

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"
Освітня програма	78665 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	D5 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	36
Повна назва ЗВО	Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"
Ідентифікаційний код ЗВО	02070743
ПІБ керівника ЗВО	Азюковський Олександр Олександрович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	http://www.nmu.org.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/36>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	78665
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Магістр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	кафедра маркетингу, фінансово-економічний факультет, навчальнонауковий інститут економіки
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	кафедра іноземних мов, кафедра туризму та економіки підприємства, кафедра міжнародних відносин і аудиту, кафедра прикладної економіки, підприємництва та публічного управління, кафедра економічного аналізу та фінансів, кафедра економіки та економічної кібернетик
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	49005, Дніпропетровська область, м. Дніпро, просп. Дмитра Яворницького, 19
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	347906
ПІБ гаранта ОП	Касян Сергій Якович
Посада гаранта ОП	професор
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	kasian.s.ya@nmu.one
Контактний телефон гаранта ОП	+38(050)-512-48-05
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(067)-700-00-86

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

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

Потреба у підготовці фахівців із маркетингу в НТУ «Дніпровська політехніка» сформувалася разом із розвитком економічної освіти університету та трансформацією бізнес-середовища регіону. НТУ «Дніпровська політехніка» засновано у 1899 р. як політехнічний ЗВО. У процесі розвитку університету поступово розширювалася підготовка з економічних напрямів, зокрема з 1912 р. розпочато викладання економіки, з 1930 р. - початок підготовки фахівців з економіки, що заклало підґрунтя для формування системи економічної освіти. У 1993 р. створено економічний факультет, на якому здійснювалася підготовка за спеціальністю «Менеджмент». Дисципліна «Маркетинг» викладалася студентам економічних спеціальностей із 1994 р. 1 вересня 2000 р. шляхом виділення з кафедри менеджменту створено кафедру маркетингу, яка отримала ліцензію на підготовку здобувачів за спеціальністю «Маркетинг» за першим та другим рівнями вищої освіти. У 2001 р. здійснено перший набір здобувачів на магістерську підготовку, а у 2002 р. акредитовано спеціальність «Маркетинг» за рівнем магістра. Таким чином, магістерська підготовка за спеціальністю «Маркетинг» у НТУ «Дніпровська політехніка» має понад 20-річний досвід реалізації.

На етапі становлення магістерської підготовки здобувачам пропонувалися спеціалізації «Маркетингове стратегічне управління», «Рекламний менеджмент» та «Міжнародний маркетинг», що відображало основні напрями професійної діяльності маркетолога на початку 2000-х років. У 2012 р. спеціальність «Маркетинг» акредитовано за рівнями бакалавра та магістра.

Подальший розвиток магістерської підготовки визначався змінами маркетингового середовища, запитами роботодавців, здобувачів та інших стейкхолдерів, а також розвитком європейських підходів до маркетингової освіти. Починаючи з 2015 р. зміст ОП послідовно оновлювався: посилено підготовку у сфері маркетингових досліджень та поведінки споживачів, введено компоненти, пов'язані із соціальною відповідальністю бізнесу, маркетингом взаємодії та партнерських відносин, маркетингом на високотехнологічних ринках. Водночас у змісті ОП посилювалася орієнтація на принципи сталого розвитку, відповідальне ведення бізнесу та врахування соціальних і екологічних наслідків маркетингових рішень. У 2019 р. ОП трансформовано відповідно до Стандарту вищої освіти. Важливим етапом розвитку ОП став 2020 р., коли було посилено її цифрову та інноваційну спрямованість. Зміст підготовки було зорієнтовано на формування компетентностей у сфері цифрового маркетингу з урахуванням високотехнологічності сучасного бізнесу та принципів соціальної й екологічної відповідальності. До переліку обов'язкових компонентів включено «Маркетинговий менеджмент», «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин», «Маркетинг стартап-проектів», а вибірковий блок розширено фаховими дисциплінами та компонентами, спрямованими на розвиток soft skills.

ОП «Маркетинг» 2026 р. розроблено із залученням науково-педагогічних працівників, здобувачів, випускників, роботодавців та інших стейкхолдерів. Під час проектування ОП враховано результати моніторингу потреб ринку праці, рекомендації фахівців-практиків та досвід кафедри маркетингу у підготовці фахівців. Особливістю ОП було формування здатності до розроблення та просування ідеї стартап-проекту, поєднання фахової, практичної та науково-дослідної підготовки, а також можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії.

ОП «Маркетинг» пройшла акредитацію у 2021 р. (сертифікат № 1668 від 11.06.2021). Звіти експертної групи та галузевої експертної ради за результатами акредитаційної експертизи оприлюднено на офіційному вебсайті НТУ «Дніпровська політехніка». Зауваження та рекомендації, отримані за результатами акредитації, враховано під час реалізації коригувальних заходів і подальшого вдосконалення ОП та системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.

Після акредитації 2021 р. ОП продовжує системно переглядатися з урахуванням результатів її реалізації, змін у законодавстві та професійному середовищі, тенденцій розвитку маркетингу, потреб ринку праці, пропозицій здобувачів, випускників і роботодавців. Удосконалення ОП спрямоване на посилення практико-орієнтованої підготовки, цифрових та аналітичних компетентностей, управління взаємодією бізнесу зі стейкхолдерами, розроблення інноваційних продуктів і прийняття маркетингових рішень в умовах невизначеності. ОП «Маркетинг» орієнтована на підготовку магістрів, здатних розв'язувати комплексні професійні та дослідницькі завдання у сфері маркетингу, розробляти й реалізовувати маркетингові стратегії, проводити маркетингові дослідження, обґрунтовувати інноваційні рішення та розвивати партнерські відносини із зацікавленими сторонами. Практична підготовка інтегрована в освітній процес і реалізується через практико-орієнтовані завдання, роботу з реальними бізнес-кейсами та взаємодію з представниками професійного середовища.

Проектування та реалізація ОП базуються на принципах студентоцентрованого, практико-орієнтованого та дослідницького навчання, забезпечують можливості для формування індивідуальної освітньої траєкторії, академічної мобільності та розвитку soft skills. При оновленні ОП враховується багаторічний досвід кафедри маркетингу, результати наукової та професійної діяльності її викладачів, досвід співпраці з роботодавцями й партнерами, а також участь викладачів і здобувачів у міжнародних освітніх та дослідницьких проектах.

5. Інформація про контингент здобувачів вищої освіти на ОП станом на 1 жовтня поточного навчального року у розрізі форм здобуття освіти та ліцензійний обсяг за ОП

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року	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

	навчання					
1 курс	2026 - 2027	60	13	5	0	0
2 курс	2025 - 2026	60	12	6	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	програми відсутні
другий (магістерський) рівень	78665 Маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	програми відсутні

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	135218	36379
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	135218	36379
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	2444	790

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>ОП_2026_D5_Маркетинг магістри.pdf</i>	EYUOLoHiwwJ7SJwesv75fakWjc3IfBjiMvgjT+efOzA=
Навчальний план за ОП	<i>D5_202627 очна.pdf</i>	hNncCzNyYH9C3n7fXJtXW6pr44TLAnD5DlBJxgHKyvA=
Навчальний план за ОП	<i>D5_202627 заочна.pdf</i>	xwXw5ldt5qLoRQ7oMHJOtaQon6t3cY6ry53d8uRhXQ=

1. Проектування освітньої програми

Чи освітня програма дає можливість досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти? 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?

ОП за предметною областю, формулюванням компетентностей та програмних результатів навчання, формами атестації здобувачів вищої освіти відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р. (<https://sur1.li/jlsbiq>) і за змістовим наповненням дозволяє досягти визначених ним результатів навчання.

Чинна ОП включає всі компетентності і результати навчання, що визначені стандартом вищої освіти (це компетентності ЗК1 – ЗК8, СК1 – СК9 та результати навчання ПР1 – ПР15), які повністю забезпечуються обов'язковими освітніми компонентами ОП. Також ОП містить спеціальну компетентність (СК10) і спеціальний результат навчання (СР1), які враховують особливості ОП. Для того, щоб проектування ОПП було системним та

грунтовним і для аргументованого досягнення ПРН, визначених СВО, було здійснено їх декомпозицію на окремі результати навчання, виходячи з досвіду розробників ОПП, викладачів, рецензентів, а потім об'єднання останніх у рамках окремих дисциплін ОПП. Також у матрицях відповідності ОПП показано через які саме дисципліни досягається кожен з 15 обов'язкових ПР. Відповідність окремого ОК результатам навчання за ОП визначено у робочих програмах дисциплін.

Чи зміст освітньої програми враховує вимоги відповідних професійних стандартів (за наявності)?

Відповідний професійний стандарт відсутній.

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін (стейкхолдерів)?

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

В період з лютого по травень 2026 за допомогою опитування здобувачів та випускників за спеціальністю Маркетинг проведено дослідження, метою якого було встановлення ступеню задоволеності результатами навчання та набутими фаховими компетентностями, <https://cutt.ly/NWKXOvf>. Було встановлено, що рівень задоволеності студентів і випускників якістю викладання освітніх компонентів, їхнім змістом, організацією освітнього процесу та набутими результатами навчання є високим <https://lnk.ua/ZmTKM3Xgy>. Результати опитування обговорені на засіданнях кафедри маркетингу за участю випускників і здобувачів ВО за даною спеціальністю (протокол №10 від 13 квітня 2026 р.), у ході якого було прийнято рішення для забезпечення набуття актуальних навичок продовжити пропонувати в ОП «Маркетинг» такі ОК за вибором студента: Бренд-менеджмент; Інтернет дослідження, Сучасні технології маркетингу та управління продажами. Здобувачі вищої освіти за ОП Таран Н., Готвянська Д. залучені до складу робочої групи з розроблення ОП 2026. Пропозицію випускниці Савенко Р. щодо обов'язкового вивчення особливостей управління маркетинговими стратегічними проектами з урахуванням сталого розвитку, командної взаємодії прийнято та запроваджено в ОК Ф1. Згідно поради здобувачки Черкасової М.В. продовжено доповнення ПР навичками урахування соціально-відповідальних тенденцій в рекламі і PR-комунікаціях завдяки пропонуванні дисципліни за вибором «Соціально відповідальні тренди в рекламі і PR-комунікаціях».

- роботодавці

Кафедра маркетингу розвиває системну співпрацю з роботодавцями та професійною спільнотою в межах чинних договорів про співробітництво університету з ТОВ «МаслоТрейд», ТОВ «Алмаз Мотор ЛТД», інженерно-інвестиційною групою EDS, рекламним агентством RGB Idea Group, корпорацією «Ольвія», дизайн-студією Expolight, ФОП Насирова С.В. та ін. На етапі розроблення ОП, під час її реалізації проведені зустрічі, конференції, круглі столи, де були визначені основні критерії формування цілей ОП відповідно сучасним викликам ринку праці. Пропозиції роботодавців надані у формі рекомендацій, що враховано при перегляді ОП. У ході опитування роботодавців, де здобувачі НТУ «ДП» за ОП «Маркетинг» проходили практику, а також в результаті аналізу наданих пропозицій роботодавцями на ОП, були внесені зміни в ОП відносно її вдосконалення. З роботодавцями обговорювалися РН та ОК у ОП: які РН у 2026 р. порівнянні з ОП 2025 р. слід поліпшити за рахунок розширення тематики вибіркового дисциплін. Так, за рекомендацією Качинської М.В. (Інженерно-інвестиційна група EDS) включено приклади для обговорення на заняттях з визначення метрики ефективності позиціонування електротехнічного обладнання, охоплення маркетингових комунікаційних кампаній на ринку високотехнологічної продукції, успішної взаємодії з партнерами у ОК «Економічне обґрунтування маркетингових рішень», «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин». Ці пропозиції роботодавців були обговорені на НМК спеціальності D5 Маркетинг (протокол №6 від 07 травня 2026 р.).

- академічна спільнота

До складу розробників ОП увійшли 5 викладачів випускової кафедри. Увага академічної спільноти щодо ОП сфокусувалася на ПР з підвищення ефективності маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та обґрунтування маркетингових рішень, проєктів і програм. За пропозицією Касяна С.Я. для відповідності ОП місії НТУ «ДП» щодо реалізації стратегічного портфеля програм і проєктів за ключовими напрямками забезпечення стійкості, не лише ОК Ф5 передбачає формування знань та навичок маркетингової діяльності на засадах стійкості у партнерській взаємодії, але й інші ОК включають певні теми, завдання, кейси щодо управління маркетинговою діяльністю у площині забезпечення стійкості в умовах воєнного стану. Інтереси академічної спільноти ураховано під час розроблення та коригування ОП. Під час конференцій, вебінарів, зустрічей, які регулярно організовуються кафедрою, обговорюються проблеми з маркетингу. У цих заходах беруть участь: Бранденбурзький технічний університет Коттбус-Зенфтенберг (Німеччина), Університет Ланкастера (Велика Британія), IED Istituto Europeo Di Design (Imilano18), TU Bergakademie Freiberg (Німеччина), ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», НУ «Чернігівська політехніка», Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, НУ «Львівська політехніка», НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського», Криворізький національний університет, Державний біотехнологічний університет, Маріупольський державний університет та ін. Під час зазначених івентів кафедри маркетингу обговорюються зміст, цілі та ПР.

- інші стейкхолдери

Кафедра маркетингу на постійній основі співпрацює з представниками бізнесу, вищої освіти і науки у сфері маркетингу та суміжних наук з метою розширення змістового наповнення компонентів ОП «Маркетинг», запрошуючи їх на зустрічі зі здобувачами. В умовах воєнного стану заплановані зустрічі проводилися із

урахуванням дотримання безпекових вимог – проєкт 4 Seasons of Marketing: А. Мартинова (RGB IDEA GROUP), Я. Лут (компанія KFC), А.Безрук (EVA, EVA.UA), С. Очигава (Highway to Top), Н. Миронюк (корпорація Bauer's), Н.Оловаренко (Amel), Д.Коломось (національний виробник ENTIE), Д.Чудинов (Solar Steelconstruction), В.Кузьменко (Kyivstar). Окремим форматом практичної взаємодії став воркшоп, проведений представниками Exprolight, за результатами якого здобувачі проходили стажування в компанії. Проведено вебінари та лекції «Роль української наукової діаспори у просуванні бренду України в світі» (Є. Поліщук, КНЕУ ім. В. Гетьмана), «Маркетингове забезпечення просування стартап-проєктів» (Д. Ясинський), «Паливний ритейл» (В. Бікус, АЗК UKRNAFTA), «Енергетичний маркетинг» (Д. Бичков, GE Vernova), «Правові аспекти маркетингу стартап-проєктів у США: добрі практики для України» (О. Ващук, НУ «Одеська юридична академія»). На кафедрі проводяться щорічні заходи із потенційними вступниками (міжн. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених Majesty of Marketing, конкурс студентської соціальної реклами, міжнародний форум студентів та молодих учених «Розширюючи обрії»).

Чи мета освітньої програми відповідає місії та стратегії закладу вищої освіти?

ОП «Маркетинг» реалізується у відповідності з основними положеннями його місії. Місія НТУ «ДП» – зумовлює його стратегічні пріоритети: 1. Підготовка фахівців відповідно до перспективних потреб високотехнологічного розвитку національної економіки 2. Синергія та гармонійний розвиток всіх наукових напрямів університету 3. Забезпечення супроводу процесів «зеленого переходу» та циркулярності в Україні та ін. (Стратегія розвитку НТУ «Дніпровська політехніка» 2026-2030, <https://lnk.ua/QsxHZhdIv>). Цілі ОПП відповідають місії та стратегії НТУ «ДП» у частині підготовки магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення; у рамках концепції сталого розвитку відображає креативний маркетинговий світогляд. Цілі ОПП відповідають стратегічним напрямкам розвитку НТУ «Дніпровська політехніка» та «Політиці у сфері якості», зокрема: поєднанню освіти, науки та інновацій; забезпеченню інтеграції до міжнародного науково-освітнього простору; розвитку креативної співпраці з іншими закладами освіти, підприємствами і організаціями; науковими установами; забезпечення підготовки/перепідготовки фахівців для відновлення економіки у повоєнний період. Отже, мета ОП відповідає місії та стратегії ЗВО.

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку науки і спеціальності?

Тенденції розвитку науки і спеціальності враховуються через участь НПП у релевантних наук.-практ. та інших заходах (конференціях, семінарах, воркшопах), що дає змогу своєчасно реагувати на зміни й коригувати процес досягнення визначених цілей і результатів навчання. З метою формування навичок управлінської, практичної та НДР у сфері маркетингу при кафедрі функціонує науковий студентський гурток «Еврика маркетингу», <https://cutt.ly/IEEu4fz>, Медіалабораторія. Цілі та програмні результати навчання ОП «Маркетинг» у повній мірі відображають тенденції розвитку спеціальності та ринку праці, відповідають сучасному теоретичному та практичному змісту предметної області. Проведений та обговорений на засіданні кафедри (протокол №10 від 13.04.2026) моніторинг ринку праці, результати працевлаштування засвідчує, що випускники кафедри користуються стійким попитом на ринку праці. Серед актуальних професійних позицій – керівник маркетингового напрямку, маркетинг-менеджер, бренд-менеджер, маркетинговий аналітик, digital marketing manager, marketing communications manager. Водночас на ринку праці спостерігається попит на фахівців, які здатні творчо мислити, організовувати маркетинг, проектувати моделі маркетингової інноваційної діяльності, просувати стартапи; працювати у команді. Тенденції розвитку спеціальності та сучасні вимоги ринку праці враховано у змісті таких освітніх компонентів: Ф1, Ф3, Ф4, Ф5. Доцільність ESG, сталого розвитку та комунікацій врахована завдяки ОК Б1, Ф1, Ф5.

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку ринку праці, галузевого та регіонального контексту?

Беручи до уваги Стратегію регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року <https://surl.li/wzggac>, а також Регіональну доповідь «Цілі сталого розвитку: Дніпро-2030», <https://surl.li/aofxug>, підготовка здобувачів за ОП здійснюється в контексті галузевої спрямованості університету, що готує фахівців для сфери державно-приватного сектору, громадського обслуговування, економічної безпеки та різних галузей промисловості, ІТ. Регіональна спрямованість ОП підтверджується, зокрема, базами практики та тематикою курсових і кваліфікаційних робіт здобувачів, у межах яких досліджуються маркетингові проблеми та практичні завдання підприємств Дніпропетр. регіону. Галузева специфіка таких підприємств зумовлює потребу у фахівцях, здатних розробляти маркетингові стратегії, працювати з високотехнологічними продуктами та забезпечувати маркетингову підтримку інноваційного і сталого розвитку підприємств. Особливості діяльності високотехнологічних та промислових підприємств враховують ПР 2, ПР 3, ПР 11, ПР 12, ПР 15, а інноваційну, проєктну, партнерську та стартап-спрямованість ОП забезпечують ПР 4, ПР 6, ПР 13, ПР 14, СР1. Тому, цілі та ПР ОПП враховують стан та особливості маркетингового стратегічного управління, маркетингового менеджменту, організації маркетингу стартапів в частині інтернаціоналізації, стійкості, фокусу на процесах партнерської взаємодії підприємств, проєктного застосування маркетингових технологій на основі концепції сталого розвитку.

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням досвіду аналогічних вітчизняних освітніх програм?

У процесі формулювання цілей та програмних результатів навчання за ОП «Маркетинг» був проведений глибокий аналіз освітніх програм різних ЗВО України, які здійснюють підготовку за спеціальністю D5 «Маркетинг». При розробці ОПП вивчено досвід КНУ Шевченка (<https://lnk.ua/xfJ36XQNg>), НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського» (<https://lnk.ua/yzQokEUd9>), ДВНЗ «Київський національний університет імені Вадима Гетьмана»

(<https://lnk.ua/mxYKz6jin> <https://surl.li/jkxwzq>), НУ «Львівська політехніка» (<https://lnk.ua/RMIU29ftk>), Одеський державний політехнічний університет (<https://lnk.ua/idlrGLTMv> ДНУ імені Олеса Гончара (<https://lnk.ua/yA1JYCQbT>), Університет митної справи та фінансів (<https://surl.li/veukxy>), Дніпровський державний аграрно-економічний університет (<https://lnk.ua/HgX3zg1U>).

У результаті проведеного аналізу з'ясовано, що значна частка ОК більшості ОП має спільний зміст, зокрема це стосується маркетингового стратегічного управління, маркетингового менеджменту, економічного обґрунтування маркетингових рішень тощо. Крім того, розглянуті ОП включають ОК, які відображають наукові напрями випускових кафедр і університетів, що і було використано при розробленні даної ОП. У цій ОП застосовано такі передові підходи до методів навчання: проблемно-орієнтовані, кейс-завдання, дискусії, мозкові штурми, ділові та рольові ігри, проблемні лекції, лекції-дискусії. З досвіду магістерської ОП НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського» запозичено управління стартап-проектами, акцент на маркетинговому забезпеченні сталого розвитку підприємств. Магістерська ОП КНУ Шевченка створює напрацювання для застосування методології та організації економічних наукових досліджень, управління маркетингом суб'єктів підприємницької діяльності у сфері Start-up проектів. З досвіду магістерської ОП КНЕУ ім. Вадима Гетьмана застосовано дидактичні підходи до методології наукових досліджень, соціальної відповідальності, маркетингового менеджменту. Аналіз вітчизняних аналогів дозволив досягти певної унікальності ОП у частині досягнення РН з формування і вдосконалення системи маркетингу сталого розвитку ринкового суб'єкта. Конкурентоспроможність ОП визначає її ціль сформувати професіонала-дослідника та розвинути особистість здобувача через пропозицію індивідуалізації власної освітньої траєкторії за формулою hard+soft skills+робота в глобальних командах студентів.

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням досвіду аналогічних іноземних освітніх програм?

З іноземних ЗВО аналізувалися партнери, які надають можливості мобільності здобувачам ОП з метою гармонізації програм, а також ЗВО країн OECD, з якими у різні часи реалізовувалися освітні проекти. Серед них Бранденбурзький технічний університет Коттбус-Зенфтенберг (Німеччина), TU Bergakademie Freiberg (Німеччина), Варшавський університет (Польща), Краківський економічний університет (Польща), Ягеллонський університет (м. Краків, Польща), Познанський економічний університет (Польща), <https://surl.li/dqjazzw>, університет імені Міколая Коперніка в Торуню (Польща), <https://surl.li/lmoxs>, університет імені Марії Кюрі-Скłodовської в Любліні (Польща), <https://surl.li/nblzkj>, Polytechnic Institute of Viseu (м. Viseu, Португалія), <https://surl.li/suxbgj>, Lancaster University (United Kingdom), <https://surl.li/dtnefa>, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie (Польща) спеціальність Інтернет-маркетинг, <https://surl.li/ivyqfv>, ТУ Дрездена (ФРН), LSE (Великобританія), Franklin University (США), IED Istituto Europeo di Design (м. Мілан, Італія) <https://surl.li/kkbkif>.

Викладачі кафедри періодично проходять міжнародні стажування у цих ЗВО: Варшавський університет, Technische Universität Dresden, University of Latvia. Faculty of Social Science – проф. Касян С.Я.; Linköping University, University of Latvia, Vytautas Magnus University, IED Istituto Europeo Di Design, Lancaster University, TU Bergakademie Freiberg – зав. каф. Куваєва Т.В.; Британська Рада в Україні, TU Bergakademie Freiberg – доц. Пілова К.П., Британська Рада, IED Istituto Europeo di Design (м. Мілан, Італія), Polytechnic Institute of Viseu (м. Viseu, Португалія), Lancaster University, UK, Silesian University of Technology, Poland – Красовська О.Ю. З іноземних ОП запозичені принципи формування силабусів, системи бонусів, узгодженої роботи в глобальних командах здобувачів, вибору студентом завдань до виконання, адаптації кейс-методу та ділових ігор до фахових дисциплін з маркетингу, що дозволило покращити методи досягнення ПР. З ОП Сучасний маркетинг, університет імені Міколая Коперніка в Торуню запозичено дидактичні підходи до викладання сучасних концепцій маркетингового менеджменту. Методичні напрацювання Lancaster University з формування стратегій брендів, ухвалення стратегічних маркетингових рішень, маркетингового стратегічного планування, реалізації ефективних стратегій маркетингових комунікацій в умовах сучасного багатоканального середовища. З ОП Інтернет-маркетинг, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie запозичено узгодження інструментів управління е-маркетингом з процесами, що стосуються успішної взаємодії з клієнтами і споживачами. З Master's Program in Brand Strategy and Management (IED Milano) запозичено проектно-орієнтовані підходи до навчання на основі реальних брифів від міжнародних компаній, мультидисциплінарний розгляд процесів бренд-менеджменту. Це дозволило вдосконалити методи досягнення ПР у вибірковій дисципліні «Бренд-менеджмент».

