☒	Управління маркетингом	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми,	Стандартизовані тести, усне або письмове опитування; реферати, есе; презентації результатів

діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.			відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез, індукція, дедукція.	виконаних завдань та досліджень; презентації та виступи на наукових заходах; захист практичних робіт; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; екзамен
	Управління рекламною діяльністю		Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (робота в лабораторії нейромаркетингу і реклами із обладнанням для фото-і відео контенту), тренінги, словесні, (вербальний, дискусійний), проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний (пізнавальні та аналітичні ігри, групові дискусії та диспути), аналіз, синтез, індукція, дедукція	Поточне опитування; тестування з використанням системи MOODLE та за допомогою платформи Kahoot; презентації результатів виконаних завдань та проєктів; екзамен
	Міждисциплінарна курсова робота		Метод наставництва, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, метод дискусії, евристичний метод, ілюстративно-демонстраційний метод, аналіз, синтез, індукція, дедукція, метод узагальнення	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист міждисциплінарної курсової роботи
	Кваліфікаційна робота		Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи
ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	<input checked="" type="checkbox"/>	Моделювання і прогнозування маркетингу	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди тощо) Заняття в групах, в парах (викладач-студент, студент-студент) індивідуально. Виконання аналітично-розрахункових завдань (виконання КПЗ, розв'язок задач), вирішення ситуаційних вправ (кейсів). Лабораторний метод (проведення досліджень з використанням нейрообладнання) Залучення студентів до взаємного оцінювання.	Усне або письмове опитування; тестування в системі MOODLE; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; презентації та виступи на наукових заходах; захист практичних робіт, індивідуальних проєктів; екзамен.
		Управління маркетингом	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні	Стандартизовані тести, усне або письмове опитування; реферати, есе; презентації результатів виконаних завдань та досліджень;

			(тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез, індукція, дедукція.	презентації та виступи на наукових заходах; захист практичних робіт; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; екзамен.
		Кваліфікаційна робота	Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи
<i>ПРН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</i>	☒	Методологія наукових досліджень	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, інфографіка, відеоматеріали тощо). Заняття в групах, в парах (викладач-студент, студент-студент), індивідуально. Виконання творчих завдань (пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат, інтерпретація результатів перевірки). Підготовка публікації за обраною студентом тематикою українською, або, іноземною мовою з дотриманням норм академічної етики. Рецензування публікації колеги-студента	Поточне опитування; тестування та опитування; аналітичні звіти, реферати; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; доповіді і виступи на наукових заходах; кількісна та якісна обробка результатів емпіричних досліджень; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; екзамен.
		Управління рекламною діяльністю	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (робота в лабораторії нейромаркетингу і реклами із обладнанням для фото-і відео контенту), тренінги, словесні, (вербальний, дискусійний), проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний (пізнавальні та аналітичні ігри, групові дискусії та диспути), аналіз, синтез, індукція, дедукція	Поточне опитування; тестування з використанням системи MOODLE та за допомогою платформи Kahoot; презентації результатів виконаних завдань та проєктів; екзамен
		Міждисциплінарна курсова робота	Метод наставництва, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, метод дискусії, евристичний метод, ілюстративно-демонстраційний метод, аналіз, синтез, індукція, дедукція, метод узагальнення	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист міждисциплінарної курсової роботи
		Переддипломна практика	Консультації, інструктаж, тренінг, метод наставництва, міжособистісне спілкування,	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та

			обговорення проблемних та виробничих ситуацій, узагальнення та систематизація отриманих даних, самоаналіз власної практичної роботи.	досліджень. Захист результатів практики.
		Кваліфікаційна робота	Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи
<i>ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</i>	☒	Управління рекламною діяльністю	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (робота в лабораторії нейромаркетингу і реклами із обладнанням для фото-і відео контенту), тренінги, словесні, (вербальний, дискусійний), проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний (пізнавальні та аналітичні ігри, групові дискусії та диспути), аналіз, синтез, індукція, дедукція	Поточне опитування; тестування з використанням системи MOODLE та за допомогою платформи Kahoot; презентації результатів виконаних завдань та проєктів; екзамен
		Переддипломна практика	Консультації, інструктаж, тренінг, метод наставництва, міжособистісне спілкування, обговорення проблемних та виробничих ситуацій, узагальнення та систематизація отриманих даних, самоаналіз власної практичної роботи.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист результатів практики.
		Кваліфікаційна робота	Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи
<i>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-</i>	☒	Стратегічний маркетинг	Наочні (презентації, слайди, діаграми, інфографіка та відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо),	Поточне опитування; тестування в системі MOODLE; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; захист індивідуального проєкту;