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)?

66

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

24

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

ОП магістерського рівня «Маркетинг» повністю відповідає предметній області спеціальності D5 Маркетинг, забезпечує підготовку висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення та компетентностями, здатних розв'язувати складні завдання і проблеми у сфері маркетингу в умовах невизначеності, з урахуванням концепції сталого розвитку, діджиталізації взаємодії та інноваційного становлення людини і суспільства. Об'єкт вивчення опановується через З1, Б1, фахові ОК (Ф1 – Ф7), спеціальний ОК (С1), практичну підготовку і атестацію (П1, КР). Мета навчання реалізується через поєднання обов'язкових ОК (З1, Б1, Ф1 – Ф7, С1) та практичної підготовки (П1, КР), що формують комплекс управлінських маркетингових компетенцій у сфері розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм, у тому числі високотехнологічних стартап-проєктів у площині маркетингу сталого розвитку. Теоретичний зміст предметної області, а саме: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом, понятійно-категоріальний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу, маркетинг взаємодії і партнерських відносин розглянуто в ОК (З1, Б1, Ф1, Ф4, Ф5, Ф7); специфіка діяльності ринкових суб'єктів, маркетинг стартап-проєктів; розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень розглянуто в ОК (Ф1, Ф2, Ф3, Ф6, С1). Методи, методики та технології реалізуються через планування і проведення досліджень, аналіз результатів, обґрунтування рішень в умовах невизначеності (Ф7, Ф3, Ф6, П1, КР); стратегічний і оперативний аналіз, діагностування, формування та вдосконалення системи маркетингу (Ф1, Ф2, Ф3, Ф4, Ф6, П1, КР); підвищення ефективності маркетингової діяльності, управління проєктами, реалізацію стратегій (Ф1, Ф2, Ф3, Ф4, Ф5, Ф6, С1, П1, КР); міжособистісну комунікацію, презентацію результатів, формування довгострокових взаємовигідних відносин (З1, Ф5, Б1, П1, КР); розроблення і просування ідеї стартап-проєкту, аналіз ринкових можливостей запуску та стратегічного управління високотехнологічним стартап-проєктом у системі маркетингу сталого розвитку (Ф1, С1, КР). Інструменти та обладнання, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень, використовуються у Ф1 – Ф7, С1, З1, Б1, а практичні навички закріплюються під час проходження П1, виконання Ф2, Ф6 та КР. Використовується матеріально-технічна база ЗВО (бібліотека, коворкінги, лабораторія медіакомунікацій, бізнес-інкубатор, інноваційний хаб тощо) та можливості платформи Moodle. Таким чином, ОП є цілісним і збалансованим комплексом логічно взаємопов'язаних обов'язкових ОК (66 кредитів ЄКТС, 73,3 %) з можливостями вибору дисциплін (24 кредити, 26,7 %), що забезпечує підготовку здобувачів за усіма складовими предметної області спеціальності D5 Маркетинг, створює умови для формування індивідуальної освітньої траєкторії, здобуття професійних і soft skills та конкурентоспроможної фахової діяльності.

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

Університет підтримує персональний шлях реалізації потенціалу здобувача, що формується з урахуванням його здібностей, інтересів, потреб, мотивації, можливостей і досвіду. Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу, <https://cutt.ly/6EdpNhW> та Положення про формування переліку та обрання навчальних дисциплін здобувачами, <https://lnk.ua/PkgUeBBMH> здобувачі ОПП формують індивідуальну освітню траєкторію через механізм індивідуальних навчальних планів, що складаються на кожний навчальний рік і містять перелік та послідовність вивчення дисциплін і проходження практики, обсяг навчального навантаження, види та строки контролю й атестації. Індивідуальна освітня траєкторія здобувачів вищої освіти за ОПП формується за рахунок навчальних дисциплін за вибором студента, обрання баз передатестаційної практики; напрямів наукових досліджень та керівників, об'єкту і предмету досліджень під час виконання кваліфікаційної роботи магістра, вибору тем курсових проєктів; кредитної національної та міжнародної мобільності (можливість прослуховування окремих курсів в університетах-партнерах згідно укладених угод). Обсяг навчальних дисциплін за вибором становить 24 кредити ЄКТС (26,7% обсягу ОПП). Індивідуальний навчальний план формується особисто кожним здобувачем вищої освіти та затверджується деканом фінансово-економічного факультету.

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

Здобувачі вищої освіти реалізують право на вибір навчальних дисциплін шляхом формування індивідуальної освітньої траєкторії відповідно до вимог освітньої програми та чинних нормативних документів університету. Вибіркові дисципліни за ОП складають 24 кредити ЄКТС (26,7%). Здобувачам пропонується гнучкий вибір ОК, з яких 1 обов'язково повинна забезпечувати досягнення soft skills. Вибір здійснюється здобувачами 1-го курсу. Процедура вибору передбачає подання здобувачем письмової заяви до деканату або здійснення вибору в дистанційному форматі через персональний електронний кабінет на платформі Moodle. Обрані дисципліни включаються до індивідуального навчального плану здобувача. Випускова кафедра здійснює формування та внесення пропозицій щодо переліку вибіркових дисциплін факультету відповідно до Положення про формування переліку та обрання навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти (<https://surl.li/bjhknt>). При формуванні переліку враховуються рекомендації стейкхолдерів, академічної спільноти та освітні запити здобувачів. Запропоновані дисципліни проходять експертизу робочої групи фінансово-економічного факультету, де здійснюється перевірка методичного забезпечення та фахової відповідності науково-педагогічних працівників, які забезпечують їхнє викладання. Узгоджений перелік вибіркових дисциплін затверджується вченою радою факультету, передається до навчально-методичного відділу та оприлюднюється на офіційному вебресурсі фінансово-економічного факультету НТУ «ДП», <https://surl.li/kavtca> Здобувачам забезпечується відкритий доступ до інформації про вибіркові дисципліни, зокрема до робочих програм і силabusів на вебресурсах університету. Презентація ВК, порядок, умови та строки вибору доводяться до відома здобувачів під час організаційних зустрічей, консультацій із кураторами та гарантом освітньої програми, а також через електронні канали комунікації. У разі якщо кількість здобувачів, які обрали певну дисципліну, є недостатньою для формування навчальної групи, здобувачеві надається можливість повторного вибору з актуалізованого переліку.

Таким чином, право на вибір навчальних дисциплін реалізується через прозору, регламентовану та доступну процедуру, що забезпечує усвідомлений вибір здобувачем освітніх компонентів відповідно до його професійних інтересів та освітніх потреб.

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 освіти регламентується «Положенням про проведення практики здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка» <https://surl.li/lgxhez>. ОП та навчальним планом передбачено проходження П1 загальним обсягом 8 кредитів ЄКТС. Процедура проходження практики забезпечена методичними рекомендаціями, оприлюдненими на сайті кафедри <https://surl.li/jzeyfb>. Практика входить до складу індивідуальної освітньої траєкторії студента, зокрема в частині вибору бази її проходження. Здобувачі освіти мають можливість проходити практики на підприємствах, в установах та організаціях, з якими університет уклав угоди про співпрацю. Базами практики можуть бути маркетингові агенції, підприємства/організації різних форм власності, відділи маркетингу, продажів і комунікацій, PR-служби, а також інші установи, діяльність яких пов'язана з дослідженням ринку, просуванням товарів і послуг, управлінням брендами та взаємодією зі споживачами (ТОВ «ЕДС-інжиніринг», RGB Idea Group, ТОВ «РУШ», ТОВ «МОВА І КО», ТОВ «Інтерпайп Україна», Expolight тощо). Цілі, зміст і тематика завдань практик узгоджуються зі стейкхолдерами під час розробки методичного забезпечення та остаточно уточнюються безпосередньо на базі проходження практики під керівництвом наставника від підприємства. Завдання передатестаційної практики спрямовані на закріплення знань та навичок теоретичного навчання, збір інформації для КР. Проводяться опитування роботодавців / керівників практики, <https://cutt.ly/sETchVC>

Продемонструйте, що ОП дозволяє забезпечити набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills) упродовж періоду навчання

Зміст ОП забезпечує формування соціальних навичок упродовж періоду навчання через поєднання обов'язкових (73,3%) і вибіркових (26,7%) ОК, інтерактивних методів навчання, командної роботи, практичної підготовки та позанавчальних активностей. Формування соціальних навичок за ОП забезпечується за рахунок ЗК. Так, ЗК2 (З1, Ф7, С1, П1, КР) формує креативність і здатність генерувати нестандартні рішення; ЗК4 (Ф1, Ф2, Ф4, П1, КР) – адаптивність і вміння діяти в умовах невизначеності; ЗК5 (З1, Ф4, Ф5, КР) – комунікативні навички та здатність до командної роботи; ЗК7 (Б1, С1, КР) – ініціативність, відповідальність і лідерські якості. Вибіркова дисципліна, спрямована на розвиток soft skills, дає змогу здобувачам індивідуалізувати освітню траєкторію та цілеспрямовано поглиблювати м'які навички відповідно до професійних інтересів. Реалізація soft skills відбувається через відкриті лекції <https://surl.li/yafwtr>, майстер-класи <https://surl.li/ecdnez>, участь у проєкті 4 Seasons of marketing <https://surl.li/dwrryd>, конференцію Majesty of Marketing <https://surl.li/yynfdo>, воркшопи <https://surl.li/ownpwr>, кейс-змагання <https://surl.li/xzmurr>, екскурсії <https://surl.li/cc/mejrki>, PRE-акселератори, олімпіади, гурток «Єврика маркетингу» <https://cutt.ly/iETcJoP>. Проводяться активності, спрямовані на формування м'яких скілів: самоменеджмент, ментальне здоров'я, психологічна стійкість <https://surl.li/tzhtq>, <https://surl.li/llesfo>; креативність та проєктне мислення <https://surl.li/qoydpk>; мовні і комунікативні навички <https://surl.li/cc/wdznkn> тощо.

Продемонструйте, що зміст освітньої програми має чітку структуру; освітні компоненти, включені до освітньої програми, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявленої мети та програмних результатів навчання. Продемонструйте, що зміст освітньої програми забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, досягнення програмних результатів навчання, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів

Структурно-логічна схема навчання, представлена в ОП, визначає чітку послідовність опанування здобувачами освітніх компонентів обов'язкової частини, зокрема кількість і порядок викладання дисциплін протягом чверті, семестру та навчального року, а також річний обсяг кредитів ЄКТС. ОК, що входять до складу ОП, утворюють цілісну й логічно узгоджену систему, яка в сукупності забезпечує досягнення визначеної мети програми та ПР. Кожен ОК є змістовно самостійним і водночас узгодженим з конкретними ПР, що відображено в матриці відповідності програмних результатів навчання освітнім компонентам ОП. Таким чином, усі ОК інтегровані в єдину систему, що забезпечує досягнення заявленої мети та результатів навчання. Зміст освітньої програми орієнтований на формування загальнокультурних і громадянських компетентностей через такі навчальні дисципліни Б1 (громадянська відповідальність, етичні принципи, соціальна взаємодія, усвідомлення впливу бізнесу на суспільство), Ф5 (культура професійної взаємодії, повага до різних груп стейкхолдерів), З1 (здатність взаємодіяти в міжнародному середовищі), Ф7 (академічна доброчесність, етичність дослідницької діяльності). Програма формує здатність приймати ефективні рішення та прогнозувати їх впливи на суспільні процеси в аспекті функціонування громадянського суспільства та примноження культурних цінностей (ПР3, ПР9, ПР10, ПР13, ПР14).

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

Співвідношення аудиторної і самостійної роботи здобувача з навчальною дисципліною встановлюється, як правило, з урахуванням її значення для професійної підготовки фахівця та рівня складності. Регламентована кількість ОК на рік – не більше 16-ти. Наприклад, дисципліна «Маркетинговий менеджмент» має обсяг 120 годин (52 години аудиторного навантаження, 68 годин (57%) – самостійна робота); дисципліна «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» – 120 годин (52 години аудиторного навантаження, 68 годин (57%) – самостійна робота), «Маркетингове стратегічне управління» – 150 годин (52 години аудиторного навантаження, 98 годин (65%) – самостійна робота).

Загалом частка самостійної роботи у навчальному плані 2026 року становить від 53 до 65%, що відповідає чинним вимогам. За результатами опитування 2026 р, більшість здобувачів вважають, що їм достатньо часу на виконання індивідуальних та практичних завдань <https://surl.li/xznpzm>. Нормативні документи університету забезпечують збалансованість навантаження: обсяг навчальних занять в одному кредиті ЄКТС навчальної дисципліни становить не менше 8 годин для другого (магістерського) рівня вищої освіти за денною формою здобуття вищої освіти. Середнє аудиторне навантаження бакалаврів і магістрів спеціальностей усіх курсів денної форми навчання має становити, як правило, 22 години на тиждень (<https://surl.li/sthmiz>), мінімальний обсяг одного компонента становить 3 кредити ЄКТС.

Яким чином структура освітньої програми, освітні компоненти забезпечують практикоорієнтованість освітньої програми? Якщо за ОП здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти, опишіть модель та форми її реалізації

Практикоорієнтованість ОП забезпечують в першу чергу такі ОК: П1, КР, Ф2, Ф6. Практикоорієнтованість ОП забезпечується структурою, поєднанням теоретичної підготовки з виконанням практичних завдань, реалізацією індивідуальних і курсових проєктів, проходженням практики та залученням професіоналів-практиків до освітнього процесу. Важливу роль у формуванні практичних навичок відіграють ОК П1, КР, Ф2, Ф6. Практична підготовка здобувачів передбачає виконання завдань, пов'язаних із дослідженням ринку, аналізом споживчої поведінки, розробленням маркетингових рішень і комунікаційних заходів. Зокрема, під час вивчення ОК «Маркетинг стартап-проєктів» застосовуються проєктно-орієнтоване навчання та кейс-метод, що дає змогу працювати з практичними ситуаціями й розробляти рішення для реальних бізнес-завдань. Практикоорієнтованість ОП забезпечується також через залучення до освітнього процесу професіоналів-практиків. Здобувачі освіти за ОП беруть участь у майстер-класах, гостьових лекціях, воркшопах, дискусіях за участю фахівців (А.Мартінова, А. Безрук, Я.Лут, Н. Оловаренко, Д.Бичков, С. Очигава та інші), під час яких здобувачі мають змогу аналізувати/розв'язувати завдання професійного спрямування, отримати можливість проходження стажування. За ОП підготовка за дуальною формою здобуття вищої освіти не здійснюється.

Яким чином ОП забезпечує набуття здобувачами навичок і компетентностей направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року № 70/1, визначених Указом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722

Освітня програма сприяє формуванню у здобувачів навичок і компетентностей, спрямованих на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, затверджених резолюцією Генеральної Асамблеї ООН та підтриманих Україною. Зокрема, Ціль 4 «Якісна освіта» реалізується через впровадження інноваційних методів навчання, міждисциплінарний підхід та активне використання сучасних інформаційних технологій в освітньому процесі. Ціль 8 «Гідна праця та економічне зростання» реалізується через формування у здобувачів розуміння принципів соціально відповідального ведення бізнесу, гідних умов праці, соціального діалогу, відповідального управління та оцінювання соціально-економічних результатів діяльності підприємств, а також через ОК Б1, Ф3, Ф4. Ціль 12 «Відповідальне споживання та виробництво» реалізується через вивчення принципів відповідального ведення господарської діяльності, екологічної відповідальності підприємств, раціонального використання ресурсів, нефінансової звітності та інструментів оцінювання соціальної й екологічної відповідальності бізнесу, а також через ОК Б1, Ф1, Ф5, С1. Ціль 5 «Гендерна рівність» реалізується через позанавчальні заходи, що сприяють опануванню етичних стандартів та розумінню ролі маркетингу у запобіганні дискримінації <https://surl.li/ekkrdm>, <https://surl.li/pqqxkq>, <https://surl.li/mtgscy>, Ціль 9 «Інновації й інфраструктура» – С1, шляхом формування у здобувачів здатності розробляти та просувати інноваційні бізнес-ідеї, обґрунтовувати маркетингові стратегії їх реалізації.

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

https://www.nmu.org.ua/ua/content/study/admission/umovi_vstupy/admission_rules.php

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

Прийом вступників на навчання за ОП здійснюється згідно з «Правилами прийому до НТУ ДП», які щорічно розробляються відповідно до нормативної та законодавчої бази України, затверджені Вченою Радою та оприлюднюються на офіційному сайті НТУ ДП. Для здобуття ступеня магістра за ОП приймаються особи на основі НРК6 та НРК7. Конкурсний відбір здійснюється за результатами вступних випробувань (ЄВІ та ЄФВВ). Конкурсний бал (КБ) розраховується шляхом додавання компонентів ЄВІ (іноз. мова та ТЗНК) помножене на коефіцієнт 0,2 та результату ЄФВВ, помноженого на коефіцієнт 0,6. Вступники на основі НРК7 мають право вступу за фаховим іспитом та співбесідою з іноз. мови. Для участі в конкурсі на навчання за держ. замовленням мінімальний КБ – 130, <https://surl.li/exfddg>. Програми вступних випробувань оприлюднені на сайті приймальної комісії, <https://cutt.ly/he8f4cJD>

Пакет екзаменаційних матеріалів (програма, критерії оцінювання, тести, еталонні відповіді) розробляють фахові та предметні комісії згідно вимог «Положення про Приймальну комісію» та змісту базової підготовки для вступу.

Перегляд програм проводиться щорічно та корегується відповідно до поточних змін змісту базової підготовки для вступу. Вимоги до вступників формуються з урахуванням рекомендації гаранта ОПП та кафедр, які відповідають за підготовку фахівців за цією програмою.

Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах? Яким чином забезпечується доступність цієї процедури для учасників освітнього процесу?

Визнання результатів навчання, отриманих за іншими освітніми програмами, регулюється «Правилами прийому на навчання» (розділ 2), «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://lnk.ua/iMIrj1lHI>) (п.8.8), «Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти» (<https://lnk.ua/hdM1XAAaH>) , «Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність» (<https://cutt.ly/8eaymOYV>) (розділ 5) Документи про освіту, видані закладами вищої освіти інших держав (дипломи, академічні довідки), підлягають обов'язковому визнанню МОН України з отриманням Свідоцтва про визнання іноземних документів про освіту. Результати академічної (кредитної) мобільності визнаються за підсумками здобутих кредитів ЄКТС та/або відповідних компетентностей. Підставою для перезарахування є академічна довідка (Transcript of Records), надана університетом-партнером. НТУ «Дніпровська політехніка» перезараховує дисципліни, якщо вони передбачені Договором про міжнародну академічну мобільність і відповідають змісту навчального плану. Прозорість та доступність процедур визнання забезпечується шляхом відкритого опублікування всіх нормативних документів на офіційному вебсайті університету за посиланням: <http://surl.li/rbky>. Здобувачі інформуються про можливості академічної мобільності та процедуру визнання результатів навчання (<https://cutt.ly/fEh9fW>), деканат, повідомлення кураторів, викладачів, гаранта ОПП.

Наведіть конкретні приклади та прийняті рішення щодо визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах (зокрема під час академічної мобільності)

Випадків визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО за ОПП «Маркетинг» донині не було. Робочою групою ОПП ухвалено рішення мотивувати здобувачів та надати їм досвід мобільності у проєктах внутрішньої і міжнародної академічної мобільності. Задля мотивації академічної мобільності це було підписано угоди з НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського» (<https://cutt.ly/gETRZuJ>), Університетом митної справи і фінансів (<https://cutt.ly/AETTQiC>), ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”(<https://surl.li/qacmjz>), Криворізьким національним університетом (<https://lnk.ua/PSRenatpk>), НУ «Чернігівська політехніка». Підписані угоди з Університетом Марії Кюрі-Склодовської в Любліні (Польща), <https://lnk.ua/pbpAA31d2> , Академією прикладних наук в Бієльску-Бялей (Польща), Жешувським університетом (Польща), <https://lnk.ua/yPA9kpTHc> , Технічно-гуманітарною академією в Бієльску-Бялей / Uniwersytet Bielsko-Bialski (Польща), <https://lnk.ua/B9Lh7UQM6> , Лодзьською політехнікою, факультет управління та інженерії виробництва (Польща), <https://lnk.ua/kyMAUICPJ>. Участь у міжнародному проєкті COIL з TU Bergakademie Freiberg (Німеччина) <https://surl.li/poguwa> дозволяє здобувачам отримати відповідні сертифікати щодо подальшого визнання у межах певних тем вибіркової ОК «Інтернет дослідження».

Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання, отриманих в неформальній та/або інформальній освіті? Яким чином забезпечується доступність цієї процедури для учасників освітнього процесу?

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регулює Положення про визнання в НТУ «Дніпровська політехніка» результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті (<https://cutt.ly/de3Yalma>), згідно з яким передбачена процедура: подання здобувачем заяви щодо визнання; ідентифікація задекларованих у письмовій формі здобувачем результатів неформального та/або інформального навчання, що підлягають оцінюванню університетом; оцінювання задекларованих результатів навчання здобувача; прийняття рішення про визнання та зарахування здобувачу відповідних освітніх компонентів (складових освітніх компонентів) ОП або відмову у визнанні. Строк розгляду заяви та прийняття рішення про можливість або неможливість проводити подальші процедури визнання на основі наданої заявником інформації становить не більше п'яти робочих днів. Прийняття рішення про визнання результатів неформального та/або інформального навчання заявника фаховою комісією здійснюється за підсумками їх оцінювання. Інформація про заходи неформальної освіти та можливості скористатися їх результатами під час навчання доводиться викладачами до здобувачів під час занять. Якщо здобувач пройшов курс на онлайн-платформах Prometheus або Coursera та отримав сертифікат із зазначенням результатів оцінювання не менше 60 балів, то такі результати визнаються автоматично. Розміщення документу на офіційному сайті університету забезпечує доступність всім учасникам освітнього процесу (<https://cutt.ly/JeaJnNEO>).

Наведіть конкретні приклади та прийняті рішення щодо визнання результатів навчання отриманих у неформальній та/або інформальній освіті

Здобувачі ОПП брали участь у заходах неформальної освіти: семінарах, тренінгах, що було підтверджено відповідними сертифікатами. Однак звернень щодо визнання РН, здобутих під час цих заходів, від студентів не надходило. Прикладів визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті на даній ОП не було.

Продemonструйте, що освітній процес на освітній програмі відповідає вимогам законодавства (наведіть посилання на відповідні документи). Яким чином методи, засоби та технології навчання і викладання на ОП сприяють досягненню мети та програмних результатів навчання?

Освітній процес в НТУ «ДП» регламентується нормативним документом «Положення про організацію освітнього процесу» <https://surl.li/gntwxp>, який розроблений відповідно до Законів України «Про вищу освіту» <https://surl.li/lzsydu>, «Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку індивідуальних освітніх траєкторій та вдосконалення освітнього процесу» <https://surl.li/vqluvj>, «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення якості вищої освіти» (<https://surl.li/qkyorg>). Освітній процес за ОП організований у очній (денній) та заочній формах із застосуванням цифрових технологій змішаного та дистанційного навчання на базі корпоративних платформ MS Teams, Moodle та сервісів MS Office 365 із асинхронним та синхронним доступом до навчальних матеріалів. Навчання включає навчальні заняття (лекції, практичні, консультації), самостійну роботу (опрацювання джерел, індивідуальні завдання), контрольні заходи (екзамени, диф. залік, захист кваліфікаційних робіт), практичну підготовку (передатестаційна практика, виконання курсових проєктів та кваліфікаційної роботи); для досягнення ПР застосовуються класичні методи (евристичних питань, діалогового спілкування, самоаналізу власної практичної роботи) та інноваційні (кейс-метод, наставництва, мозковий штурм), що забезпечує формування у здобувачів професійних компетентностей. Здобувачі залучаються до розв'язання реальних бізнес-кейсів, проведення ділових ігор, пітчінгів та COIL-проєктів. Інформацію про методи навчання та досягнення ПР за кожним ОК наведено в РП та/або силабусах.

Продemonструйте, яким чином методи, засоби та технології навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу. Яким є рівень задоволеності здобувачів вищої освіти методами навчання і викладання відповідно до результатів опитувань?

Методи, засоби та технології навчання і викладання на ОП «Маркетинг» повністю відповідають вимогам студентоцентрованого підходу, адже здобувачі мають можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію завдяки вибору вибіркових дисциплін (<https://surl.li/aenhhg>) у обсязі, що становить не менше 25% від загальної кількості кредитів ЄКТС, тем індивідуальних завдань, місця проходження практики та теми кваліфікаційної роботи. Викладання дисциплін здійснюється з урахуванням попередньо набутого рівня знань і вмінь здобувачів, їхньої активної участі у дискусіях, проєктах, кейс-завданнях, що дає змогу здобувачам проявляти ініціативу та розвивати власні професійні інтереси. Використання інтерактивних методів (кейс-метод, дискусія, мозковий штурм) сприяє формуванню як фахових, так і «м'яких» навичок: комунікації, роботи в команді, критичного мислення. Оцінювання якості викладання та рівня задоволеності здобувачів освітнім процесом здійснюється на системній основі шляхом проведення анонімного онлайн-опитування наприкінці вивчення кожного освітнього компонента. Результати опитувань акумулюються гарантом освітньої програми, узагальнюються на засіданнях кафедри маркетингу, <https://surl.li/mwvbob>

Продemonструйте, яким чином забезпечується відповідність методів, засобів та технологій навчання і викладання на ОП принципам академічної свободи

Відповідність методів, засобів та технологій навчання і викладання на ОП «Маркетинг» принципам академічної свободи забезпечується Положенням про організацію освітнього процесу НТУ «Дніпровська політехніка» та Кодексі академічної доброчесності. Викладачі мають право самостійно обирати методи і засоби викладання відповідно до змісту освітніх компонентів, власного досвіду та наукових інтересів, поєднуючи класичні та інноваційні форми навчання, а також інтегрують у навчальний процес власні наукові здобутки та результати участі в міжнародних проєктах. Заняття орієнтовані на стимулювання творчості, розвиток критичного мислення та аналітичних навичок здобувачів, передбачають розгляд кейсів, аналіз інформаційних кейсів, роботу з сучасними цифровими інструментами маркетингу. Академічна свобода здобувачів реалізується через можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію завдяки вибору дисциплін, тем індивідуальних завдань, курсових робіт, тематики та керівника кваліфікаційної роботи, бази практики, а також участь у програмах внутрішньої та міжнародної академічної мобільності. Також студенти мають змогу самостійно визначати форму представлення результатів дослідження (тези, стаття), що сприяє розвитку інноваційності, креативності та незалежності мислення. Здобувачі залучаються до обговорення змісту ОП, мають право надавати пропозиції щодо покращення навчального середовища та брати участь у роботі органів студентського самоврядування і Вченої ради факультету.

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

Учасникам освітнього процесу за ОП «Маркетинг» своєчасно на початку навчального періоду надається повна інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах кожного освітнього компонента. Ця інформація міститься у РП та/або силабусах, де чітко визначені мета та завдання курсу, результати навчання, структура, система та критерії оцінювання, політика курсу. Розширений перелік методичного забезпечення за освітніми компонентами розміщений на сайті дистанційної освіти НТУ «ДП» Moodle. На першому занятті викладач пояснює завдання, методи та форми контролю, а також конкретизує вимоги до оцінювання. Здобувачі мають персональні кабінети на дистанційних платформах Moodle та MS Teams, де розміщуються методичні матеріали, завдання, критерії оцінювання та відображаються поточні результати навчання. Викладачі також надають консультації в змішаному форматі, використовуючи синхронні/асинхронні комунікації (корпоративні застосунки, месенджери, соцмережі), що забезпечує відкритість та постійний доступ до

необхідної інформації. Графіки консультацій, занять та сесій розміщуються на інформаційних ресурсах кафедри (<https://surl.li/pejklb>).

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

Поєднання навчання і досліджень на ОП «Маркетинг» здійснюється через інтеграцію наукової та практичної складової освітнього процесу. Здобувачі залучаються до дослідницької роботи через виконання індивідуальних і групових завдань, орієнтованих на аналіз актуальних проблем у сфері маркетингу, підготовку статей, участь у науково-практичних конференціях, воркшопах та під час передатестаційної практики, де здобувачі збирають емпіричний матеріал для кваліфікаційної роботи. У межах дисциплін передбачено написання дослідницьких есе, кейс-аналізів та виконання індивідуальних досліджень, які можуть бути представлені у студентських наукових виданнях та під час конференцій. Основним осередком студентської науки на кафедрі є науковий гурток «Еврика маркетингу», в межах якого відбуваються проєкт 4 Seasons of Marketing, систематичні вебінари та зустрічі з провідними експертами галузі <https://surl.li/nmoqiu>. Забезпечення практико-орієнтованого наукового треку реалізується через щорічне проведення Міжнародної англомовної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Majesty of Marketing» <https://surl.li/wwjkna>, яка організовується кафедрою маркетингу вже понад 20 років. Наукова активність здобувачів підтверджується участю у конференціях, зокрема «Наукова весна» (Мекушкін В., Черкасова М., Таран А.), «Marketing of innovations. Innovations in marketing» (Польща) (Світенко О.), B2B Marketing (Мекушкін В.), «Маркетинг ХХІ століття: виклики змін та можливості розвитку» (Жовтук Є.), «Актуальні проблеми функціонування господарської системи України» (Світенко О., Патинок К.). За результатами досліджень здобувачі спільно з викладачами публікуються у фахових виданнях <https://surl.li/ifiapn>. Здобувачі регулярно демонструють високі результати у всеукраїнських та міжнародних конкурсах, кейс-змаганнях і професійних стажуваннях. Зокрема: команда (В. Мекушкін, Н. Таран, М. Черкасова, К. Патинок) здобула ІІ місце у ХІХ Міжнародному студентському кейс-змаганні Raising Industrial Marketing Stars <https://surl.li/vtbrjm>, <https://surl.li/dkrjsy>, Н. Таран стала переможницею ІІ етапу Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт Siver Student Science «Цифрові інструменти для просування благодійних ініціатив в умовах воєнного часу» <https://surl.li/qnibsx>, Ю. Бовсуновська здобула диплом ІІ ступеня Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт з маркетингу <https://surl.li/sfgrwm>, А. Мерінцова пройшла річне міжнародне стажування в компанії Lenovo (Братислава, Словаччина) <https://surl.li/vqcone>, Н. Таран пройшла стажування в компанії Expolight за результатами воркшопу <https://surl.li/fymmkx>. Міждисциплінарна студентська команда MarketingMediaVita (К. Патинок, О. Світенко, М. Єгоров, Д. Федун) успішно пройшли ІІ раунд прискореного розвитку міжнародного проєкту “Відновлення через соціальне підприємництво” Startup Пре-Акселератор, взяли участь в івенті - Молодіжний Demo Day, організація JA Ukraine (<https://surl.li/iunipc>).

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

Зміст освітніх компонентів ОП «Маркетинг» щорічно оновлюється з урахуванням пропозицій гаранта, роботодавців, студентів, що дозволяє адаптувати навчальні дисципліни до викликів сучасного інформаційного середовища. Викладачі інтегрують у навчальний процес результати власних наукових досліджень та професійних практик. Безпосередньо перед початком навчального року кожен науково-педагогічний працівник переглядає зміст своїх ОК. Контроль за процесом оновлення змісту покладається на гаранта освітньої програми (відповідно до Положення про гаранта ОП, <https://bit.ly/3BhJl2K>), а моніторинг робочих програм регламентується Положенням про навчально-методичне забезпечення освітнього процесу (<https://surl.li/ylwggf>). Так, результати міжнародних стажувань та проєктних напрацювань Л. Л. Палехової, С.Я. Касяна, Т. В. Куваєвої, К.П. Пілової, О.Ю. Красовської безпосередньо імплементовано в методичне забезпечення ОК, що викладаються. Проф. Касян С.Я. застосовує методичні напрацювання щодо інтерактивної процедури формування комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій підприємств, викладені у навч. посіб. Маркетинг сталого розвитку в зовнішньоекономічній діяльності в ОК С1. Окремо результати наукової та проєктної діяльності Т. В. Куваєвої безпосередньо інтегровано до змісту ОК. Зокрема, результати дослідження поведінки споживачів на ринку освітніх послуг, використано під час викладання ОК Ф5: здобувачі розробляють пропозиції щодо побудови довгострокової взаємодії ЗВО з різними групами стейкхолдерів. З урахуванням досвіду Т. В. Куваєвої у міжнародному проєкті Erasmus+ PROMENT у навчальний процес інтегровано елементи методології менторства та тьюторства.

Зокрема, у дисциплінах «Маркетинговий менеджмент» та «Маркетингове стратегічне управління» розширено тематику адаптивного та антикризового маркетингового управління в умовах війни і кризи, а також особливостей застосування інструментів стратегічного управління з урахуванням цілей сталого розвитку (рекомендації О. Шебанова, Н. Рибаків, І. Лилик, випускники Р. Савенко). У дисципліні «Маркетинг стартап-проєктів» додано кейсові завдання, пов'язані зі створенням і просуванням високотехнологічних стартапів, дружніх до довкілля, соціальним підприємництвом та маркетинговим забезпеченням преакселерації (рекомендації А. Шебанової). У дисциплінах «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» та «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» актуалізовано зміст щодо побудови екосистем партнерства, автоматизації CRM-стратегій, метрик ефективності позиціонування високотехнологічної продукції та показників досягнення цілей сталого розвитку (рекомендації І. В. Лилик, М. В. Качинської, А. Ю. Шебанової). Також за рекомендаціями роботодавців викладачами розширено застосування імерсивних технологій серед методів навчання, а також оновлено метрики ефективності управління маркетинговими процесами в контексті сталого розвитку.

Опишіть, яким чином навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності за освітньою програмою та закладу вищої освіти

В НТУ «ДП» міжнародна діяльність реалізується згідно Стратегії інтернаціоналізації <https://surl.li/hagwprq>. Університет має Центр міжнародної співпраці <https://surl.li/zdtbwd>, який інформує здобувачів і викладачів про

можливості навчання та стажування за кордоном. Порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу регламентують «Положення про організацію освітнього процесу» та «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» <http://surl.li/rbky>. На кафедрі щорічно понад 20 років проходить міжнародна конференція «Majesty of marketing», в якій брали участь іноземні студенти і молоді вчені з Польщі (Nicolaus Copernicus University in Torun; Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie; Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej та інші). Інтернаціоналізація освітнього процесу забезпечується, зокрема, через реалізацію міжнародного проєкту за моделлю COIL спільно з TUBAF <https://surl.li/wdmaob>. Здобувачка А.Мерінцова отримала міжнародний професійний досвід під час стажування в компанії Lenovo Словаччина, де працювала Talent Acquisition Intern <https://surl.li/atibkg>. Куваєва Т. координує комунікацію та дисемінацію у міжнародному проєкті Erasmus+ CBHE «VERSE», залучає студентів до глобальних вебінарів. Проф. Касян С. є експертом з маркетингу стартап-проєктів, член робочої групи з реалізації проєкту «HIVE «Інновації ЗВО для підтримки розвитку підприємництва» (ЄС Горизонт Європа 2021-2027)

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

Яким чином форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти дають можливість встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремого освітнього компонента та/або освітньої програми в цілому?

Згідно «Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП» <http://surl.li/ustkwm>, «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти» <http://surl.li/izdgif> задля визначення досягнень ПР з навчальних дисциплін ОП застосовуються такі види контролю: поточний та підсумковий (семестровий). Поточний контроль проводиться під час аудиторних занять протягом семестру за навчальним розкладом. Форми проведення поточного контролю та його кількісна оцінка за конкретним видом навчального заняття визначається за критеріями, які зазначені у робочій програмі та/або силабусі дисципліни. Підсумковий контроль – це комплексне оцінювання рівня сформованості дисциплінарних компетентностей за чверть, семестр, навчальний рік. Формами проведення підсумкового (семестрового) контролю є диференційований залік або екзамен. Результати контрольних заходів з дисциплін, для яких формою семестрового контролю є диференційований залік, визначаються за результатами поточного контролю. Екзамен проводиться письмово. Структура завдань екзаменаційного білета може містити питання проблемного, креативного, пошукового характеру, тестові, кейсові, розрахунково-аналітичні та творчі завдання тощо, що дозволяє повною мірою і об'єктивно оцінити досягнення ПР. Формами поточного контролю під час практичних занять є: вибіркове усне і письмове опитування, індивідуальні та групові завдання за кожною темою, ділові ігри, презентації, дебати та дискусії, есе, пітчінг індивідуальних і групових проєктів, вирішення розрахункових завдань, аналіз кейсів, розв'язання задач – перевіряється здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування; доповіді/захист реферату – перевіряється здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. Види занять, які застосовуються для досягнення відповідних ПР наведено у РП. РП розміщуються на сайті кафедри за <https://surl.li/atrwsk>. Самоконтроль у вигляді питань та завдань передбачений під час самостійної роботи здобувачів при перегляді та опануванні лекційного матеріалу. Самоконтроль важливий під час вивчення здобувачами додаткової методичної літератури, рекомендованої викладачем у РП. Контроль звітів з передатестаційної практики та кваліфікаційної роботи передбачає письмову та усну комунікативну складові. Форми контролю зазначено в ОП, навчальному плані, РП усіх дисциплін, індивідуальних навчальних планах здобувачів. Форма проведення підсумкового контролю, зміст і структура екзаменаційних матеріалів, а також критерії оцінювання, визначаються рішенням випускової кафедри маркетингу.

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

Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів регламентується «Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти НТУ «ДП» <https://surl.li/veszzh>. Інформація про терміни контрольних заходів наведена у графіку навчального процесу, який розміщений на офіційному сайті НТУ «ДП». Форми контрольних заходів зазначаються в ОП, навчальному плані, РП та силабусах ОК згідно особливостей дисципліни, які розміщені у вільному доступі на сайті кафедри <https://surl.li/atrwsk> та на платформі дистанційного навчання Moodle. Усі учасники освітнього процесу мають вільний доступ до всіх нормативних документів. Також на першому занятті з навчальної дисципліни викладач знайомить здобувачів з формами контролю та критеріями оцінювання навчальних досягнень. У випадку виникнення питань щодо чіткості та зрозумілості форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання здобувачі можуть звернутися за роз'ясненнями до НПП. Для комунікації зі здобувачами застосовуються облікові записи корпоративної пошти Office 365, додаток MS Teams, дистанційна платформа Moodle, а також соціальні мережі та месенджери.

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

Процедура оцінювання детально описана у «Положенні про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка», що представлений у загальному доступі на сайті університету <https://surl.li/veszzh>. На сайті НТУ ДП розміщений графік освітнього процесу із зазначенням строків проведення контрольних заходів <https://surl.li/pcvqhc>. Критерії оцінювання чітко зазначені у РП та силабусах навчальних

дисциплін, на курсах викладачів на корпоративній платформі дистанційного навчання НТУ ДП Moodle. Контрольні заходи та сесії проводяться згідно графіку навчального процесу. Диференційований залік проводиться на останньому в семестрі (чверті) занятті з дисципліни, про що повідомляється здобувачам на початку викладання дисциплін. Розклад семестрових екзаменів складається диспетчерською службою та доводиться до відома викладачів і здобувачів за місяць до початку сесії. У період запровадження дистанційної форми навчання комунікація здобувачів з викладачами здійснюється за допомогою програмного забезпечення MS Office 365, MS Teams, дистанційної платформи Moodle, а також із застосуванням соціальних мереж, месенджерів. Порядок проведення контрольних заходів, їх форми та критерії оцінювання регламентуються «Положенням про організацію освітнього процесу НТУ «ДП» та «Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка».

Яким чином форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти (за наявності)? Пр продемонструйте, що результати навчання підтверджуються результатами єдиного державного кваліфікаційного іспиту за спеціальностями, за якими він запроваджений

Атестація здобувачів вищої освіти, які навчаються за другим (магістерським) рівнем вищої освіти на освітньо-професійній програмі «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг, проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Процес атестації, порядок створення екзаменаційних комісій, повноваження й права учасників регулюються «Положенням про організацію атестації здобувачів вищої освіти Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» <http://surl.li/mwsxyz> Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що вимагає проведення досліджень і характеризується невизначеністю умов і вимог. Атестація здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої включаються, як голови, представники роботодавців та їх об'єднань, науково-педагогічні працівники інших закладів вищої освіти тощо. Кваліфікаційні роботи не можуть містити академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації, перевіряються на наявність плагіату згідно з процедурою, визначеною системою забезпечення якості освітньої діяльності університету, та оприлюднюються в репозиторії, <https://ir.nmu.org.ua/>.

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

Документами, що регулюють процедури проведення контрольних заходів в університеті є: «Положення про організацію освітнього процесу НТУ «Дніпровська політехніка», «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка», «Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка», «Положення про організацію атестації здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка». Відповідно до пункту 30 Закону України «Про освіту» та Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності (в редакції Постанови КМУ №365 від 24.03.2021 р.) документи розміщені на офіційному веб-сайті університету та перебувають у вільному доступі для всіх учасників освітнього процесу за посиланням (<https://bit.ly/3xqzQx2>). Інформацію щодо процедури проведення контрольних заходів також повідомляють викладачі на першому занятті.

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

Питання об'єктивності оцінювання контрольних заходів, запобігання та врегулювання конфліктів, дотримання інтересів регулюються нормативною базою освітнього процесу, чіткими і прозорими критеріями, викладеними у робочих програмах та/або силабусах кожного освітнього компонента, що розміщені на сайті кафедр та є у вільному доступі. Відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти» <http://surl.li/izdgjf> оцінювання містить комплекс письмових, усних, практичних контрольних процедур залежно від компетентнісних характеристик (знання, уміння, навички, комунікація, автономія і відповідальність) результатів навчання, досягнення яких контролюється. Об'єктивність екзаменаторів при оцінюванні знань здобувачів під час семестрового контролю забезпечується впровадженням до переліку форм його проведення письмової екзаменаційної роботи, тестового екзаменаційного завдання. Екзамени в університеті проводяться у письмовій формі. Вчасність інформування про форми атестації та критерії оцінювання, прозорість процедур оцінювання ПП забезпечує попередження виникнення конфліктних ситуацій. Порядок урегулювання конфліктів здійснюється відповідно до «Положення про порядок застосування заходів з врегулювання конфліктів та спорів (суперечок) у діяльності співробітників і студентів НТУ «ДП» <http://surl.li/iesiyl> За період навчання здобувачів вищої освіти за ОП скарг на необ'єктивність екзаменаторів не було, конфлікту інтересів не виникало.

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів регулює «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти НТУ «Дніпровська політехніка». Повторний підсумковий контроль з дисципліни у випадку, коли здобувач отримав оцінку «незадовільно» (нижче 60-ти балів), допускається не більше 2 разів. Термін усунення академічної заборгованості складає 1 місяць після закінчення екзаменаційної сесії. У випадках дії воєнного стану, карантинних обмежень, інших обставин непереробної сили термін ліквідації академічної заборгованості може бути змінений рішенням ректорату. Прийом 1-ого перескладання здійснюється викладачем, який викладав ОК, 2-ого – комісією у складі трьох осіб (викладач, який викладав дисципліну, завідувач кафедри, представник деканату/інституту). Рішення комісії є остаточним. Якщо здобувач вищої освіти у встановлений строк не скористався можливістю повторного проходження КЗ або за результатами повторного проходження КЗ отримав

незадовільну оцінку, він відраховується з університету. Здобувачі вищої освіти, які не виконали індивідуальний навчальний план у зв'язку з обставинами, що унеможливлюють його виконання, мають змогу взяти академічну відпустку, або їм встановлюється індивідуальний графік за мотивованою заявою.

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

Порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів в університеті регулює «Кодекс академічної доброчесності НТУ «ДП» <https://surl.li/vqzpuu>. Здобувач має право на отримання від викладача обґрунтованих роз'яснень щодо результатів оцінювання його навчальної роботи (академічного твору) та їх відповідності заздалегідь визначеним і оприлюдненим критеріям оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти вважає, що результати його навчання були оцінені недоброчесно, він має право оскаржити результати такого оцінювання, відповідно подавши письмову скаргу на ім'я декана факультету/директора інституту з вимогою їх перегляду. В такому випадку після отримання письмової скарги здобувача щодо можливого недоброчесного оцінювання результатів його навчання, декан факультету/директор інституту протягом трьох робочих днів надсилає відповідну скаргу на розгляд до Комісії академічної доброчесності. Комісія розглядає скаргу в порядку та строки, визначені законодавством. З метою запобігання конфлікту інтересів викладач, на дії якого подано скаргу, не може брати участь у розгляді цієї справи та прийнятті рішення Комісією. Для перевірки об'єктивності оцінювання Комісія має право залучати експертів (фахівців з відповідної дисципліни). За результатами розгляду Комісія ухвалює обґрунтоване письмове рішення щодо наявності чи відсутності факту недоброчесного оцінювання та передає його декану факультету/директору інституту. Прикладів застосування зазначених процедур за ОП «Маркетинг» не було.