функціонального характеру її реалізації.			словесні, (вербальний, дискусійний), проведення ситуативних, рольових та імітаційних ігор; кейс-метод; проблемно-орієнтовані, дослідницькі, аналіз ситуацій	екзамен
		Кваліфікаційна робота	Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи
ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	☒	Моделювання і прогнозування маркетингу	Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди тощо) Заняття в групах, в парах (викладач-студент, студент-студент) індивідуально. Виконання аналітично-розрахункових завдань (виконання КПІЗ, розв'язок задач), вирішення ситуаційних вправ (кейсів). Лабораторний метод (проведення досліджень з використанням нейрообладнання) Залучення студентів до взаємного оцінювання.	Усне або письмове опитування; тестування в системі MOODLE; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; презентації та виступи на наукових заходах; захист практичних робіт, індивідуальних проектів; екзамен.
		Стратегічний маркетинг	Наочні (презентації, слайди, діаграми, інфографіка та відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), проведення ситуативних, рольових та імітаційних ігор; кейс-метод; проблемно-орієнтовані, дослідницькі, аналіз ситуацій	Поточне опитування; тестування в системі MOODLE; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; захист індивідуального проекту; екзамен
		Переддипломна практика	Консультації, інструктаж, тренінг, метод наставництва, міжособистісне спілкування, обговорення проблемних та виробничих ситуацій, узагальнення та систематизація отриманих даних, самоаналіз власної практичної роботи.	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист результатів практики.
		Кваліфікаційна робота	Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з	Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи

			дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.	
<p><i>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Ділові комунікації англійською мовою</p>	<p>Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, слайди, діаграми, відеоматеріали тощо), практичні (тренінги тощо), словесні, (вербальний, дискусійний), проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний (пізнавальні та аналітичні ігри, групові дискусії та диспути), аналіз, синтез, індукція, дедукція</p>	<p>Поточне опитування; залікове тестування та опитування; командні проекти; реферати, есе; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виступи на наукових заходах; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; залік.</p>
		<p>Міждисциплінарна курсова робота</p>	<p>Метод наставництва, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, метод дискусії, евристичний метод, ілюстративно-демонстраційний метод, аналіз, синтез, індукція, дедукція, метод узагальнення</p>	<p>Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист міждисциплінарної курсової роботи</p>
		<p>Кваліфікаційна робота</p>	<p>Консультаційні заняття в парах (керівник кваліфікаційної роботи-студент). Наочні (ілюстративно-репродуктивний, ZOOM-конференції, слайди, діаграми тощо). Пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат. Підготовка публікації (тез доповідей) за обраною студентом тематикою з дотриманням норм академічної етики. Словесні та наочні методи, метод дискусії, дослідницький метод, метод проблемного викладу матеріалу, ілюстративно-демонстраційний метод.</p>	<p>Оцінювання змісту та/або презентації результатів виконаних завдань та досліджень. Захист кваліфікаційної роботи</p>
		<p>Методологія наукових досліджень</p>	<p>Наочні (ілюстративно-репродуктивний, презентації, інфографіка, відеоматеріали тощо). Заняття в групах, в парах (викладач-студент, студент-студент), індивідуально. Виконання творчих завдань (пошук статей у наукометричних базах, використання сервісів перевірки на плагіат, інтерпретація результатів перевірки). Підготовка публікації за обраною студентом тематикою українською, або, іноземною мовою з дотриманням норм академічної етики. Рецензування публікації колеги-студента</p>	<p>Поточне опитування; тестування та опитування; аналітичні звіти, реферати; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; доповіді і виступи на наукових заходах; кількісна та якісна обробка результатів емпіричних досліджень; підсумковий контроль з використанням системи MOODLE та інших інформаційних ресурсів; екзамен.</p>