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

Основними документами НТУ «ДП», що регламентують політику, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності, є: «Кодекс академічної доброчесності», «Положення про систему запобігання та виявлення плагіату» «Політика використання штучного інтелекту в академічній діяльності» «Політика забезпечення якості вищої освіти», «Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої та вищої освіти», та інші. Документи оприлюднені на сайті університету в розділі «Установчі документи та Положення» та доступні для всіх учасників освітнього процесу https://old.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents

Які технологічні рішення використовуються на ОП як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності? Вкажіть посилання на репозиторій ЗВО, що містить кваліфікаційні роботи здобувачів вищої освіти ОП

Відповідно до «Кодексу академічної доброчесності НТУ «ДП» <https://surl.li/yhxcqi> у випадку порушення академічної доброчесності здобувачі можуть бути притягнені до відповідальності шляхом відвідування тематичних занять (урок, лекція, курс, тренінг тощо) з академічної доброчесності та/або академічного письма; усне попередження про необхідність дотримання академічної доброчесності та можливе притягнення до академічної відповідальності; - письмове попередження про необхідність дотримання академічної доброчесності та можливе притягнення до академічної відповідальності. У ролі інструментів запобігання порушенням академічної доброчесності на ОП є: постійне інформування здобувачів щодо неприпустимості порушення норм академічної доброчесності, система обов'язкової перевірки робіт на наявність плагіату, що регулюється «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у НТУ «ДП» <https://surl.li/aasoxd>, але НПП мають право використовувати під час проведення експертизи студентських робіт і будь-які інші програмні засоби та пошукові системи, що визнані академічною спільнотою. З квітня 2024 року НТУ «ДП» укладено договір із ТОВ «ПЛАГІАТ» на використання інформаційної системи StrikePlagiarism (договір №138 від 29.04.2024 р.) Роботи оприлюднюються у репозиторії на сайті університету <https://ir.nmu.org.ua>

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

Університет постійно популяризує академічну доброчесність серед здобувачів шляхом реалізації комплексу заходів: інформаційно-роз'яснювальна робота щодо неприпустимості порушення норм академічної доброчесності та наслідків порушення проводиться кураторами груп та НПП; роз'яснювальна робота органів студентського самоврядування; роз'яснення основних правил складання академічних документів; обов'язкова перевірка усіх статей у періодичних науково-фахових виданнях, тез доповідей, курсових, кваліфікаційних робіт на відсутність плагіату за допомогою відповідного програмного забезпечення. НПП, куратори, ментори, тьютори активно долучаються до роз'яснювальної роботи щодо необхідності дотримання академічної доброчесності, правильності цитувань, посилань на першоджерело тощо. А також самі беруть участь у семінарах, вебінарах, тренінгах, форумах, присвячених проблемам академічної доброчесності. На кафедрі маркетингу теж є відповідальний викладач Касян С.Я. за дотримання академічної доброчесності. Викладачі постійно популяризують питання академічної доброчесності серед здобувачів за результатами участі у тренінгах «Політех доброчесний», «Особливості функціонування культури академічної доброчесності в умовах воєнного стану», «Штучний інтелект: технічні та правові аспекти академічної доброчесності» від Центру професійного розвитку, менторства та тьюторства НТУ «ДП». На сайті кафедри розміщена рубрика «Академічна доброчесність». <https://surl.li/brqxro>

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

Відповідно до «Кодексу академічної доброчесності НТУ «ДП» <https://surl.li/vqzpuu> у випадку порушення

здобувачами вищої освіти академічної доброчесності передбачені наступні заходи: виховні заходи реагування та заходи притягнення до відповідальності. Виховні заходи реагування: відвідування тематичних занять (урок, лекція, курс, тренінг тощо) з академічної доброчесності та/або академічного письма; усне попередження про необхідність дотримання академічної доброчесності та можливе притягнення до академічної відповідальності; письмове попередження про необхідність дотримання академічної доброчесності та можливе притягнення до академічної відповідальності; повторне виконання завдання. Заходи притягнення до відповідальності: повторне проходження (виконання) відповідного освітнього компонента освітньої програми; повторне проходження оцінювання; позбавлення права брати участь у конкурсах щодо отримання стипендій, грантів, участі у програмах академічної мобільності на строк від одного до трьох років; відрахування з числа осіб, які здобувають освіту за державним чи регіональним замовленням; позбавлення академічної стипендії на строк до одного навчального року; виключення зі складу вченої ради з позбавленням права бути членом вченої ради на строк від одного до трьох років; відрахування здобувача вищої освіти. За час реалізації ОП «Маркетинг» не було випадків, які б потребували звернення до Комісії з академічної доброчесності.

6. Людські ресурси

Продемонструйте, що викладачі, залучені до реалізації освітньої програми, з огляду на їх кваліфікацію та/або професійний досвід спроможні забезпечити освітні компоненти, які вони реалізують у межах освітньої програми, з урахуванням вимог щодо викладачів, визначених законодавством

Науково-педагогічні працівники, що залучені до реалізації ОП відповідають кваліфікаційним вимогам, визначеним чинним законодавством та Ліцензійними умовами (пп. 37–38). До викладання залучені НПП, які мають наукові ступені (доктори та кандидати наук), реальний досвід роботи у сфері маркетингу, а також регулярно публікуються у фахових та міжнародних виданнях. Касян С., Куваєва Т. є експертам НАЗЯВО. Входять до редакційних колегій наукових видань категорії Б (Пилипенко Г., Красовська О., Касян С.), міжнарод. наук. видань (Касян С.), є учасниками міжнародних програм Erasmus+, DAAD, Horizon Europe 2021-2027, EMDIAC, Open4Ukraine, GIZ, Virtual Educator від Посольства США (Павленко Л.). Це забезпечує високий рівень викладання, актуальність змісту ОК та інтеграцію сучасних практик маркетингу у навчальний процес. Викладачі протягом останніх п'яти років пройшли підвищення кваліфікації (зокрема у Technische Universität Dresden, Warsaw University, University of Latvia), що підтверджено відповідними сертифікатами і дозволяє підтримувати актуальність їхніх знань і навичок, що відображено на персональних сторінках викладачів <https://surli.li/ksuwvq>. Куваєва Т., Красовська О., Пілова К. є учасниками програми British Council LUTUR (2023–2024) та виступають тренером-розробником Програми професійного розвитку академічних менеджерів (проект МОН України та Світового банку). Красовська О. має сертифікацію професійного коуча (Isaac Pintosevich Systems) і досвід участі у тренінгах, семінарах та воркшопх з міжнародних стандартів якості освіти (AACSB, європейські підходи акредитації, інноваційні методи викладання). Касян С., Куваєва Т. є учасниками “DIGITAL TEACHING”, Technische Universität Dresden. Пілова К. керівником відокремленого підрозділу УАМ у Дніпропетр. обл., Куваєва Т., Касян С. є дійсними членами УАМ. Пілова К. є головою Дніпровського регіонального представництва ІГКР (Куваєва Т. експерт комітету), мають практичний досвід консультування ТОВ «МаслоТрейд» з підвищення ефективності маркетингової комунікаційної політики. Пілова К., Куваєва Т. мають практичний досвід роботи як начальника відділу маркетингу. Куваєва Т.В. є членкинею групи комунікаціоністів ГО «Альянс українських університетів». Касян С., Куваєва Т., є учасниками та координаторами у сфері дисемінації та комунікації у низці проєктів: Erasmus+ CBHE: PROMENT (2023-2026), VERSE (2025–2028), “HIVE «Інновації ЗВО для підтримки розвитку підприємництва». Викладачі мають досвід практичної роботи, консультування реального бізнесу й реалізації комерційних і грантових проєктів. Павленко Л.В. є міжнародним тренером і фасилітатором програм Британської Ради та TESOL-Ukraine. Куваєва Т., Пілова К. є членами робочих груп міжнародних проєктів Erasmus+ EdUp, Proment, SERVU, VERSE, AFID, RECLAIM. Пілова К. є членом конкурсної комісії Міжнародного конкурсу студентських робіт з маркетингу. Бессонова А. є учасницею міжнарод. проєкту «EU Green Recovery in the post-Covid-19 Period» (Університет Коменського, Братислава).

Продемонструйте, що процедури конкурсного відбору викладачів є прозорими, недискримінаційними, дають можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми та послідовно застосовуються

Для успішної реалізації ОП і забезпечення потрібного рівня професіоналізму формування складу НПП здійснюється із дотриманням чинних нормативно-правових вимог, Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності та рекомендацій НАЗЯВО. Процедуру відбору викладачів регламентує «Положення про порядок проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП НТУ «ДП» та укладання з ними трудових договорів (контрактів)» <https://surli.cc/fzpmjv>, згідно з яким конкурсний відбір НПП проводиться конкурсною комісією, що створюється наказом ректора. Прийом документів претендентів здійснюється протягом 1 місяця з дня публікації оголошення про конкурс. Кандидатури претендентів на посаду попередньо обговорюються на засіданні кафедри маркетингу за участю органів студентського самоврядування. Оцінюючи професійну кваліфікацію, кафедра може запропонувати претенденту провести відкриту лекцію. Висновки кафедри про професійні й особистісні якості претендентів затверджуються таємним голосуванням і передаються на розгляд затвердженій наказом ректора конкурсній комісії у вигляді витягу з протоколу засідання кафедри. Рішення конкурсної комісії приймається відкритим голосуванням більшістю голосів. За результатами рекомендації конкурсної комісії Вчена рада обирає таємним голосуванням зав. кафедри, професорів, а Вчена рада факультету – доцентів і викладачів, після чого укладається строковий трудовий договір терміном до 5 років, у додатках до контракту зазначаються показники професійної та науково-практичної активності викладача.

Опишіть, із посиланням на конкретні приклади, яким чином заклад вищої освіти залучає роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу

ЗВО та кафедра систематично залучає стейкхолдерів, фахівців-практиків та роботодавців до освітнього процесу через відкриті лекції, майстер-класи, вебінари й воркшопи. Здобувачі вивчають сучасний маркетинговий інструментарій від представників провідних компаній, PR- та рекламних агенцій. Зокрема, проводилися зустрічі й практичні інтенсиви з топ-менеджерами та маркетинговими експертами в межах діяльності наукового гуртка та проекту "4Seasons of Marketing": Д. Бичковим (General Electric) <https://surl.li/vimyfv>; Д. Чудіновим (Solar Steelconstruction) <https://surl.lt/tcaxeab>; А. Мартиною (RGB IDEA GROUP) <https://surl.lt/kzpcwkw>; М. Калиновською (Metinvest Січсталь) <https://surl.lt/lxgkxk>; В. Кузьменком (Kyivstar) <https://surl.lu/ragryz>; Я. Лут (KFC) <https://surl.li/nqavlm>. Практикоорієнтованість навчання забезпечується проведенням спільних воркшопів (компанія Expolight <https://surl.li/vqqfna>) та екскурсій (EDS, Highway to top) за результатами яких у студентів є можливість пройти стажування та працевлаштуватися. Роботодавці беруть участь у рецензуванні освітньо-професійної програми, формуванні програм ОК, керують передатестаційною практикою здобувачів, входять до складу екзаменаційних комісій та виступають менторами студентських проєктів. Детальний перелік заходів із практиками розміщено на вебсторінці кафедри.

Яким чином ЗВО сприяє професійному розвитку викладачів ОП? Наведіть конкретні приклади такого сприяння

Нормативною базою, що регламентує процедури забезпечення професійного розвитку НПП є «Положення про підвищення кваліфікації НПП НТУ «ДП» (<http://surl.li/afhqqr>). НТУ ДП сприяє професійному розвитку через власні програми і співпрацю з іншими ЗВО, у т.ч. зарубіжними. Університет пропонує викладачам такі форми професійного розвитку: підвищення кваліфікації; стажування у провідних установах; підвищення мовної підготовки в лінгвістичних центрах; участь в тренінгах, воркшопах, вебінарах, конференціях, семінарах, круглих-столах, міжнародне стажування. НПП, що забезпечують освітній процес на ОП, активно використовують можливості для професійного розвитку. Функціонує Міжгалузовий навчально-науковий інститут безперервної очно-дистанційної освіти <https://surl.lt/rkuhns>, Центр професійного розвитку персоналу, тьюторства та менторства <https://surl.li/ccgyiemq>, де проводяться тренінги, семінари, круглі столи, зокрема «Гарант освітньої програми», «Академічна доброчесність», «Мистецтво змішаного навчання: MS Teams online + offline», «Проекти Жана Моне (Erasmus+): особливості підготовки та аплікації», «Інтерактивні заняття та ефективне оцінювання з Moodle – досвід використання», «Акредитація освітніх програм від А до Я: практичні кейси», що забезпечує постійне оновлення методичних та професійних компетенцій викладачів і підвищує якість освітнього процесу. НПП самостійно обирають форми, напрями підвищення кваліфікації. Інформація по кожному НПП є на сторінці кафедри <https://surl.li/ybtzxf>

Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності

В НТУ «ДП» діє система стимулювання розвитку викладацької майстерності та заохочення професійних досягнень викладачів ОП «Маркетинг» як матеріального, так і нематеріального характеру. Доплати, надбавки, премії та матеріальна допомога надаються відповідно до «Положення про порядок преміювання, надання матеріальної допомоги працівникам НТУ «ДП» <https://short-url.cc/1zOQr>, «Положення про оплату праці працівників НТУ «ДП» <https://surl.li/szirof>, Колективним договором <https://surl.li/ccgyteiu>. За багаторічну бездоганну працю та високі досягнення у діяльності, що сприяє підвищенню рейтингу університету, присвоюються почесні звання та нагороди згідно з «Положенням про почесні звання НТУ «ДП» <https://short-url.cc/1zOQB> та «Правилами внутрішнього трудового розпорядку» <http://surl.li/afgkw>. Для підтримки молодих учених у 2018р. започатковано конкурс «Кращий молодий вчений НТУ ДП» з матеріальним заохоченням, а з 2021р. запроваджено річну стипендію ім. акад. Б.Є.Патона для 5 кращих молодих вчених. НПП університету, що викладають на даній ОП, нагороджені відзнаками: медаллю «За заслуги» (Касян С.), медаллю «Знак вдячності» (Т.Куваєва, Пилипенко Г.); медаль «За відданість університету» (Пілова К., Пилипенко Г.), дипломом «Кращий молодий вчений НТУ «ДП» (Т.Куваєва), подякою МОН України (Касян С., Куваєва Т., Пілова К.), почесною грамотою Дніпровської міської рад (Касян С., Куваєва Т.), дипломом переможця міського конкурсу соціальної реклами «КРИК» (Т.Куваєва). Перелік здобутків відображено на сторінці кафедри <https://surl.li/esyoyu>

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

НТУ «ДП» створює сучасне та комфортне освітнє середовище, яке забезпечує викладачів і здобувачів усіма необхідними матеріальними, технічними та інформаційними ресурсами для якісного навчання, викладання та наукових досліджень відповідно до чинного законодавства України. Матеріально-технічна база ОП повністю відповідає її меті та гарантує досягнення ПР завдяки комплексній інфраструктурі університету й кафедри маркетингу: аудиторії з мультимедіа та Wi-Fi, комп'ютерні класи забезпечені ліцензованим ПЗ, лабораторія медіакомунікацій (відкрита за проєктами Erasmus+ Proment, Servu, SUUUpoRT), медіастудія (спільно з EDS Ukraine),

предметна аудиторія кафедри, на базі якої функціонує Лабораторія інклюзивного маркетингу спільно з ГО «Гендерний клуб Дніпро», присвячена питанням гендерної рівності та інклюзії; повний доступ до наукової бібліотеки з фондом літератури, електронним каталогом, Scopus та Web of Science, коворкінгів Colibry та Unica, спортивного обладнання, харчування й студентського містечка. Діє сумісний освітньо-науковий проєкт «Бібліотечка маркетолога» <https://surl.li/fbakvc>. Навчально-методичне забезпечення кожного ОК розробляється відповідно до затвердженого «Положення про навчально-методичне забезпечення освітнього процесу в НТУ «ДП» <https://surl.li/oijivq> та щороку оновлюється з урахуванням зауважень НМК і стейкхолдерів. РП та/або силабуси розміщуються на сайті кафедри та Moodle. Це забезпечує структурованість навчального процесу, сприяє у здобувачів розвитку самостійності до вивчення матеріалу.

Продемонструйте, яким чином заклад вищої освіти забезпечує доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах освітньої програми, відповідно до законодавства

На офіційному сайті університету <http://www.nmu.org.ua> оприлюднюються всі необхідні документи: положення, розклад, ОП, РП та/або силабуси ОК. Викладачі та здобувачі мають вільний та безкоштовний доступ до навчальних аудиторій, лабораторій, комп'ютерних класів, корпоративної пошти, ліцензійного ПЗ MS Office 365, MS Teams і платформи дистанційного навчання Moodle. Бібліотека надає безкоштовний доступ до навчальної та наукової літератури, електронного каталогу, довідкових і науково-дослідницьких видань, а також до наукометричних баз Scopus та Web of Science. Інфраструктура університету повністю відповідає законодавству України та гарантує викладачам і здобувачам доступ до всіх необхідних ресурсів для ефективного навчання, викладання й наукової роботи. Освітнє середовище охоплює простори, які сприяють успішній реалізації ОП, формуванню практичних навичок і досягненню запланованих ПР навчання. На кафедрі маркетингу здобувачі залучаються до практичного підготовки власних проєктів та стартапів безпосередньо в лабораторіях кафедри, у ході діяльності студентського наукового гуртка «Єврика маркетингу», та з використанням можливостей кіностудії «Юність». Як результат перемоги команди MarketingMediaVita (здобувачі цієї ОП: О. Світенко, К. Патинок, М. Єгоров, Д. Федун; ментор, професор С.Я. Касян) закуплено за рахунок грантових коштів високотехнологічне обладнання: 3D-принтер Bambu Lab P1S Combo з AMS та 3-D сканер Creality CR-Scan Ferret Pro.

Опишіть, яким чином освітнє середовище надає можливість задовольнити потреби та інтереси здобувачів вищої освіти, які навчаються за освітньою програмою, та є безпечним для їх життя, фізичного та ментального здоров'я

Освітнє середовище НТУ «ДП» сприяє всебічному розвитку здобувачів, забезпечуючи реалізацію їхніх потреб та інтересів. Представники студентського самоврядування входять до складу Вченої ради університету, вчених рад інститутів (факультетів), ректорату та стипендіальних комісій, що гарантує дотримання прав та інтересів студентів. Їхні пропозиції враховуються при формуванні індивідуальної освітньої траєкторії, удосконаленні освітнього процесу, призначенні стипендій та організації культурного життя. Для розвитку компетентностей здобувачів діють лінгвістичні центри, коворкінги, креативні простори, а також кафедри залучають студентів до наукових досліджень, конкурсів (соціальна студентська реклама в межах міжнародної конференції «Majesty of marketing»). Кафедра організовує різноманітні peer-to-peer сесії обміну досвідом: менторство в академічних та креативних напрямках, допомога в освоєнні спеціальності. Стан приміщень відповідає законодавчим вимогам, а в умовах воєнного стану всі корпуси обладнані системою оповіщення «Повітряна тривога» та укриттями з проведенням відповідних інструктажів. Для підтримки ментального здоров'я функціонує соціально-психологічна служба <https://filosof.nmu.org.ua/ua/sps.php>, де здобувачі можуть отримати консультації та психологічну підтримку. Освітнє середовище підтримує ментальне здоров'я через можливість творчої самореалізації та професійного розвитку. Наприклад, здобувачка Калмикова О. підготувала пітч власного проєкту FORGE, який було відібрано на платформу Дія.Бізнес <https://surl.li/squswj>.

Опишіть, яким чином заклад вищої освіти забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку, підтримку фізичного та ментального здоров'я здобувачів вищої освіти, які навчаються за освітньою програмою.

В НТУ «ДП» функціонує комплексна система підтримки здобувачів, що охоплює освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну допомогу, а також сприяє підтримці фізичного та ментального здоров'я. Комунікація зі здобувачами здійснюється через викладачів під час занять, консультацій та наукової роботи, а графік консультацій оприлюднюється на сайті університету. Куратор допомагає здобувачам адаптуватися до університетського життя, консультує з питань організації навчання, планування індивідуальної освітньої траєкторії, надає допомогу з навчальних та життєвих питань, а старости представляють інтереси груп на рівні факультетів та університету. Для старост організовані щотижневі факультетські семінари та університетські зустрічі два рази на місяць. Інформаційна підтримка забезпечується офіційним сайтом університету та кафедри <https://surl.li/sxewve>, корпоративною електронною поштою Microsoft Office 365, соціальними мережами, зокрема: ФБ <https://surl.li/roljca>, Instagram <https://surl.li/yhheni>, LinkedIn <https://surl.li/lzzodl>, TikTok <https://surl.li/caizxb>, Telegram <https://surl.li/ypzklr> НТУ ДП; телеграм канали кожної групи та спільної для кожного року вступу; сторінка кафедри на ФБ <https://surl.li/mxifeg> та Instagram <https://surl.li/oudnwf>; особистим спілкуванням з викладачами та адміністрацією. Після зарахування кожному здобувачу автоматично створюється персональний електронний кабінет та корпоративна пошта Microsoft 365, що забезпечує повноцінний доступ до Moodle, MS Teams, ліцензійного ПЗ MS Office 365. Студентське самоврядування активно співпрацює з адміністрацією, захищає права та інтереси студентів. Соціальні стипендії надаються згідно з порядком Кабінету Міністрів України, а здобувачам з інших міст пропонуються місця у гуртожитках. Для підтримки фізичного здоров'я працюють спортивні секції та курси оздоровчо-спортивного напрямку, а соціально-психологічна служба надає консультації для збереження

ментального здоров'я, за потреби із залученням практикуючих психологів. Відділ ВЗЯВО регулярно проводить опитування здобувачів <https://surl.li/lgjauf>, створено Скриньку для пропозицій щодо покращення якості освітнього процесу <https://surl.li/stssvp>. Здобувачі мають доступ до сучасних коворкінгів Colibry і Unica, які сприяють командній роботі і розвитку підприємницьких ініціатив. Здобувачі ОП мають можливість долучення до інноваційної екосистеми НТУ ДП, зокрема Бізнес-інкубатора, Регіонального інноваційного хабу. Для поглиблення міжкультурної комунікації та формування мовних компетентностей функціонують культурно-мовні освітні центри. Для всебічного розвитку студентів створено умови для занять спортом та підтримки здорового способу життя: спортивні зали, майданчики, медпункт. Організовано систему харчування та функціонує студентське містечко, що забезпечує комфортне навчання та проживання.

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)

НТУ «ДП» забезпечує реалізацію права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами (ООП) з урахуванням їхніх індивідуальних можливостей, здібностей та інтересів, надання пільг і соціальних гарантій. Це закріплено в «Правилах прийому» та «Положенні про організацію освітнього процесу» і реалізується в освітньому процесі. Для ООП створено спеціальні умови: участь у конкурсному відборі на здобуття вищої освіти, пільги при переведенні на вакантні місця державного замовлення, першочергове поселення в гуртожиток, технічні умови доступності (окремі вбиральні кімнати, пандуси, шрифти Брайля у ліфтах та місцях загального користування). Умови доступності для навчання осіб з особливими освітніми потребами висвітлені на сайті університету <https://surl.li/wpbxru> регламентує дії працівників університету для забезпечення зручності та комфортності перебування таких здобувачів. Умови навчання спрямовані на розширення доступу до якісної освіти завдяки сучасним ІТ, реалізацію індивідуального підходу до навчального процесу та формування в усіх студентів толерантного й поважного ставлення до ООП; за потреби можливе навчання за індивідуальним планом чи графіком з елементами дистанційного формату. На кафедрі маркетингу функціонує Inclusive Marketing Lab DniproTech, яка спрямована на розвиток інклюзивних підходів у маркетингу, формування культури гендерної рівності та підтримку ООП через практичні завдання з урахуванням принципів інклюзії. На даній ОП здобувачів з особливими освітніми потребами наразі немає.

Продемонструйте наявність унормованих антикорупційних політик, процедур реагування на випадки цькування, дискримінації, сексуального домагання, інших конфліктних ситуацій, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми

У НТУ «Дніпровська політехніка» врегулювання випадків цькування, дискримінації, сексуального домагання та інших конфліктних ситуацій здійснюється на підставі низки розроблених документів: «Статут НТУ ДП», «Антикорупційна програма»; «Порядок роботи з повідомленнями про корупцію, внесеними викривачами»; «Положення щодо протидії булінгу (цькуванню)»; «Положення про політику попередження і боротьби із сексуальними домаганнями»; «Положення про порядок застосування заходів з врегулювання конфліктів та спорів у діяльності співробітників та студентів»; «Положення про порядок застосування заходів з врегулювання конфлікту інтересів у діяльності посадових осіб». Всі документи розміщені у відкритому доступі для учасників освітнього процесу на офіційному сайті університету: <http://surl.li/tamhsj>. Випадків порушення етичних засад та конфліктних ситуацій на ОПП не було. Університет забезпечує політику взаємоповаги, взаєморозуміння, відкритості, доступності до інформації, рівності учасників освітнього процесу перед законами України та толерантності. Політику та процедури з врегулювання конфліктів і спорів, що можуть виникати у співробітників, викладачів і здобувачів, визначає Положення про порядок застосування заходів з врегулювання конфліктів та спорів (суперечок) у діяльності співробітників та студентів НТУ ДП <https://surl.li/mekqnz>. Згідно з цим положенням, можливі посередники (медіатори), які допомагають сторонам конфлікту налагодити комунікацію та знайти рішення, що задовольняє потреби всіх учасників. Медіатор допомагає сторонам конфлікту налагодити процес комунікації та проаналізувати конфліктну ситуацію таким чином, щоб вони самі змогли обрати рішення, що задовольняло б інтереси й потреби усіх учасників конфлікту згідно з чинними законодавством та установчими документами НТУ ДП. Мета «Положення щодо протидії булінгу» <https://surl.li/rfgxlt> – покращення психологічної атмосфери в освітньому процесі, формування негативного ставлення до булінгу та захист психічного здоров'я і соціального добробуту всіх учасників. «Положення про політику попередження і боротьби із сексуальними домаганнями» засуджує гендерне насильство, у тому числі сексуальні домагання на робочому місці та в освітньому процесі. В університеті розроблено стратегію забезпечення гендерної рівності <https://surl.li/btfdlk>. За час існування ОП конфліктних ситуацій у діяльності учасників освітнього процесу (включаючи пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією) не виникало.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

У НТУ «ДП» сформовано нормативну основу для розроблення, моніторингу, перегляду та затвердження освітніх програм. Загальні засади розроблення та реалізації визначає Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП». Порядок навчально-методичного забезпечення ОП регламентує Положення про навчально-методичне

забезпечення освітнього процесу НТУ «ДП». Вимоги до діяльності гаранта ОП, його права та обов'язки визначає Положення про гаранта освітньої програми НТУ «ДП». Механізми розроблення та внесення змін до ОП визначає Положення про науково-методичні комісії спеціальностей НТУ «ДП». Функціонування системи внутрішнього забезпечення якості та контроль за реалізацією ОП регламентує Положення про систему внутрішнього забезпечення освітньої діяльності та якості вищої освіти в НТУ «ДП». Зазначені нормативні документи оприлюднені на <https://surl.li/amphrn>. Участь здобувачів у забезпеченні якості ОП та формуванні пропозицій щодо її змісту регламентується Положенням про студентське самоврядування (<https://surl.li/vsvwoz>). Реалізація зазначених процедур також здійснюється відповідно до наказів і розпоряджень ректора НТУ «ДП».

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

Оновлення ОП «Маркетинг» здійснюється системно та передбачає її щорічний перегляд і затвердження. Необхідність внесення змін визначається за результатами аналізу актуальності її змісту та пропозицій зацікавлених сторін. Організацію перегляду забезпечує робоча група ОП, яка готує проєкт оновленої програми. Під час перегляду враховуються зміни законодавчих і нормативно-правових вимог та стандартів вищої освіти, тенденції розвитку професійної сфери й ринку праці, результати взаємодії зі стейкхолдерами, регіональні особливості та внутрішні результати моніторингу якості освітнього процесу. Такий підхід забезпечує своєчасне реагування ОП на зміни та підтримання її актуальності. Пропозиції щодо удосконалення програми узагальнюються гарантом ОП після чого розглядаються членами робочої групи та, за результатами обговорення, включаються до проєкту ОП для наступного року вступу. Важливим елементом процедури є відкрите обговорення проєкту ОП. Оновлений проєкт розміщується на офіційному сайті ЗВО <https://surl.lu/dvdlpm>, що забезпечує можливість ознайомлення з ним та надання пропозицій. Паралельно проєкт надсилається роботодавцям і експертам – партнерам кафедри для отримання рецензій та фахових рекомендацій. Отримані зауваження і пропозиції аналізуються та, за необхідності, враховуються під час доопрацювання програми. Після завершення етапу зовнішнього обговорення проєкт ОП проходить внутрішній розгляд НМК спеціальності та кафедрою. Після внутрішньої перевірки та погодження ВВЗЯВО, НМВ, центром моніторингу знань та тестування оновлена ОП подається на затвердження ВР НТУ «ДП». Перевіряється кадрове забезпечення ОП та стан навчально-методичного забезпечення ОК. Окремим напрямом моніторингу є оцінювання якості освітнього процесу здобувачами вищої освіти: шляхом анкетування збирається їхній зворотний зв'язок, зокрема пропозиції щодо вдосконалення змісту ОП та організації навчання. Таким чином, перегляд ОП «Маркетинг» поєднує аналіз актуальності програми, залучення стейкхолдерів, публічне обговорення, внутрішню експертизу та оцінювання ресурсного й освітнього забезпечення, що створює основу для її постійного вдосконалення та відповідності актуальним вимогам до підготовки фахівців. Під час розробки ОП 2026 р. членами робочої групи та НМК (протокол №6 від 07.05.2026) були внесені зміни, які стосуються наповнення обов'язкових освітніх компонент на підставі врахування пропозицій стейкхолдерів з метою посилення їх практичного спрямування та відповідності сучасним потребам бізнесу. До дисциплін Ф4, Ф3, Ф5 та Ф1 додано практичні завдання й тематичні блоки, що охоплюють використання маркетингових інструментів на прикладах вітчизняних підприємств, оцінювання ефективності позиціонування та маркетингових комунікацій, розвиток партнерських екосистем, посилено увагу до цифровізації, застосування технологій ІІІ, принципів сталого розвитку, екологічної та соціальної відповідальності, стратегічне управління проєктами й командної взаємодії.

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

Студентоцентризований підхід в ОП «Маркетинг» передбачає систематичне залучення здобувачів вищої освіти до її перегляду та процедур забезпечення якості. Здобувачі мають можливість надавати пропозиції під час безпосереднього спілкування з гарантом, викладачами, завідувачем кафедри, куратором, а також через опитування та органи студентського самоврядування.

Здобувачі беруть участь в обговоренні та вдосконаленні ОП та ОК. Щорічно за результатами обговорення проєкту ОП проводяться засідання НМК та кафедри за участі здобувачів. Здобувачки вищої освіти Таран Н., Готвянська Д. входять до складу робочої групи ОП, що забезпечує їхню участь у перегляді ОП та обговоренні змін. Представники студентства входять до складу робочої групи з формування переліку вибіркових ОК (Патинок К.), що забезпечує їх безпосередню участь у формуванні індивідуальної освітньої траєкторії. Зворотний зв'язок щодо якості освітнього процесу забезпечується також через регулярні опитування здобувачів (кафедральні перед завершенням ОК, ВВЗЯВО не рідше 1 разу на семестр), результати яких аналізуються та використовуються під час перегляду змісту ОК і вдосконалення ОП. Пропозиції здобувачів щодо інтенсифікації сучасних методів навчання (case-studies, імітаційні ігри, квізи тощо) реалізовано в ОК Ф4, Ф5, С1; щодо формування переліку вибіркових ОК; запити на розширення кар'єрної підтримки враховуються під час реалізації ОП – зустрічі з представниками ТОВ «РУШ», ТОВ «ЕДС-ІНЖІНІРИНГ», CEO агенції HighWayToTop, Expolight, Amel Dental Clinic, Укрнафта, RGB тощо.

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

Студентське самоврядування НТУ «ДП» бере активну участь у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОПП «Маркетинг» відповідно до Статуту університету (<https://surl.li/kzztpm>) та Положення про студентське самоврядування (<https://surl.li/vtwkgu>). Представники студентства залучаються до обговорення питань удосконалення освітнього процесу у межах різних напрямів діяльності. Основними формами такої участі є: робота у Вченій раді інституту та університету; участь представників студентського самоврядування в роботі постійних і тимчасових комісій університету, зокрема комісії з академічної доброчесності; організація та проведення заходів для здобувачів вищої освіти, спрямованих, зокрема, на формування культури академічної доброчесності та

відповідального ставлення до освітнього процесу; участь у зустрічах зі стейкхолдерами, обговоренні результатів наукової та освітньої діяльності, а також формуванні пропозицій щодо її вдосконалення.

До складу Вченої ради ФЕФ входить голова ради студентського самоврядування факультету Шубіна А., що забезпечує представництво здобувачів під час розгляду питань, пов'язаних із реалізацією та вдосконаленням освітніх програм. Також вони взаємодіють із ВВЗЯВО університету щодо питань моніторингу та постійного вдосконалення якості освіти. Студентською радою створено і модерується анонімний чат-бот, на який здобувачі можуть звертатися зі скаргами та запитами.

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

Роботодавці та професійні об'єднання залучаються до періодичного перегляду ОПП «Маркетинг» та інших процедур забезпечення її якості через надання пропозицій щодо змісту ОПП та ОК, рецензування ОПП, участь у засіданнях і комунікативних заходах, проведення гостьових лекцій, вебінарів і практикоорієнтованих заходів, керівництво практикою здобувачів та консультування кваліфікаційних робіт. Практичним результатом такої взаємодії є стажування студентки 1 курсу магістратури в Expolight після воркшопу «Сенси та "мова" світла», а також запрошення трьох магістрів на стажування після зустрічі із Очигавою С., засновником CEO агенції HighWayToTop (<https://surl.lt/ynulpe>). Значущим механізмом врахування позиції професійної спільноти є співпраця кафедри маркетингу з ГО «Українська асоціація маркетингу». Зокрема, Лилик І.В., президентка ГО «УАМ», запропонувала посилити практичну складову ОК «Маркетинговий менеджмент» кейсами вітчизняних підприємств із питань сталого розвитку, цифровізації, застосування ШІ, соціальної відповідальності та екологічної безпеки. Качинська М.В., PR-менеджерка інженерно-інвестиційної групи EDS, запропонувала доповнити освітні компоненти практичними кейсами щодо оцінювання ефективності позиціонування та маркетингових комунікацій високотехнологічної продукції, а також взаємодії з партнерами. Зазначені пропозиції використано під час оновлення змісту освітніх компонентів та посилення їх практичної спрямованості.

Опишіть практику збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП (зазначте в разі проходження акредитації вперше)

Інформація про працевлаштування та кар'єрні траєкторії випускників ОП збирається через комунікацію університету, факультету й кафедри з випускниками, опитування та професійні заходи. В університеті функціонує Асоціація випускників <https://surl.li/djmxos>, яка об'єднує випускників різних факультетів та ОП. Під час щорічних зустрічей випускників актуалізується інформація про працевлаштування, професійний розвиток і кар'єрне зростання. На кафедрі діє Клуб випускників <https://surl.li/trhmir>, який забезпечує регулярну професійну комунікацію з випускниками. Отримується інформація про сфери професійної діяльності, кар'єрне зростання, актуальні професійні компетентності та тенденції ринку праці. Зворотний зв'язок підтримується через неформальне особисте спілкування, участь у гостьових лекціях, вебінарах, через офіційні сторінки кафедри у соцмережах. Кафедрою підтримується тісний зв'язок із випускницею Чурсіною Я., яка під час навчання була залучена до роботи відділу маркетингу НТУ «ДП», нині працює у відділі міжнародного маркетингу. Її професійний досвід і кар'єрна траєкторія використовуються для отримання інформації про актуальні вимоги до фахівців. Пропозицію випускниці ОП Савенко Р. враховано в змісті ОК Ф1 щодо посилення підготовки з управління маркетинговими стратегічними проектами з урахуванням принципів сталого розвитку та командної взаємодії. Окремим напрямом є взаємодія випускників із потенційними роботодавцями через ярмарки вакансій, зустрічі, дні відкритих дверей та інші профорієнтаційні заходи.

Продемонструйте, що система забезпечення якості закладу вищої освіти забезпечує вчасне реагування на результати моніторингу освітньої програми та/або освітньої діяльності з реалізації освітньої програми, зокрема здійсненого через опитування заінтересованих сторін

В НТУ «ДП» функціонує система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, яка передбачає систематичний моніторинг освітніх програм та освітньої діяльності, аналіз отриманої інформації й своєчасне реагування на виявлені проблеми та пропозиції. Відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти НТУ «ДП» <http://surl.li/fhclly>, Положення про організацію освітнього процесу <https://surl.li/ecclty> та Положення про навчально-методичне забезпечення освітнього процесу <https://surl.li/ylwmrv> результати моніторингу є підставою для перегляду та оновлення ОП. Одним із основних джерел інформації є регулярні опитування здобувачів вищої освіти та НПП, які організовує ВВЗЯВО та кафедра. Опитування охоплюють питання якості викладання, задоволеності освітнім процесом, підтримкою здобувачів, залученням роботодавців, дотриманням принципів академічної доброчесності тощо <https://surl.li/poxokg>. Додаткові пропозиції та повідомлення про проблемні питання можуть надходити через електронну скриньку для пропозицій <https://surl.li/kqzaos> та анонімний чат-бот, модерований департаментом з питань якості освіти Ради студентів НТУ «ДП». Подальше реагування здійснюється у співпраці студентського самоврядування, відділу ВЗЯВО, керівництва кафедри та факультету/інституту. Моніторинг ОП здійснюється за участю здобувачів, представників студентського самоврядування та роботодавців (див. п. 8.3-8.5). Результати моніторингу аналізуються та обговорюються на рівні кафедри, робочої групи ОП, НМК, факультету/інституту та університету. За результатами розгляду формуються пропозиції щодо коригувальних і запобіжних заходів, оновлення змісту ОК, удосконалення організації освітнього процесу та, за потреби, внесення змін до ОП. Важливим механізмом є також безпосередній зворотний зв'язок між здобувачами та викладачами, гарантом і керівництвом кафедри. За результатами моніторингу відповідності викладачів ліцензійним умовам НМВ надано рекомендацію посилити взаємозв'язок між тематикою наукових публікацій викладачів та ОК, які вони забезпечують. Професором Касяном С. посилено спрямованість наукових публікацій на тематику ОК С1, що забезпечило більшу відповідність наукової діяльності змісту дисципліни. В університеті працює комісія щодо перевірки готовності кафедр до нового навчального року, до складу якої входять

начальник НМВ, декан, заступники декана та представники кафедр факультету. Згідно рекомендацій, які були надані під час перевірки наприкінці 2025-2026 н.р., актуалізована інформація на платформі Moodle щодо дисциплін, які будуть викладатись у 2026-2027 н.р. та інформація, яка міститься на сторінці кафедри.

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

ОП пройшла акредитацію у 2021 р. кафедрою маркетингу (Сертифікат № 1668 від 11.06.2021). На сайті НТУ «ДП» оприлюднено звіти ЕГ та ГЕР за результатами акредитаційної експертизи 2021 р. (<https://is.gd/wMUOVX>).

Зауваження та рекомендації, отримані під час акредитації, враховано під час реалізації коригувальних заходів і подальшого вдосконалення ОП та системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти ЗВО, зокрема:

- щодо недостатньої кількості освітніх компонентів, які забезпечують досягнення СР1 та СК10 до СР1 додано відповідність ОК Маркетингове стратегічне управління, СК10 – відповідність ОК Маркетингове стратегічне управління;
- запрошуються здобувачі і випускники до участі у відкритих обговореннях ОП з представниками роботодавців та іншими стейкхолдерами, у засіданнях кафедри (робочої групи). Обов'язково повідомляють їх про внесені зміни у ОП. У опитувальниках передбачено відповідні блоки питань;
- уточнено розподіл результатів навчання за ОК: до ПРН 1 додано ОК «Маркетингове стратегічне управління», «Курсовий проєкт з маркетингового стратегічного управління» та «Маркетинговий менеджмент»; до ПРН 15 – ОК «Маркетинг взаємодії і партнерських взаємовідносин», «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» та «Курсовий проєкт з економічного обґрунтування маркетингових рішень» як такі, що забезпечують їх досягнення;
- для формування необхідних компетентностей та наближення практичної підготовки до потреб бізнесу завдання передатестаційної практики та інші навчально-методичні матеріали регулярно узгоджуються із зовнішніми стейкхолдерами;
- на сторінці кафедри маркетингу сайту НТУ «Дніпровська політехніка» розміщуються робочі програми обов'язкових ОК за ОП «Маркетинг»;
- здійснюється популяризація принципів академічної доброчесності серед НПП і здобувачів, до відома яких доводяться допустимі межі максимального збігу текстових запозичень у кваліфікаційних роботах, за винятком загальновідомих для галузі термінів і визначень;
- до рецензування комплексу навчально-методичних матеріалів залучаються зовнішні стейкхолдери. Зокрема, до складу авторів методичних рекомендацій з передатестаційної практики входить М. Качинська, PR-менеджерка інженерно-інвестиційної групи EDS, що забезпечує врахування практичного досвіду роботодавців;
- сайт НТУ «Дніпровська політехніка» оновлено відповідно до принципів сучасного user-friendly дизайну, що сприяє зручній навігації, доступності інформації та комфортному користуванню ресурсом різними категоріями користувачів.

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

Академічна спільнота НТУ «ДП» залучається до внутрішнього забезпечення якості освіти через участь в обговоренні нормативних документів, роботі кафедр, НМК, Вченої ради та інших колегіальних органів. Проєкти документів завчасно оприлюднюються, що дає можливість НПП подавати пропозиції та брати участь у їх обговоренні. Робоча група бере участь у розробленні та періодичному перегляді ОП, оновленні змісту ОК, удосконаленні методів навчання, аналізі зворотного зв'язку від здобувачів, роботодавців і випускників, а також забезпеченні академічної доброчесності. НПП систематично підвищують кваліфікацію та беруть участь у тренінгах, семінарах, академічній мобільності з питань забезпечення якості освіти, академічної доброчесності та сучасних методів навчання. Набутий досвід поширюється серед колег і здобувачів. На кафедрі проводяться опитування здобувачів щодо якості ОК і викладання. Результати обговорюються на засіданнях кафедри та враховуються НПП під час удосконалення змісту й методики викладання (див. п. 8.3). Внутрішнє забезпечення якості підтримується діяльністю Центру професійного розвитку, менторства та тьюторства НТУ «ДП», який забезпечує професійний розвиток НПП, удосконалення якості викладання та впровадження сучасних освітніх технологій і методів навчання <https://surl.li/jjwqwh>, зокрема «Академічна доброчесність і система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти» (Куваєва Т., Касян С.).

Продemonструйте, що в академічній спільноті закладу вищої освіти формується культура якості освіти

В академічній спільноті НТУ «ДП» формується культура якості вищої освіти, що ґрунтується на спільних цінностях, відповідальності та постійному вдосконаленні освітньої діяльності. Її розвиток здійснюється відповідно до місії та стратегічних орієнтирів університету, визначених у Стратегії розвитку НТУ «ДП» <https://surl.cc/fvkjcf>, та принципів забезпечення якості освітньої діяльності <https://surl.li/rzhhlhi>. Важливою основою формування культури якості є функціонування внутрішньої системи забезпечення якості. В університеті реалізуються заходи відповідно до Настанови з якості <https://surl.li/kwcfuh>, зокрема щорічно визначаються та реалізуються Цілі у сфері якості <https://surl.li/ipifgg>. Діяльність працівників, залучених до освітнього та науково-дослідного процесів, регламентується системою управління якістю <https://surl.li/bdbwrl>. НПП беруть участь у тренінгах і семінарах з академічної доброчесності, оцінювання якості та організації роботи НМК, зокрема «Штучний інтелект: технічні та правові аспекти академічної доброчесності», «Опитування учасників освітнього процесу як інструмент забезпечення якості освітньої програми», «Науково-методичні комісії спеціальностей: структура, організація діяльності та основні завдання», «Турбота про здобувача освіти та інклюзивність. Досвід університетів Великої Британії». Важливим проявом культури якості є залучення здобувачів до її популяризації (конкурс соціальної студентської реклами – створює можливості для висловлення студентської позиції щодо якості освітнього процесу).

9. Прозорість і публічність

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

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу регулюються такими документами ЗВО: Статутом НТУ «ДП», «Положенням про організацію освітнього процесу НТУ «ДП», «Положенням про проведення практики здобувачів вищої освіти НТУ «ДП», «Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти НТУ «ДП», «Положенням про організацію атестації здобувачів вищої освіти НТУ «ДП», «Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність НТУ «ДП», «Правилами внутрішнього трудового розпорядку НТУ «Дніпровська політехніка». Прозорість, доступність та обізнаність щодо прав та обов'язків учасників освітнього процесу забезпечуються завдяки розміщенню цих документів на офіційному веб-сайті університету в розділі: Установчі документи та положення <https://surl.li/wfpqtz>

Наведіть посилання на вебсторінку, яка містить інформацію про оприлюднення ЗВО відповідного проєкту освітньої програми для отримання зауважень та пропозицій заінтересованих сторін (стейкхолдерів).

<https://www.nmu.org.ua/ua/study/eduprogdisc.php>

Наведіть посилання на оприлюднену у відкритому доступі на своєму вебсайті інформацію про освітню програму (освітню програму у повному обсязі, навчальні плани, робочі програми навчальних дисциплін, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства

Освітні програми НТУ «ДП»

https://www.nmu.org.ua/ua/content/infrastructure/structural_divisions/science_met_dep/educational_programs/

Освітні програми та навчальні плани кафедри маркетингу

https://mk.nmu.org.ua/ua/opp/osvitnyo_proffesiyni_programma_magistr.php

Робочі програми обов'язкових дисциплін

https://mk.nmu.org.ua/ua/opp/osvitnyo_proffesiyni_programma_magistr.php

Робочі програми вибіркових дисциплін https://mk.nmu.org.ua/ua/disciplini_viboru/Vibir_magistriv_2627.php

Перелік вибіркових дисциплін https://fef.nmu.org.ua/ua/Vibirkovi/vibirkovi_magi.php

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони:

1. Програму розроблено за активної участі професійної спільноти, промислових підприємств, у тому числі високотехнологічних компаній, що відповідає сучасним тенденціям розвитку спеціальності та ринку праці, враховує галузевий і регіональний контекст, досвід аналогічних вітчизняних та іноземних програм, орієнтує освітній процес на реальні потреби промисловості та забезпечення практикоорієнтованості змісту дисциплін.
2. ОПП інтегрована в інноваційну екосистему університету (бізнес-інкубатор та перший регіональний інноваційний хаб IP офісу). Це дає здобувачам прямий доступ до акселераторів, грантів і реальних стартап-проєктів та дозволяє поглибити професійні компетентності з управління маркетинговими інноваціями. Зокрема, формується здатність розробляти і просувати ідею стартап-проєкту, аналізувати ринкові можливості запуску та стратегічно управляти високотехнологічним стартап-проєктом у площині маркетингової системи сталого розвитку.
3. Ефективність програми обумовлює тісна співпраця з професійною спільнотою. До освітнього процесу активно долучаються професіонали-практики, які проводять майстер-класи, воркшопи, тренінги, що забезпечує наближення освітнього процесу до реальних умов професійної діяльності.
4. Викладання поєднує традиційні форми навчання з інтерактивними методами (кейс-метод, ситуативне моделювання, занурення, наставництва, мозковий штурм, проблемного викладу матеріалу, аналіз ситуації, дискусія), що сприяє розвитку креативності та критичного мислення здобувачів.
5. Можливість навчання/стажування для студентів-маркетологів за програмами академічної мобільності в партнерських університетах ЄС.
6. Можливість залучення здобувачів цієї ОПП до діяльності відділів маркетингу, комунікацій, що дає змогу долучатися до формування маркетингової політики, SMM, event-маркетингу, просування бренду НТУ ДП.
7. Для підготовки маркетологів використовується комплексна інфраструктура університету та кафедри маркетингу. Зокрема, діє лабораторія медіакомунікацій (відкрита за проєктами Erasmus+ Proment, Servu, SUUUpoRT, AMO.CZ), кіностудія «Юність» та відділ маркетингу. Це дозволяє здобувачам відпрацьовувати навички створення маркетингового контенту, SMM-просування, відео- та фотозйомки для рекламних і PR-кампаній, підготовки подкастів і презентацій. У розпорядженні є цифрові камери, штативи, освітлювальне обладнання, мікрофонні радіосистеми, телесуфлер, потужні комп'ютери для постпродакшну та автономні джерела живлення (BLUETTI Portable Power Station). Така матеріально-технічна база забезпечує повний цикл створення сучасного

маркетингового медіаконтенту та підсилює практичну підготовку з цифрового маркетингу.

Слабкі сторони:

1. Недостатня активність здобувачів щодо участі в міжнародних стажуваннях, грантових програмах та академічній мобільності.

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

Освітня складова ОПП «Маркетинг» підлягає постійному оновленню та модернізації відповідно до сучасних тенденцій розвитку ринку та маркетингу, принципів сталого розвитку та цифрової трансформації, що передбачає обов'язковий її перегляд. Розвиток ОПП планується в контексті засад і заходів, визначених Стратегією розвитку НТУ «Дніпровська політехніка» на 2026 – 2030 роки, з максимальним використанням потенціалу університету.

Основними перспективами розвитку ОПП «Маркетинг» є забезпечення підприємств і організацій кваліфікованими кадрами, здатними застосовувати ефективні методи, процедури та моделі управління маркетинговою діяльністю в умовах невизначеності, стрімкої діджиталізації та політики сталого розвитку. Для цього здійснюється залучення досвіду освітян, науковців, міжнародних партнерів і професіоналів з метою ефективного використання інноваційних досягнень теорії та практики високотехнологічного маркетингу, нових маркетингових концепцій, технологій та інструментів з урахуванням соціальної відповідальності та свідомої поведінки споживачів.

Для підвищення ефективності реалізації ОПП пропонуються наступні заходи з розвитку:

- підтримка та розширення співпраці з бізнес-середовищем, фондами стартапів, бізнес-інкубаторами та експертами у сфері маркетингу (зокрема, залучення зовнішніх стейкхолдерів до викладання вибіркових дисциплін з урахуванням вимог чинного законодавства);

- покращення індивідуальної мобільності учасників ОПП;

- розроблення COIL, COUL курсів з університетами-партнерами;

- розширення викладання освітніх компонент ОПП англійською мовою для активізації академічної мобільності здобувачів вищої освіти;

- поліпшення міжнародної академічної мобільності здобувачів завдяки участі у семестрових програмах академічного обміну в ЗВО ЄС.

Реалізація зазначених заходів дозволить підвищити якість підготовки фахівців за ОПП «Маркетинг» та забезпечити її відповідність стратегічним пріоритетам університету на 2026 – 2030 роки.

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

ПБ: Павличенко Артем Володимирович

Дата: 13.10.2026 р.

Таблиця 1. Інформація про освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид освітнього 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	
З1 Іноземна мова для професійної діяльності (англійська/німецька/французька)	навчальна дисципліна	РП_З1_Іноземна мова для професійної діяльності_2026.pdf	mJ4RFePKfhi75i/FD P8zeavJtFXjkzDwIE XodcwKwgA=	Комп'ютерне та мультимедійне обладнання. Активованій корпоративний акаунт НТУ «ДП» (student.i.p@ntnu.one). Microsoft Office 365. Застосунки Microsoft Office: Teams, Forms, Whiteboard, OneNote. Платформа дистанційного навчання НТУ «ДП» Moodle. Підключення до Internet.
Б1 Соціальна відповідальність бізнесу	навчальна дисципліна	РП_Б1_Соціальна відповідальність бізнесу_2026.pdf	ze5kgQgN45vBB4Qk eumBrE+6WrTqSB7 3R97rAGeOWQo=	Гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; інсталюваний на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти на Office365.
Ф1 Маркетингове стратегічне управління	навчальна дисципліна	РП_Ф1_Маркетингове стратегічне управління_2026.pdf	Rje8FNlVmtQO74sM rjTG/Seoxu7qVNGUS lE/C4V+Fbo=	Гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; інсталюваний на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@ntnu.one) на Office365,
Ф2 Курсовий проект з маркетингового стратегічного управління	курсова робота (проект)	КП_Ф2_Маркетингове стратегічне управління_2026.pdf	a63FtgoC9VwekUY8 Cbo9Hk18JuooRrXlI Qv4bUHTWgA=	Підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; інсталюваний на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@ntnu.one) на Office365
Ф3 Економічне обґрунтування маркетингових рішень	навчальна дисципліна	РП_Ф3_Економічне обґрунтування маркетингових рішень_2026.pdf	krw1uZUGXcMI/Kxl Gn2UB5W1h7K7W25 jYA2eYXhSyJQ=	Гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інсталюваний на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@ntnu.one) на Office365. Можливість використання on-line застосунків Canva, Prezi, X-Mind, Mindmeister, Miro, Kahoot!, Mentimeter, Slido.
Ф4 Маркетинговий менеджмент	навчальна дисципліна	РП_Ф4_Маркетинговий менеджмент_2026.pdf	oq/8ojGrG4v4hwLK ZjglFroOVdhMEov7 bw/S/tLqfso=	Гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до

				застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@ntu.one) на Office365. Можливість використання on-line застосунків Canva, Prezi, X-Mind, Mindmeister, Miro, Kahoot!, Mentimeter
Ф5 Маркетинг взаємодії і партнерських відносин	навчальна дисципліна	РП Ф5 Маркетинг взаємодії і партнерських відносин_2026.pdf	49zMQwaU3VGNA6cb/SgjKSOkGG3BW+zxP2rrB2dsuDQ=	Гаджети з можливістю підключення до Інтернету; активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@ntu.one) на Office365; перевірений доступ до програмного забезпечення: Microsoft Office 365, ОС Windows Microsoft Office: Teams, Microsoft Office (Word, Excel, Power Point), дистанційна платформа Moodle. Можливість використання on-line застосунків Google.
Ф6 Курсовий проект з економічного обґрунтування маркетингових рішень	курсова робота (проект)	КП_Ф6_Економічне обґрунтування маркетингових рішень_2026.pdf	sPn4WYkQcsN2GbUJC9EnohaaIKtDYEdMxrsNWTLKkDk=	Гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@ntu.one) на Office365. Можливість використання on-line застосунків Canva, Prezi, X-Mind, Mindmeister
Ф7 Методологія та організація економічних наукових досліджень	навчальна дисципліна	РП Ф7 Методологія та організація економічних наукових досліджень_2026.pdf	o1dGqNBV6droKU/NQHjTa2xAqsHFpARhQvd9Uma2VMQ=	Гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@ntu.one) на Office365
С1 Маркетинг стартап-проектів	навчальна дисципліна	РП_С1_Маркетинг_стартап_проектів_2026.pdf	7ouulue/v2wCWIXqTRhB+BRutrACkSXaYSvurxM7VLY=	Гаджети з можливістю підключення до Інтернету. Перевірений доступ з ПК чи мобільного гаджету до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom. Інстальований на ПК та мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@ntu.one) на Office365. Використання Mentimeter (https://www.mentimeter.com/). Інстальована на гаджетах програма Kahoot! (https://kahoot.it/). Можливість використання on-line застосунків Google
П1 Передатестаційна практика	практика	МРЕК_до_передатестаційної_практики.pdf	g/LEezWi3zLnEOz+g3BrEtiNUJnmiiuP7ya/vO1Kq4=	Мультимедійне та комп'ютерне обладнання. Програмне забезпечення: Microsoft Office 365, ОС Windows Microsoft Office:

				Teams, Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Дистанційна платформа Moodle. Обладнання лабораторії медіакомунікацій, а також за потреби підприємств та організацій, з якими укладено відповідні угоди про співробітництво
КР Виконання кваліфікаційної роботи	підсумкова атестація	Методичні рекомендації Кваліфікаційна робота магістра D5 Маркетинг.pdf	AB7TDDcEWIBDOcS WBB7koBTKMxC19 L7oVEZlQpyaEfsW=	Мультимедійне та комп'ютерне обладнання. Програмне забезпечення: Microsoft Office 365, ОС Windows Microsoft Office: Teams, Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Дистанційна платформа Moodle. Обладнання лабораторії медіакомунікацій, а також за потреби підприємств та організацій, з якими укладено відповідні угоди про співробітництво

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

Таблиця 2. Зведена інформація про відповідність НПП освітнім компонентам

ІД викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування відповідності освітньому компоненту (кваліфікація, професійний досвід, наукові публікації)
310596	Павленко Людмила Володимирівна	завідувач кафедри, Основне місце роботи	Факультет менеджменту	Диплом спеціаліста, Дніпропетровський державний університет імені 300-річчя возз'єднання України з Росією, рік закінчення: 1990, спеціальність: романо-германська філологія, Диплом кандидата наук ДК 006441, виданий 17.05.2012, Атестат доцента 12ДЦ 035215, виданий 31.05.2013	33	З1 Іноземна мова для професійної діяльності (англійська/німецька/французька)	Освітня кваліфікація: Вища освіта Дніпропетровський державний університет, 1990, спеціальність “Англійська мова і література”, кваліфікація – філолог, викладач англійської мови і літератури, диплом ПВ №771423, від 25.06.1990 р. Науковий ступінь Кандидат філологічних наук, 035 – Філологія (10.02.04 – германські мови), тема дисертації: «Дискурсивний акт «підхоплення» в англійському діалогічному мовленні (на матеріалі сучасної художньої прози)» ДК № 006441 від 17.05.2012 р. Вчене звання Доцент кафедри української та іноземних мов, атестат 12ДЦ № 035215 від 31.05.2013 р.

							Відомості про підвищення кваліфікації: 1. Центр професійного розвитку персоналу НТУ "Дніпровська політехніка". Онлайн курс англійською мовою «Інноваційні підходи та цифрові технології навчання у закладах вищої освіти в умовах глобальної трансформації вищої освіти». 02 березня 2026 р. - 30 квітня 2026 р. 1 кредит ECTS/30 год. Сертифікат № ЗКЦПРО2070743-053-041 2. Центр професійного розвитку персоналу НТУ "Дніпровська політехніка", Онлайн курс англійською мовою «Професійний розвиток викладачів у контексті сучасних трансформацій вищої освіти». 09 жовтня 2025 р. - 19 січня 2026 р. 2 кредити ECTS/60 год. Сертифікат № ЗКЦПРО2070743-053-016. 3. Global Teachers Virtual Trainer & Facilitator Program / Онлайн-тренінг в проєкті Virtual Educator. 15 академічних годин/0,5 кредиту ЄКТС. 08-30 вересня 2025 року. Сертифікат номер 0x8YQ87rd2 4. Центр професійного розвитку персоналу НТУ "Дніпровська політехніка", Онлайн - тренінг «Менеджмент ризиків в системі управління якістю закладу вищої освіти», 25.06.2025. 0,27 кред. ЄКТС / 8 год. Сертифікат № ЗКЦПРО2070743-041-052. 5. Global Teachers Virtual Trainer & Facilitator Program / Онлайн-тренінг в проєкті Virtual Educator. 15 академічних годин/0,5 кредиту ЄКТС. 08-30 вересня 2025 року. Сертифікат №0x8YQ87rd2. 6. Онлайн курс «Positive Influence at Work - Позитивний вплив на роботі» за програмою Марка
--	--	--	--	--	--	--	--

							Пауелла, фахівця з ділової англійської мови і Договором з ГО «TESOL-Ukraine» терміном з 09.01.2025 по 10.04.2025 обсягом 45 акад. год (1,5 кредита ЄКТС). Сертифікат № 09.01-10.04.2025-38 7. Центр професійного розвитку персоналу НТУ "Дніпровська політехніка", Онлайн-тренінг «Опитування учасників освітнього процесу як інструмент забезпечення якості освітньої програми», 04.12.2024, 0,27 кред. ЄКТС / 8 год. Сертифікат № ЗКЦПРО2070743-035-143 8. Європейський університет /The European University, онлайн-вебінар "Анатомія викладача вищої школи та активні методи навчання / Anatomy of a higher-education teacher and active learning methods", 18.10.2024 р., 0,1 кред. ЄКТС / 3 год. Сертифікат 9. Онлайн-тренінг «Цифровий освітній простір університету: як працювати ефективно». Центр ПРМТ НТУ «Дніпровська політехніка», 04 липня 2024 року. 8 годин (0,27 кредит ЄКТС). Сертифікат. 10. Онлайн-тренінг «Особливості застосування сучасних методів викладання». Центр ПРМТ НТУ «Дніпровська політехніка», 21 червня 2024 року. 8 годин (0,27 кредит ЄКТС). Сертифікат. 11. Онлайн-тренінг «Навчально-методичне забезпечення освітнього процесу як складова якісної підготовки фахівців». Сертифікат. Центр ПРМТ НТУ «Дніпровська політехніка», 21 травня 2024 року. 8 годин (0,27 кредит ЄКТС). 12. Онлайн тренінг «Штучний інтелект: технічні та правові аспекти академічної доброчесності». НТУ «Дніпровська політехніка», 06 березня 2024 року. 8
--	--	--	--	--	--	--	--

							годин (0,27 кредит ЄКТС). Сертифікат. 13. Онлайн курс «ІТ інструменти для викладачів» від платформи Global Logic Education. липень 2023. 18 годин (0,6 кредиту ЄКТС). Сертифікат 14. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, навчально-методичний центр післядипломної освіти, підвищення кваліфікації та до університетської підготовки, кафедра порівняльної філології східних та англійських мов. Тема стажування «Інноваційні методики навчання/вивчення англійської мови для наукової діяльності». Дніпро, 28 березня – 29 травня 2023р., 120 годин (4 кредити ЄКТС). Сертифікат № 89-400-67/2023. 30 травня 2023 р. 15. Онлайн-тренінги в проєкті «Відродження переміщених університетів: посилення конкурентоспроможності, підтримка громад», Інститут вищої освіти Національної академії педагогічних наук України за підтримки Британської Ради в Україні, червень 2021р. – березень 2023р., 142,5 годин (4,75 кредити ЄКТС). Сертифікат від 23 березня 2023 року. 16. Онлайн курс підвищення кваліфікації “Прогресивне викладання: складові системи якості вищої освіти”, ГО Прогресивні, за підтримки Фонду імені Фрідріха Еберта, 15 березня – 19 квітня 2023р., 30 годин (1 кредит ЄКТС). Сертифікат № ПВ 0561 від 01травня 2023 р. 17. Курс професійного розвитку умінь викладання англійської мови професійного спрямування “Developing Teaching Skills in ESP”, 60 академічних годин (2 кредити ЄКТС),
--	--	--	--	--	--	--	--

							листопад 2021 р. – лютий 2022 р., червень – липень 2022 р. Сертифікат Британської Ради від 01 серпня 2022р. 18. Проведення 60-ти годинного курсу професійного розвитку умінь викладання англійської мови професійного спрямування “Developing Teaching Skills in ESP” в якості фасилітатора платформи Британської Ради Online Teacher Community, 60 академічних годин (2 кредити ЄКТС), листопад 2021 р. – лютий 2022 р., червень – липень 2022 р. Сертифікат Британської Ради в Україні від 01 серпня 2022 року. Досягнення у професійній діяльності 1) наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection; 1. Pavlenko L.V., Suima I.P., Novikova O.V. Developing english communication skills in future professionals in social work, management, and administration, Вісник науки та освіти. Серія «Філологія». 2026. № 5(47). С. 306-318. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-5(47)-306-318 2. Приходько А. М., Павленко Л. В. Текстотип «Національний Гімн» як дискурсивний жанр. Нова філологія. Збірник наукових праць. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2026. № 101. С. 196-203. DOI: https://doi.org/10.26661/2414-1135-2026-101-25 3. Людмила Павленко, Ірина Суїма. English through the Headlines: Journalism as a Tool for Language Acquisition. Проблеми гуманітарних наук : збірник наукових
--	--	--	--	--	--	--	---

							праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія». Дрогобич: Редакційно-видавничий відділ ДДПУ імені Івана Франка, 2025. Випуск 63. С. 62-69. DOI: https://doi.org/10.24919/2522-4565.2025.63.7 4. Liudmyla Pavlenko, Mariia Isakova, Iryna Suima, Nataliia Nechai Enhancing English Vocabulary through Circular Economy Terminology, Вісник науки та освіти. Серія «Філологія». 2025. № 10(40). С. 96-109. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-10(40)-96-109 5. Pavlenko Liudmyla, Suima Iryna. Legal English for Law Students: Barriers and Strategies to Overcome them, Вісник науки та освіти. Серія «Філологія». 2025. № 9(39). С. 95-110. https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-9(39)-95-110 6. Вагонова О. Г., Тютченко С. М., Шаповал В. А., Літвінов Ю. І., Павленко Л. В. Цифрове виробництво як драйвер трансформації бізнес-процесів підприємств. Науковий журнал «Агросвіт». 2025. № 2. С. 34-45 DOI: 10.32702/2306-6792.2025.2.34 URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/5447/5502 7. Приходько А. М., & Павленко Л. В. Евфонічна своєрідність текстів англійських і німецьких національних гімнів. Мова. Література. Фольклор. 2024. (2), 39-46. https://doi.org/10.26661/2414-9594-2024-2-58 8. Zhadiaiev Denys, Pavlenko Liudmyla, Zakharchuk Oleksii Teaching Philosophy in Modern Scientific and Communicative Environment, Суспільство та національні інтереси. 2025. № 2(10). https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-2(10)-96-109
--	--	--	--	--	--	--	---

						8/3041-1572-2025-2(10)-37-47 http://perspectives.pp.ua/index.php/sni/article/view/19726 9. Кравцова Т., Лащенко О., Кравцов О., Павленко Л. Використання проектного підходу в процесі ревіталізації територіальних громад у післявоєнний період. Науковий журнал «Публічне управління та місцеве самоврядування». 2023. № 2. С. 35-49. DOI: https://doi.org/10.32782/2414-4436/2023-2-5 URL: https://journals.politehnica.dp.ua/index.php/public/issue/view/24 10. Кравченко О., Павленко Л. Щодо удосконалення адміністративно-правового регулювання здійснення гендерної політики в Україні. Київський юридичний журнал. Вип. 5, 2024, с. 23-28. DOI https://doi.org/10.32782/klj-2024-5.03 URL: https://journals.fpk.kyiv.ua/index.php/kyivlawjournal/article/view/42/38 11. Khozhylo I., Pavlenko L., Lipovska N., Sakharova K. Challenges of the pandemic and war: aspects of health and well-being – 2030. Archiv Euromedica. 2023. Vol. 13. Num. 4. P. DOI 10.35630/2023/13/4.802. URL: http://journal-archiveuromedica.eu/archive-euromedica-04-2023/2-CHALLENGES-OF-THE-PANDEMIC-AND-WAR-ASPECTS-OF-HEALTH-AND-MENTAL-WELL-BEING-2030.html (Web of Science). 4) наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних
--	--	--	--	--	--	--

							вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування: 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Іноземна мова для професійної діяльності (англійська/німецька/французька)» для магістрів освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальність D5 Маркетинг / І.І. Зуєнок, Л.В. Павленко; НТУ «Дніпровська політехніка», каф. ін. мов. – Д. : НТУ «ДП», 2026. – 17 с. 2. Павленко Л.В. Силабус з дисципліни Іноземна мова для професійної діяльності (англійська/німецька/французька)» для магістрів освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальність D5 Маркетинг / Л.В. Павленко; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро: НТУ «ДП», 2026. –14 с. 3. Курс для дистанційної освіти «English for Specific Purposes 4: Communicating in Writing»)”/ Н.М. Нечай, Л.В. Павленко.; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро: НТУ «ДП», 2026. Режим доступу: https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=2902 4. Курс для дистанційної освіти «English for Specific Purposes. Module 1. Socializing» / М.І. Ісакова, Л.В. Павленко.; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро: НТУ «ДП», 2026. Режим доступу: https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=3389 10) участь у міжнародних наукових та/або
--	--	--	--	--	--	--	---

						освітніх проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання “суддя міжнародної категорії”; 1. Трирічний проєкт з підвищення потенціалу та конкурентоспроможності переміщених університетів (Східноукраїнський університет Володимира Даля (Сєверодонецьк), Донецького державного університету управління (Маріуполь), Луганського національного аграрного університету (Старобільск). Проєкт реалізовано Британською Радою спільно із Інститутом вищої освіти, м. Київ, м. Сєверодонецьк, м. Маріуполь, м. Старобільск, 2021-2023. 2. Онлайн участь у Літній школі EkSoc "Екологічні аспекти глобального соціально-економічного розвитку", факультет економіки та соціології, Лодзький університет, Лодзь, Польща, 26 червня - 07 липня 2023 року (EkSoc Summer School “Environmental aspects of global social and economic development”, Faculty of Economics and Sociology, University of Lodz, Lodz, Poland, 26 June – 07 July 2023). 3. Грант Держдепартаменту США в рамках програми Підтримки потреб у вивченні англійської мови українськими держслужбовцями та професіоналами “Supporting English Language Training Needs for Ukrainian Professionals and Civil Servants” для організації курсів вивчення англійської мови для держслужбовців. 2023-2025 рр. 4. Програма «Спеціаліст з віртуального викладання англійської мови» (Virtual English
--	--	--	--	--	--	--

							Language Educator Program) від Відділу публічної дипломатії Посольства США для викладання англійської мови у віртуальному форматі з 29 вересня до 20 грудня 2025 року. 12) наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики. 1. Mamatova Tetiana, Pavlenko Liudmyla. Completion of task 1 under the project «Smart specialization: spreading the experience of European regions and communities» (EU-SMART) / Смартспеціалізація: поширення досвіду європейських регіонів та громад: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю, м. Дніпро, 5 червня 2026 р. / за заг. ред. І. А. Чикаренко; Т. В. Маматової. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. с. 164-139: Режим доступу: https://palsg.nmu.org.ua/ua/Sci/konf/EU-SMART_%D1%82%Do%B5%Do%B7%Do%B8_2026_050626.pdf 2. Pavlenko L., Suima I. English as a Key Competence for Future Tourism Professionals/Актуальні проблеми дискурсології, перекладознавства та методики викладання: тези доповідей І Міжнародної науково-практичної конференції (21 листопада 2025 р., м. Запоріжжя). – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025. – С. 224-228. Режим доступу: https://zp.edu.ua/science/conferences/year-2025/conference-2025-1-10/ https://zp.edu.ua/wp-content/uploads/2026/01/ifp_tczy_a5_2025.pdf 3. Pavlenko L., Blahodatna V. Communication Skills in a Leadership Position
--	--	--	--	--	--	--	--

							within Public Administration / Розширюючи обрії: зб. тез двадцятого міжнар. форуму студ. і молодих учених, 21 – 25 квітня 2025 р., м. Дніпро/ за ред. Л.В. Павленко; М-во освіти і науки України; Дніпровська політехніка. – Д.: ДП, 2025. – С. 208-210. Режим доступу: https://im.nmu.org.ua/ua/forum/%D0%A0%D0%BE%D0%B7%D1%88%D0%B8%D1%80%D1%8E%D1%8E%D1%87%D0%B8%20%D0%9E%D0%B1%D1%80%D1%96%D1%97%202025.pdf 4. Павленко Л., Кравцова Т., Лашенко О., Кравцов О. Використання проектного підходу в процесі ревіталізації територіальних громад у післявоєнний період / Забезпечення стійкості, ревіталізації та розвитку територій і громад в Україні: Матеріали науково-практичної конференції за міжнародною участю 4 травня 2023, Дніпро НТУ «Дніпровська політехніка» 2023. – С. 112-115. Режим доступу: https://palsg.nmu.org.ua/ua/Sci/konf/ConfDUMS-040523-270623.pdf 5. Павленко Л.В. Вплив технологій Індустрії 4.0 на розвиток Освіти 4.0/ Березневий науковий дискурс 2023 на тему: «Детермінанти посилення ролі освіти у повоєнному відновленні України». Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції для освітян (м. Чернігів, 22 березня 2023 року). Чернігів : ГО «Науково-освітній інноваційний центр суспільних трансформацій», 2023. – С. 181-182. Режим доступу: https://reicst.com.ua/aspl/issue/view/conf_ped_03_2023 14) керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II етапі Всеукраїнської
--	--	--	--	--	--	--	--

							студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету / журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), ... 1. Член журі II етапу Всеукраїнського професійного творчого конкурсу студентських відеоробіт «Мій університет – моя історія» з нагоди 125-ї річниці Національного університету «Запорізька політехніка». 30 листопада 2025 р. 2. Член апеляційної комісії Всеукраїнського конкурсу студентський наукових робіт «Contemporary trends in corporate responsibility: economic, marketing, sociological, legal and publishing perspective» з англійської мови та суспільних наук, мета якого є створення умов задоволення освітніх потреб та підтримки обдарованих студентів КПП ім. Ігоря Сікорського (на базі факультету менеджменту та маркетингу, факультету соціології і права, навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту) спільно з Донецьким національним університетом імені Василя Стуса, ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Національним технічним університетом «Дніпровська політехніка». Травень 2024. Листопад 2024. Листопад 2025. 3. Член апеляційної комісії Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт «Modern inventions, developments, discoveries and their applications» з англійської мови та
--	--	--	--	--	--	--	--

							технічних наук, мета якого є створення умов задоволення освітніх потреб та підтримки обдарованих студентів КПІ ім. Ігоря Сікорського (на базі факультету біотехнології і біотехніки, факультету біомедичної інженерії та радіотехнічного факультету) спільно з Національним університетом «Запорізька політехніка», Національним технічним університетом «Дніпровська політехніка», ДВНЗ «Ужгородський національний університет». Травень 2024. Квітень 2025. Березень 2026. 4. Член журі Всеукраїнської студентської олімпіади з англійської мови та комп'ютерних наук, організовану з метою підтримки обдарованих студентів КПІ ім. Ігоря Сікорського, Національного університету «Запорізька політехніка», Донецького національного університету ім. Василя Стуса, Національного технічного університету «Дніпровська політехніка». Квітень 2024. Грудень 2024. Квітень 2026. 5. Член журі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт «How business sectors benefit from Information Technology» з англійської мови та комп'ютерних наук, організованого з метою створення умов задоволення освітніх потреб та підтримки обдарованих студентів КПІ ім. Ігоря Сікорського (на базі навчально-наукового інституту прикладного системного аналізу, факультету інформатики та обчислювальної техніки та факультету прикладної математики) спільно з Національним університетом
--	--	--	--	--	--	--	--

							«Чернігівська політехніка», Національним університетом «Запорізька політехніка», Національним технічним університетом «Дніпровська політехніка». Квітень 2023. Квітень 2026. 6. Член журі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт «How business sectors benefit from Information Technology» з англійської мови та комп'ютерних наук, організованого з метою створення умов задоволення освітніх потреб та підтримки обдарованих студентів КПІ ім. Ігоря Сікорського (на базі навчально-наукового інституту прикладного системного аналізу, факультету інформатики та обчислювальної техніки та факультету прикладної математики) спільно з Національним університетом «Чернігівська політехніка», Національним університетом «Запорізька політехніка», Національним технічним університетом «Дніпровська політехніка». Квітень 2023 7. Член журі Всеукраїнської студентської олімпіади з англійської мови та комп'ютерних наук, організовану з метою підтримки обдарованих студентів КПІ ім. Ігоря Сікорського, Національного університету «Запорізька політехніка», Донецького національного університету ім. Василя Стуса, Національного технічного університету «Дніпровська політехніка». Квітень 2024. Грудень 2024. 8. Член апеляційної комісії Всеукраїнського конкурсу студентський
--	--	--	--	--	--	--	---

							наукових робіт «Contemporary trends in corporate responsibility: economic, marketing, sociological, legal and publishing perspective» з англійської мови та суспільних наук, мета якого є створення умов задоволення освітніх потреб та підтримки обдарованих студентів КПП ім. Ігоря Сікорського (на базі факультету менеджменту та маркетингу, факультету соціології і права, навчально-наукового видавничо-поліграфічного інституту) спільно з Донецьким національним університетом імені Василя Стуса, ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Національним технічним університетом «Дніпровська політехніка». Травень 2024. Листопад 2024. 9. Член апеляційної комісії Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт «Modern inventions, developments, discoveries and their applications» з англійської мови та технічних наук, мета якого є створення умов задоволення освітніх потреб та підтримки обдарованих студентів КПП ім. Ігоря Сікорського (на базі факультету біотехнології і біотехніки, факультету біомедичної інженерії та радіотехнічного факультету) спільно з Національним університетом «Запорізька політехніка», Національним технічним університетом «Дніпровська політехніка», ДВНЗ «Ужгородський національний університет». Травень 2024. Квітень 2025 15) керівництво школярем, який зайняв призове місце III-IV етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з
--	--	--	--	--	--	--	--

							базових навчальних предметів, II-III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів-членів Національного центру “Мала академія наук України”; участь у журі III-IV етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з базових навчальних предметів чи II-III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів - членів Національного центру “Мала академія наук України” (крім третього (освітньо-наукового/освітньо-творчого) рівня); Член журі (заступник голови) II (обласного) етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з базових навчальних предметів (англійська мова) Національного центру “Мала академія наук України”. Наказ департаменту освіти і науки облдержадміністрації від 18.11.2025 № 426/0/212-25 19) діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об’єднаннях; 1. IATEFL Ukraine (Українська асоціація викладачів англійської мови як іноземної). 2016-2026 рр. 2. TESOL-Ukraine (Українська асоціація викладачів англійської мови як іноземної). 2016-2026 рр. 3. UALTA (Українська асоціація з мовного тестування й оцінювання). 2018-2026 рр. 4. EALTA (Європейська асоціація з мовного тестування й оцінювання). 2018-2026 рр. 20) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п’яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності). 1. Тренер/ментор, проєкт з підвищення
--	--	--	--	--	--	--	---

							потенціалу та конкурентоспроможності переміщених університетів (Східноукраїнський університет Володимира Даля (Сєвєродонецьк), Донецького державного університету управління (Маріуполь), Луганського національного аграрного університету (Старобільськ). Проєкт реалізовано Британською Радою спільно із Інститутом вищої освіти, 2021-2023. 2. Фасилітатор української спільноти викладачів англійської мови професійного спрямування на платформі Британської Ради Teaching English 2022 р. 3. Фасилітатор/викладач курсу англійської мови для держслужбовців, грант Держдепартаменту США в рамках програми Підтримки потреб у вивченні англійської мови українськими держслужбовцями та професіоналами “Supporting English Language Training Needs for Ukrainian Professionals and Civil Servants”, 2023-2025. 4. Ментор, проєкт Skills, Well-being In Teacher Learning Opportunities (SWITLO) Проєкт реалізується Британською Радою в Україні за підтримки Міністерства освіти і науки України, обласних інститутів післядипломної педагогічної освіти, а також за сприяння центрів професійного розвитку та громад з листопада 2023 року до березня 2026 року. 5. Координатор, Програма «Спеціаліст з віртуального викладання англійської мови» (Virtual English Language Educator Program) від Відділу публічної дипломатії Посольства США для викладання
--	--	--	--	--	--	--	--

							англійської мови у віртуальному форматі з 29 вересня до 20 грудня 2025 року.
484615	Бессонова Анна Володимирівна	доцент, Сумісництво	Фінансово-економічний факультет	Диплом бакалавра, Державний вищий навчальний заклад "Приазовський державний технічний університет", рік закінчення: 2018, спеціальність: 6.030509 облік і аудит, Диплом магістра, Державний вищий навчальний заклад "Приазовський державний технічний університет", рік закінчення: 2020, спеціальність: 071 Облік і оподаткування, Диплом магістра, Національний технічний університет "Дніпровська політехніка", рік закінчення: 2026, спеціальність: 242 Туризм і рекреація, Диплом доктора філософії Н24 003258, виданий 06.08.2024	2	Б1 Соціальна відповідальність бізнесу	Освітня кваліфікація: Вища освіта Магістр з обліку і оподаткування, Приазовський державний технічний університет, диплом з відзнакою М20 №008165 від 11.01.2020 р. Магістр з туризму і рекреації, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», диплом з відзнакою М26 №002218 від 05.01.2026 р. Науковий ступінь: Доктор філософії на спеціальністю 051 Економіка, диплом Н24 №003258 від 06.08.2024 р. Відомості про підвищення кваліфікації: - Сертифікат про виконання програми тренінгу «Європейська циркулярна економіка та соціальне підприємництво: кроки розвитку власної ідеї» №101047780/168-2024 від 09.04.24 (0,8 кредитів). - Сертифікат про виконання програми тренінгу «Фандрейзинг: як знайти ресурси для своєї соціальної ідеї» №101047780/13-2024 від 09.04.24 (0,3 кредитів). - Сертифікат №5135 від 17.04.2025 про участь у II Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тренди розвитку менеджменту, підприємництва та сфери послуг в умовах новітніх глобальних викликів» 6 годин (0,2 кредити ЄКТС). - Науково-педагогічне міжнародне стажування на тему «Adaptation of the specialist training system in higher education to the modern challenges of the European educational space» за спеціальністю С1

							«Економіка» в обсязі 6 кредитів ЄКТС (180 годин), Кельце, Польща. Сертифікат ISWW #202507040805-10. 07.04-08.05.2025. Досягнення у професійній діяльності 1) наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1. Bieloborodova M., Bessonova A. Approaches to assessing the environmental responsibility of enterprises in the industrial region. Ekológia (Bratislava). Vol. 42, No. 3, p. 267-278, 2023. https://doi.org/10.2478/eko-2023-0030 2. Mints A., Kamyshnykova E., Zherlitsyn D., Bukrina K., Bessonova A. Corporate Social Responsibility Impact on Financial Performance: a Case for the Metallurgical Industry. WSEAS Transactions on Environment and Development (2021), vol. 17, pp. 398-409, DOI: https://doi.org/10.37394/232015.2021.17.39 3. Безугла Л.С., Агафонов О.Д. Інноваційні інструменти взаємодії бізнесу та територіальних громад для розвитку місцевої економіки. Економіка та суспільство. 2025. Вип. 79. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-11 4. Безугла Л.С., Бессонова А.В., Белобородова М.В. Стратегія цифровізації взаємодії громади і бізнесу як фактор конкурентоспроможності регіону. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2025. Вип. 3(91). С. 214-221. DOI: https://doi.org/10.33271/ebdut/91.214 5. Bieloborodova M.,
--	--	--	--	--	--	--	---

							Bessonova S., Bessonova A. Monitoring the sustainability of small and medium business in the regions of Ukraine based on the resource approach. Acta Academiae Beregsasiensis. Economics. 2022. Вип. 1(2022). С. 219-229. DOI: https://doi.org/10.58423/2786-6742/2022-1-219-229 4) наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг освітньо-професійної програми «Маркетинг». Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. туризму та економіки підприємства. Д.: НТУ «ДП», 2026. 14 с. 2. Методичні рекомендації для проведення практичних занять з дисципліни «Соціальна відповідальність бізнесу» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг освітньо-професійної програми «Маркетинг». Дніпро: НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 50 с. 3. Дисципліна «Соціальна відповідальність бізнесу» на платформі Moodle для здобувачів
--	--	--	--	--	--	--	---

							другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг; А.В. Бессонова. URL: https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=6743 10) участь у міжнародних наукових та/або освітніх проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання "суддя міжнародної категорії" 1. Учасниця проекту APVV-20-0012 "EU Green Recovery in the post-Covid-19 Period" ("GREENREC") з 1.06.2022 р. по 30.11.2022 р. Univerzita Komenského, Братислава, Словаччина. https://drive.google.com/drive/folders/19Ux2jFCJiIjGlt-JihAYDUK3nOhcOgf7?usp=sharing 12) наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Бессонова А.В. Тенденції розвитку туристичних підприємств в сфері соціально-етичної відповідальності. II Міжнародна науково-практична конференція «Сталий розвиток економіки, підприємств та суспільства» (10-11 квітня 2025 р.), м. Івано-Франківськ. Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, 2025. С. 841-844. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15383186 2. Бессонова А., Іскра С. Імплементация принципів сталого розвитку в діяльність суб'єктів туристичного бізнесу. Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти: збірник тез доповідей V-ої
--	--	--	--	--	--	--	---

							Міжнародної науково-практичної онлайн конференції (23-24 квітня 2026 р.). Київ: НУБіП України. 2026. С. 54-57. 3. Бессонова А.В. Вплив екологічних факторів на туристично-рекреаційну діяльність. Розвиток туристичного бізнесу, економіки та підприємництва: виклики сьогодення: матеріали II всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених, 26–27 вер. 2024 р., м. Дніпро. М-во освіти і науки України, НТУ «Дніпровська політехніка» – Д.: НТУ «ДП», 2024. С. 9-11. https://ep.nmu.org.ua/ua/conference/2023/index(1).php 4. Бессонова А.В. Готовність кадрів до змін як фактор підвищення ефективності діяльності підприємства. Університетська наука - 2024 : тези доп. Міжнар. науково-техн. конф. (Дніпро, 23-24 травня 2024 р) : в 3 т. Т. 2: Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту, соціально-гуманітарний, інженерної та мовної підготовки / ДВНЗ «ПДТУ». – Дніпро: ПДТУ, 2024. – С. 22-24. 5. Бессонова А.В. Вплив організаційної культури підприємства на мотивацію працівників. Сучасний менеджмент: тенденції, проблеми та перспективи розвитку: IX Міжнародна науково-практична конференція: тези доповідей. Дніпро, 15 грудня 2022 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2022. С. 82-83. 14) керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади
--	--	--	--	--	--	--	--

							(Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету / журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком / проблемною групою; керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Паралімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України; виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту; виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань; керівництво спортивною делегацією; робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу 1. Керівництво студенткою Стахорською О., гр. 241м-24-1, яка посіла 2 місце на II етапі у Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт «Black Sea Science» в секції «Туризм та готельно-ресторанна справа», 2025 р. 19) діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях Член Асоціації готельних об'єднань і готелів міст України з 03.10.2025 р. по теперішній час, свідоцтво №000113.
381440	Пілова Катерина Петрівна	доцент, Сумісництво	Фінансово-економічний факультет	Диплом спеціаліста, Національна гірничо-академія України, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050104 Фінанси,	23	Ф1 Маркетингове стратегічне управління	Освітня кваліфікація: Вища освіта Диплом спеціаліста, Національна гірничо-академія України, 1999 р., спеціальність «Фінанси», кваліфікація – економіст НР № 11587326 від 25.06.1999 р.

				Диплом кандидата наук ДК 033055, виданий 09.03.2006, Атестат доцента 12ДЦ 025705, виданий 01.07.2011		Науковий ступінь кандидат економічних наук, 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами, 2006 р., тема дисертації «Економічне обґрунтування якості продукції вугільних підприємств для енергетики», ДК №033055 від 09.03.2006 р., МОН України Вчене звання доцент кафедри маркетингу 12/ДЦ № 025705, Міністерство освіти і науки України, 01.07.2011 р. Відомості про підвищення кваліфікації: 1.Київський університет імені Бориса Гринченка. VI Фестиваль освітнього лідерства «Clever» (0,2 кредити ЄКТС). Сертифікат №2155/41 від 24.09.2022 р. 2.Тренінг для оцінювачів результатів навчання здобувачів професійних кваліфікацій (базовий рівень) (Національне агентство кваліфікацій). Мікрокваліфікація: Оцінювач результатів навчання. 60 години (2 кредити ЄКТС). Сертифікат від 22.12.2022 р. 3.Українська Асоціація Маркетингу, Індустріальний гендерний комітет з реклами. Напрацювання нових інструментів ІГКР для воєнного та післявоєнного періодів 26.07.23-28.07.23 (1 кредит ЄКТС). Сертифікат №11/2023-ІГКР 6.Certificate of Participation. Leader of University Transformation for Ukraine's Reinvention Programme (LUTURE). October 2023 – March 2024 (5 credit points) 8.Certificate is awarded to Kateryna Pilova for successful participation in the Spring School within the framework of the Erasmuse+ project: "Promoting professional education and students
--	--	--	--	---	--	---

							engagement through comprehensive mentoring and tutoring systems at HELs – PROMENT” held at Batumi Shota Rustaveli State University (Georgia) on April 15-18, 2024 9.Training Program Service-learning pedagogy for Community Development During Wartime and Recovery within the ServU Erasmus+ project held at Katholische Universität Eichstätt–Ingolstadt (Germany) on May 22-23, 2024 кількість кредитів 10.Certificate is awarded to Kateryna Pilova for successfully completed the training programme International Summer school of advanced training “Innovative Approaches to Teaching and Learning” from 27 June to 25 October 2024 (240 academic hours (8 ECTS credits)) 11.Certificate participated in consultation session “University ranking: strategic growth and development” with vice-rector for academic affairs at university of Tartu, Dr Aune Valk, Estonia, as a part of the project “E-Democracy and innovative governance in the Dnipro region: cooperation model and societal resilience” (ESTDEV grant, funded by the Estonian Centre for International Development, 2023-2024). Duration 3 hours, December 17, 2024. № 2024-12-17-DUT\5 Досягнення у професійній діяльності: 1) наявність не менше п’яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection Касян С. Я., Пілова К. П., Макуха Ю. М. Міжнародне планування маркетингової стратегічної діяльності компанії:
--	--	--	--	--	--	--	--

							інформаційні технології просування бренду. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2022. №3. С. 54–67. (фахове видання, категорія В) Трегуб М. В., Куваєва Т. В., Пілова К. П., Чурсіна Я. В. Поведінка споживачів на ринку освітніх послуг: особливості вибору спеціальності та закладу вищої освіти, Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2023. №4 (84), 104-112 Пілова К. П., Куваєва Т. В., Пілова Д. П., Череп А. Ю. Тенденції цифровізації в українській вищій освіті: потреби та вподобання зацікавлених сторін. Економічний вісник Національного гірничого університету. 2025. № 2(90). С. 68-78. URL: https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive?arh_article=1675 (дата звернення: 30.07.2026). DOI: https://doi.org/10.33271/ebdut/90.068. Палехова Л. Л., Куваєва Т. В., Пілова К. П. Стратегічна екологічна оцінка маркетингових програм взаємодії для забезпечення сталого розвитку територій. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2026. № 1 (93). С. 195–202. DOI: https://doi.org/10.33271/ebdut/93.195. Палехова Л. Л., Куваєва Т. В., Пілова К. П. Маркетингова стратегія подолання прірви для високотехнологічного стартапу. Актуальні питання економічних наук. 2026. №23. URL: https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/1486 (дата звернення: 30.07.2026). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20351899 4) наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання,
--	--	--	--	--	--	--	---

							електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингове стратегічне управління» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг : НТУ «Дніпровська політехніка»; уклад.: К. П. Пілова. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 16 с. 2. Силабус навчальної дисципліни «Маркетингове стратегічне управління» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг : НТУ «Дніпровська політехніка»; уклад.: К. П. Пілова. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 10 с. 3. Пілова К.П. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Маркетингове стратегічне управління» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг . [Електронний ресурс] : НТУ «Дніпровська політехніка»; уклад.: К. П. Пілова. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 36 с. 4. Дистанційний курс «Маркетингове стратегічне управління» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг, https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=1103 8) виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового
--	--	--	--	--	--	--	--

							керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах Науковий керівник НДР за договором № 090301-23 від 16 лютого 2023 р. “Науково-дослідна робота з вивчення українського, європейського та світового ринку зарядних станцій для електромобілів” (16.02.2023 — 29.12.2023)
							10) участь у міжнародних наукових та/або освітніх проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання “суддя міжнародної категорії” 1 Лідери трансформації університетів задля відродження України. Leader of University Transformation for Ukraine's Reinvention Programme (LUTURE), Британська Рада в Україні в партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Фондом Президента України з підтримки освіти, науки та спорту впроваджувала програму (2023-2024) 2. Service-learning pedagogy for Community Development During Wartime and Recovery within the ServU Erasmus+ project (2023-2026) 3. Erasmus+ project: “Promoting professional education and students engagement through comprehensive mentoring and tutoring systems at HEIs – PROMENT” (2023-2026) 4. Erasmus+ EdUp. Підтримка та розширення сектору Вищої освіти в Україні у сфері ресурсів та

							технологій (2023-2025) 5. Тренер "Програма професійного розвитку академічних менеджерів" Проєкт Світового Банку «UIHERP – Ukraine Improving Higher Education for Results Project», Міністерство освіти і науки України, Британська Рада (2025-2026) 6.Ментор проєкту «Матусі в бізнесі: розширення економічних можливостей для жінок як протидія наслідкам пандемії Covid-19» в період березень травень 2021 р. (100 годин менторського супроводу бізнес-проєктів) 7.Certificate of Participation. Participated in the TUBAF digital Erasmus+ Staff Week in the frame of the Erasmus+ Programme at TU Bergakademie Freiberg Germany from 02.12.2024 until 06.12.2024 12) наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Пілова К.П., Куваєва Т.В. Маслова Д.С. Маркетингове дослідження впровадження дуальної форми вищої освіти: визначення інструментів маркетингових комунікацій. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIV міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. С. 170-178 2. Куваєва Т.В., Пілова К.П., Шинкаренко Н.В. Дослідження факторів, що формують маркетингову діяльність релокованих підприємств.
--	--	--	--	--	--	--	--

							Маркетинг і логістика в системі менеджменту: виклики цифрової глобалізації: тези доповідей XV Міжнародної науково-практичної конференції, пам'яті професора Євгена Крикавського. [Електронне видання]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024. – Режим доступу: https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова укр. і англ. ISBN 978-966-941-962-0 3. Tetiana Kuvaieva, Kateryna Pilova. Effective sustainable value chain practices for metallurgical industry performance improvement. Sustainable production and consumption in industry: challenges and opportunities. Collection of scientific articles. Ed.: A. Pavlychenko, L. Paliekhova. Dresden: 2024. 170 p. Стале виробництво та споживання у промисловості: виклики та можливості. Збірник наукових статей. Ред.: Павличенко А.В., Палехова Л.Л. [Англ.]. Дрезден: 2024. 170 с. 4. Пілова К.П., Таран А. Ю. Цифрові комунікації благодійних організацій: оцінка ефективності контент-стратегій у соцмережах / Матеріали XVI Міжнародної науково-технічної конференції аспірантів та молодих вчених «Наукова весна» (Дніпро, 4 – 6 березня 2026 р.). Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. С. 596–597. 5. Vasylieva, K. & Pilova, K. Promotional tools in social media: effective strategies for engagement and brand building. In: Majesty of Marketing: Materials of the International conference for the students and junior research staff. Ukraine, Dnipro : Dnipro University of
--	--	--	--	--	--	--	--

							Technology, 2024, p. 150. 6. Kalnaia, S. O. & Pilova, K. P. Brand storytelling methods. In: Materials of the International conference for the students and junior research staff. Ukraine, Dnipro : Dnipro University of Technology, 2024, pp. 154–156. 7. Maslova, D. A. & Pilova, K. P. Formation of the assortment during the war. In: Majesty of Marketing: Materials of the XIX International conference for the students and junior research staff. Ukraine, Dnipro : Dnipro University of Technology, 2023, pp. 134–135. 14) Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету / журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком / проблемною групою; керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних, Всеукраїнських мистецьких конкурсів, фестивалів та проєктів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних, всеукраїнських мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проєктів (для забезпечення провадження освітньої діяльності на третьому (освітньо-творчому) рівні); керівництво здобувачем, який став призером або лауреатом міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів,
--	--	--	--	--	--	--	--

							віднесених до Європейської або Всесвітньої (Світової) асоціації мистецьких конкурсів, фестивалів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі зазначених мистецьких конкурсів, фестивалів); керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Паралімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України; виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту; виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань; керівництво спортивною делегацією; робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу; Член конкурсної комісії Міжнародного конкурсу студентських робіт з маркетингу. Наказ Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку № 01-02-40 від 04.03.2024 Таран Нана – переможниця II етапу Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт Silver Student Science, 2025 р.; тема наукової роботи - «Цифрові інструменти для просування благодійних ініціатив в умовах воєнного часу» 19) діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях Член Української асоціації маркетингу / УАМ. Свідоцтво № 312 від 28.11.2018 р. і до теперішнього час
453510	Красовська Олена Юріївна	професор, Основне місце роботи	Фінансово-економічний факультет	Диплом спеціаліста, Дніпропетровська академія	24	Фз Економічне обґрунтування маркетингових рішень	Освітня кваліфікація: Вища освіта: Дніпропетровська академія управління,

				управління, бізнеса та права, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом спеціаліста, Вищий навчальний заклад "Університет імені Альфреда Нобеля", рік закінчення: 2017, спеціальність: 035 Філологія, Диплом магістра, Приватний вищий навчальний заклад "Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля", рік закінчення: 2015, спеціальність: 8.18010020 управління навчальним закладом, Диплом доктора наук ДД 010701, виданий 09.02.2021, Диплом кандидата наук ДК 063887, виданий 22.12.2010, Аттестат доцента 12ДЦ 032934, виданий 30.11.2012		бізнесу та права, 1999 р., напрям підготовки «Економіка та підприємництво», кваліфікація бакалавр з маркетингу, диплом бакалавра НР № 11817766 від 30.06.1999 р. Дніпропетровська академія управління, бізнесу та права, 2000 р., спеціальність «Маркетинг», кваліфікація економіст, диплом спеціаліста НР № 13596985 від 30.06.2000 р. ПВНЗ «Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля», 2015 р., спеціальність «Управління навчальним закладом», кваліфікація магістр з управління навчальним закладом, керівник підприємства, установи та організації (у сфері освіти та виробничого навчання), диплом магістра М14 № 017161 від 30.06.2015 р. ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», 2017 р., спеціальність «Філологія», кваліфікація – спеціаліст філології, перекладач з англійської та російської мов, диплом спеціаліста С17 № 106559 від 30.06.2017 р. Науковий ступінь: Кандидат економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. Тема дисертації: «Розвиток світового ринку вищої освіти» Диплом кандидата наук ДК № 063887 від 22.12.2010 р. Доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тема дисертації: «Управління маркетинговими інструментами промислового підприємства». Диплом доктора наук
--	--	--	--	---	--	---

Відомості про підвищення кваліфікації:

1. Британська Рада в рамках спільного проєкту МОН та Світового банку «Удосконалення вищої освіти в Україні заради результатів». Тренер-розробник Програми професійного розвитку академічних менеджерів, модуль «Стратегування в умовах невизначеності», сесія «Комунікація стратегії». Модератор сесій «Основи та тренди вищої освіти ЄС», «Розмова про політику», «Комунікація стратегії», «Кращі практики. Кейси Великої Британії». (2025-2026 рр.)
2. Участь в програмі міжнародної академічної викладацької мобільності Erasmus+. Проведення занять в Polytechnic Institute of Viseu (м. Viseu, Португалія). (листопад 2024 р.). Сертифікат учасника від 15.07.2025
3. British Council, Міністерство освіти і науки України, Фонд Президента України. Міжнародний проєкт «Лідери трансформації університетів задля відродження України», жовтень 2023 р. – березень 2024 р., 5 кредитів ECTS, сертифікат учасника
4. Англomовний курс «Підприємництво: впровадження бізнес-ідей», HEI Innovation for Knowledge Intensive Enterprisership Project (HIVE), жовтень – грудень 2023 р., 90 годин, 3

							кредити ECTS, сертифікат HST №. 38-2122-2023 5. Silesian University of Technology, Poland. Міжнародне стажування International Staff Week, 4-8 грудня 2023 р., сертифікат учасника. 6. ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля». Цикл семінарів-тренінгів за темою «Удосконалення процесу забезпечення якості освіти (відповідність міжнародним стандартам AACSB)», 01.04.2022 – 20.05.2022 (30 год. / 1 кредит ECTS). Сертифікат № 3214. 7. ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля». Воркшоп «Досконалість у викладанні та навчанні», 09.02.2022 р. (2 год. / 0,07 кредитів ECTS) Сертифікат № 3003. Досягнення у професійній діяльності 1) наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1. Красовська О. Ю., Петровський О. О., Безлепкін А. О. (2026). Інтеграція нейромаркетингу та Data-Driven підходу в управлінні маркетинговими кампаніями в соціальних мережах. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2026. № 3(4) С. 376-386. https://doi.org/10.60022/3(4)-47S (фахове видання, категорія Б) 2.Красовська О.Ю., Тарасенко О.С., Тохтамиш Н.І. (2026). Стратегічна гнучкість бізнес-моделей у цифровій економіці: концептуальні засади антикризового управління. Наукові перспективи. 2026. № 1(67). С. 917-934. https://doi.org/10.52058/2708-7530-2026-
--	--	--	--	--	--	--	--

							1(67)-917-934 (фахове видання, категорія Б) 3. Drobyazko S., Krasovska O., Antypenko N. (2025) Developing a marketing economic mechanism based on a KPI system: implementation methodology and practical application / Формування економічного механізму маркетингу на основі системи KPI: методологія впровадження та практика застосування. Ефективна економіка. 2025. № 11. DOI: 10.32702/2307-2105.2025.11.5 https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.11.520 (фахове видання, категорія Б) 4. Красовська О. Ю., Абрамова О. С., Худяков Д. Л. (2025). Прогнозування ESG-ризиків в умовах турбулентності. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2025. № 2(5). С. 312-318. DOI: 10.60022/2(5)-35S https://doi.org/10.60022/2(5)-35S (фахове видання, категорія Б) 5. Красовська О. Ю., Лорич В. В., Шевченко В. М. (2025). Кризові сценарії у маркетингу: адаптація цінових стратегій та управлінських рішень в умовах санкцій. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2025. № 2(4). С.51-59. DOI: 10.60022/2(4)-6S https://doi.org/10.60022/2(4)-6S (фахове видання, категорія Б) 6. Красовська О. Ю., Куваєва Т. В., Шинкаренко Н. В. (2025). Оптимізація міжнародних маркетингових комунікацій: синергія PR-кампаній, медіапланування та маркетингових досліджень. Економічна парадигма. № 2 (7(99)). С. 31–39. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-7-11172 (фахове видання, категорія Б) 7. Красовська О. Ю., Метіль Т. К., Белялов Т. Е. (2025). Санкції та прийняття маркетингових
--	--	--	--	--	--	--	---

							рішень: зміни цінової еластичності на ринках ЄС. Інвестиції: практика та досвід. 2025. № 12. С. 17-25. DOI: 10.32702/2306-6814.2025.12.17 https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.12.17 (фахове видання, категорія Б) 8. Красовська О., Чатченко О., Кирчата І., Антипенко Н. (2023) Менеджмент "зелених" інвестицій в умовах нової глобальної архітектоніки. Економіка. Фінанси. Право. 2023. № 12. С. 73-76. DOI: https://doi.org/10.37634/efp.2023.12.14 (фахове видання, категорія Б) 9. Romanenko K., Zborovska O., Krasovska O., Smerichevska S., Pyvovarov S., Uhodnikova O. (2022). Information Technologies and Marketing Communications in Territories Management / Інформаційні технології та маркетингові комунікації в управлінні територіями. Lecture Notes in Networks and Systems. 2022. vol 246. Springer. Cham. Pp 825-833. https://doi.org/10.1007/978-3-030-81619-3_92 https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-81619-3_92 ISSN 2367-3370 (print), ISSN 2367-3389 (online) (Scopus) 10. Красовська О. Ю., Хаустова Є. Б., Петровська С. В., Березовська Л. О. Стратегічний маркетинг як детермінанта сталого розвитку бізнесу. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. №1. С. 53-60 https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-1-7869 (фахове видання, категорія Б) 3) Наявність виданого підручника чи навчального
--	--	--	--	--	--	--	--

							посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора): Навчальний посібник: Полтораки В.А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження. Навчальний посібник (4-те видання, перероблене та доповнене). Київ: Центр навчальної літератури, 2022. 356 с. 4) наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг; уклад.: О.Ю. Красовська. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 16 с. 2. Красовська О.Ю. Конспект лекцій з дисципліни «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг. [Електронний ресурс] : уклад.: О.Ю. Красовська. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 57 с.
--	--	--	--	--	--	--	--

							3. Методичні вказівки до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг. Укладач: О.Ю. Красовська. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 17 с. 4. Методичні вказівки до виконання курсового проєкту з навчальної дисципліни «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг. Укладач: О.Ю. Красовська. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 17 с. 5. Дисципліна «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» на платформі Moodle для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг; О.Ю. Красовська, https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=6000 8) виконання функцій (повноважень, обов’язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проєкту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання 2018-2025, що індексується в бібліографічних базах 1. Член редакційної колегії (2024-2026 рр.) фахового видання «Економічний вісник Дніпровської політехніки». 2. Член редакційної колегії (2022-2023 рр.) фахового журналу
--	--	--	--	--	--	--	---

							«Академічний огляд», який затверджено в Переліку наукових фахових видань рішенням Атестаційної колегії Міністерства освіти і науки України (категорія А) (наказ МОН № 185 від 20 лютого 2023 р.) і зареєстровано в міжнародних наукометричних базах Web of Science. 3. Член редакційної колегії (2022-2023 рр.) фахового журналу «Європейський вектор економічного розвитку», який затверджено в Переліку наукових фахових видань рішенням Атестаційної колегії Міністерства освіти і науки України (наказ від 02. 07. 2020 №886). 4. Виконавець (2015-2023 рр.) науково-дослідної теми «Маркетингове управління конкурентоспроможністю на мікро-, мезо-, макрорівнях в сучасних умовах глобалізації» (номер державної реєстрації 0114U005603 від 20.01.2015, термін виконання продовжено на період з 01.2019 – 01.2024) 5. Виконавець (2018-2022 рр.) науково-дослідної теми «Менеджмент та управління в умовах глобальних та соціально-економічних викликів» (номер державної реєстрації 0118U000840 від 21.06.2018) 10) участь у міжнародних наукових та/або освітніх проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання “суддя міжнародної категорії” 1.Тренер-розробник, модератор Програми професійного розвитку академічних менеджерів. Реалізується Британською Радою в рамках спільного проєкту МОН та Світового банку «Удосконалення вищої освіти в Україні
--	--	--	--	--	--	--	--

								заради результатів». (2025-2026 pp.) 2. Участь в програмі міжнародної академічної мобільності Erasmus+ «Uniting Cultures through Transdisciplinary Exploration». Проведення занять в IED Instituto Europeo di Design (м.Мілан, Італія). (березень-квітень 2026р.). 3. Реалізація грантового проєкту Британської Ради "Advance HEI Reputation through Global Collaboration" спільно з Університетом Ланкастеру. (2025-2026 pp.) 4. Участь в програмі міжнародної академічної викладацької мобільності Erasmus+ Проведення занять в Polytechnic Institute of Viseu (м.Візеу, Португалія). (листопад 2024 р.). 5. Учасник проєкту Британської Ради в Україні в партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Фондом Президента України з підтримки освіти, науки та спорту впроваджувала програму «Лідери трансформації університетів задля відродження України» (жовтень 2023 р. - березень 2024 р.) 6. Керівник і науковий консультант в міжнародному проєкті подвійних дипломів магістрів зі спеціальності «Менеджмент: Бізнес-адміністрування» ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля» та Вищої школи бізнесу Національного Університету Льюїса, м. Нові Сонч, Польща. (2019-2023 pp.) 7. Координатор міжнародного науково-освітнього проєкту - сертифікованої програми післядипломного навчання Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) «Децентралізація приносить кращі результати та ефективність» (DOBRE), що
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							реалізується Глобал Ком'юнітіз, та у співпраці із партнером Програми USAID DOBRE - Малопольською школою державного управління при Краківському університеті економіки (MSAP/UEK, Польща). (2019-2022) 12) наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Krasovska O. Marketing Management Tools in the Implementation of a Company's Marketing Strategy. Advanced Technology in Scientific Research: Collection of Scientific Papers with Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference. International Scientific Unity. Rotterdam, Netherland. August 12-14, 2026 2. Красовська О.Ю., Афанасова А.В. Технології штучного інтелекту в комплексі маркетингових інтернет-комунікацій. The 26th International scientific and practical conference "World problems and ways of solving modern problems" (July 02 – 05, 2024) Oslo, Norway. International Science Group. 2024. Pp. 152-156 https://isg-konf.com/wp-content/uploads/2024/07/WORLD-PROBLEMS-AND-WAYS-OF-SOLVING-MODERN-PROBLEMS.pdf 3. Красовська О.Ю., Олешко А.В. Аналіз світових трендів вподобань споживачів кавових напоїв. International scientific-practical conference "Current issues of science, education and technology in the context of modern challenges": conference proceedings (Aarhus, Denmark, June 29, 2024). Aarhus,
--	--	--	--	--	--	--	---

							Denmark: Scholarly Publisher ICSSH, 2024. Pp. 28-30. https://www.economics.in.ua/2024/06/29.html 4. Красовська О.Ю., Прядко В.О. Тренди та інновації в інтернет-комунікаціях. Proceedings of the 25th International scientific and practical conference “Universities and schools: methods of distance learning”, Boston, USA. XXV International Scientific and Practical Conference. Boston, USA, June 25-28, 2024. Pp. 93-95. https://isg-konf.com/universities-and-schools-methods-of-distance-learning/ 5. Красовська О.Ю., Безбатько Н.В. Особливості розробки маркетингової стратегії підприємства. The latest problems of modern science and practice. Proceedings of the I International Scientific and Practical Conference. Boston, USA. 11.01-14.01.2022. Pp. 239-243. https://isg-konf.com/uk/the-latest-problems-of-modern-science-and-practice-ua/ DOI: 10.46299/ISG.2022.I.I 14) керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету / журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком / проблемною групою; керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Паралімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи,
--	--	--	--	--	--	--	---

							чемпіонаті України; виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту; виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань; керівництво спортивною делегацією; робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу 1. Голова конкурсної комісії 1 туру Міжнародного конкурсу наукових робіт здобувачів вищої освіти Silver Student Science зі спеціальності «Маркетинг». (2025 р.) 2. Член галузевої конкурсної комісії II туру Всеукраїнського Конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2021/2022 н.р. зі спеціальності Маркетинг. ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля» Наказ №95 від 14 грудня 2021 р. 19) діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях 1. Учасниця ГО «Об'єднання маркетологів України» (2019-2023) 2. Учасниця ГО «Товариство інтелектуальної власності» (2018-2023) 3. Учасниця ГО «Інноваційний університет» (2021-2023) 20) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності). 1. Начальник відділу міжнародного маркетингу Центру міжнародного співробітництва НТУ «Дніпровська політехніка», 2023 – по теперішній час. 2. ФОП Красовська О.Ю. – надання
--	--	--	--	--	--	--	---

							консультаційних послуг з питань ведення та управління маркетинговою діяльністю, 2014 – 2024 рр. 3. Керівник Міжнародної Школи Бізнесу Університету імені Альфреда Нобеля (за внутрішнім сумісництвом), 2012-2023 рр.
453510	Красовська Олена Юріївна	професор, Основне місце роботи	Фінансово-економічний факультет	Диплом спеціаліста, Дніпропетровська академія управління, бізнесу та права, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом спеціаліста, Вищий навчальний заклад "Університет імені Альфреда Нобеля", рік закінчення: 2017, спеціальність: 035 Філологія, Диплом магістра, Приватний вищий навчальний заклад "Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля", рік закінчення: 2015, спеціальність: 8.18010020 управління навчальним закладом, Диплом доктора наук ДД 010701, виданий 09.02.2021, Диплом кандидата наук ДК 063887, виданий 22.12.2010, Аттестат доцента 12ДЦ 032934, виданий 30.11.2012	24	Ф4 Маркетинговий менеджмент	Освітня кваліфікація: Вища освіта: Дніпропетровська академія управління, бізнесу та права, 1999 р., напрям підготовки «Економіка та підприємництво», кваліфікація бакалавр з маркетингу, диплом бакалавра НР № 11817766 від 30.06.1999 р. Дніпропетровська академія управління, бізнесу та права, 2000 р., спеціальність «Маркетинг», кваліфікація економіст, диплом спеціаліста НР № 13596985 від 30.06.2000 р. ПВНЗ «Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля», 2015 р., спеціальність «Управління навчальним закладом», кваліфікація магістр з управління навчальним закладом, керівник підприємства, установи та організації (у сфері освіти та виробничого навчання), диплом магістра М14 № 017161 від 30.06.2015 р. ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», 2017 р., спеціальність «Філологія», кваліфікація – спеціаліст філології, перекладач з англійської та російської мов, диплом спеціаліста С17 № 106559 від 30.06.2017 р. Науковий ступінь: Кандидат економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. Тема дисертації:

							«Розвиток світового ринку вищої освіти» Диплом кандидата наук ДК № 063887 від 22.12.2010 р. Доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тема дисертації: «Управління маркетинговими інструментами промислового підприємства». Диплом доктора наук ДД № 010701 від 09.02.2021 р. Вчене звання: Доцент кафедри маркетингу, атестат доцента 12ДЦ № 032934, виданий 30.11.2012 р. Професор кафедри міжнародного маркетингу, атестат професора АП № 004139 від 09.08.2022 р. Відомості про підвищення кваліфікації: 1. Британська Рада в рамках спільного проєкту МОН та Світового банку «Удосконалення вищої освіти в Україні заради результатів». Тренер-розробник Програми професійного розвитку академічних менеджерів, модуль «Стратегування в умовах невизначеності», сесія «Комунікація стратегії». Модератор сесій «Основи та тренди вищої освіти ЄС», «Розмова про політику», «Комунікація стратегії», «Кращі практики. Кейси Великої Британії». (2025-2026 рр.) 2. Участь в програмі міжнародної академічної викладацької мобільності Erasmus+. Проведення занять в Polytechnic Institute of Viseu (м.Візеу, Португалія). (листопад 2024 р.). Сертифікат учасника від 15.07.2025. 3. British Council, Міністерство освіти і науки України, Фонд Президента України.
--	--	--	--	--	--	--	---

							Міжнародний проєкт «Лідери трансформації університетів задля відродження України», жовтень 2023 р. – березень 2024 р., 5 кредитів ECTS, сертифікат учасника. Сертифікат. 4. Англомовний курс «Підприємництво: впровадження бізнес-ідей», HEI Innovation for Knowledge Intensive Entrepreneurship Project (HIVE), жовтень – грудень 2023 р., 90 годин, 3 кредити ECTS, сертифікат HST Nr. 38-2122-2023. 5. Silesian University of Technology, Poland. Міжнародне стажування International Staff Week, 4-8 грудня 2023 р., сертифікат учасника. 6. ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля». Цикл семінарів-тренінгів за темою «Удосконалення процесу забезпечення якості освіти (відповідність міжнародним стандартам AACSB)», 01.04.2022 – 20.05.2022 (30 год. / 1 кредит ECTS). Сертифікат № 3214. 7. ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля». Воркшоп «Досконалість у викладанні та навчанні», 09.02.2022 р. (2 год. / 0,07 кредитів ECTS) Сертифікат № 3003. Досягнення у професійній діяльності 1) наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1. Красовська О. Ю., Хаустова Є. Б., Івлієва О. М. (2026). Вплив цифровізації на ефективність менеджменту людського капіталу під час переходу до гібридних бізнес-моделей. Економічна парадигма. 2026. №
--	--	--	--	--	--	--	---

5(109). С. 653–662.
<https://doi.org/10.25313/3083-7782-2026-5-54> (фахове видання, категорія Б)

2. Красовська О. Ю., Петровський О. О., Безлепкін А. О. (2026). Інтеграція нейромаркетингу та Data-Driven підходу в управлінні маркетинговими кампаніями в соціальних мережах. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2026. № 3(4) С. 376-386.
[https://doi.org/10.60022/3\(4\)-47S](https://doi.org/10.60022/3(4)-47S) (фахове видання, категорія Б)

3. Красовська О.Ю., Тарасенко О.С., Тохтамиш Н.І. (2026). Стратегічна гнучкість бізнес-моделей у цифровій економіці: концептуальні засади антикризового управління. Наукові перспективи. 2026. № 1(67). С. 917-934.
[https://doi.org/10.52058/2708-7530-2026-1\(67\)-917-934](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2026-1(67)-917-934) (фахове видання, категорія Б)

4. Красовська О. Ю., Лорич В. В., Шевченко В. М. (2025). Кризові сценарії у маркетингу: адаптація цінових стратегій та управлінських рішень в умовах санкцій. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2025. № 2(4). С. 51-59.
[https://doi.org/10.60022/2\(4\)-6S](https://doi.org/10.60022/2(4)-6S) (фахове видання, категорія Б)

5. Красовська О. Ю., Куваєва Т. В., Шинкаренко Н. В. (2025). Оптимізація міжнародних маркетингових комунікацій: синергія PR-кампаній, медіапланування та маркетингових досліджень. Економічна парадигма. № 2 (7(99)). С. 31–39.
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-7-11172> (фахове видання, категорія Б)

6. Красовська О. Ю., Метіль Т. К., Беялов Т. Е. (2025). Санкції та прийняття маркетингових рішень: зміни цінової еластичності на ринках ЄС. Інвестиції: практика та досвід. 2025. № 12. С. 17-25.

<https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.12.17>
 (фахове видання, категорія Б)
 7. Aziukovskyi O., Krasovska O., Kuvaieva T., Pilova K., Trehub M. (2025). The role of values in forming the corporate culture of multifield technical higher education institutions / Роль цінностей у формуванні корпоративної культури багатогалузевих технічних закладів вищої освіти. International Science Journal of Management. Economics & Finance. № 4(1). Pp. 40–51. <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20250401.05> DOI: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20250401.05>.
 (міжнародне видання)
 8. Красовська О., Чатченко О., Кирчата І., Антипенко Н. (2023) Менеджмент “зелених” інвестицій в умовах нової глобальної архітекτονіки. Економіка. Фінанси. Право. 2023. № 12. С. 73-76. DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2023.12.14>
 (фахове видання, категорія Б)
 9. Romanenko K., Zborovska O., Krasovska O., Smerichevska S., Pyvovarov S., Uhodnikova O. (2022) Information Technologies and Marketing Communications in Territories Management / Інформаційні технології та маркетингові комунікації в управлінні територіями. Lecture Notes in Networks and Systems. 2022. vol 246. Springer. Cham. Pp 825-833. https://doi.org/10.1007/978-3-030-81619-3_92 https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-81619-3_92 ISSN 2367-3370 (print), ISSN 2367-3389 (online) (Scopus)
 10. Красовська О. Ю., Хаустова Є. Б.,

							Петровська С. В., Березовська Л. О. Стратегічний маркетинг як детермінанта сталого розвитку бізнесу. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. №1. С. 53-60 https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-1-7869 (фахове видання, категорія Б) 3) Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора): Навчальний посібник: Полторак В.А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження. Навчальний посібник (4-те видання, перероблене та доповнене). Київ: Центр навчальної літератури, 2022. 356 с. 4) наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг; уклад.: О.Ю. Красовська. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 15 с. 2. Красовська О.Ю.
--	--	--	--	--	--	--	--

						Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинговий менеджмент» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг. [Електронний ресурс] : уклад.: О.Ю. Красовська. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 63 с. 3. Методичні вказівки до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг. Укладач: О.Ю. Красовська. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 17 с. 4. Дисципліна «Маркетинговий менеджмент» на платформі Moodle для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг; О.Ю. Красовська, https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=6000 8) виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання 2018-2025, що індексується в бібліографічних базах 1. Член редакційної колегії (2024-2026 рр.) фахового видання «Економічний вісник Дніпровської політехніки». 2. Член редакційної колегії (2022-2023 рр.) фахового журналу «Академічний огляд», який затверджено в Переліку наукових фахових видань рішенням Атестаційної колегії Міністерства освіти і
--	--	--	--	--	--	---

							науки України (категорія А) (наказ МОН № 185 від 20 лютого 2023 р.) і зареєстровано в міжнародних наукометричних базах Web of Science. 3. Член редакційної колегії (2022-2023 рр.) фахового журналу «Європейський вектор економічного розвитку», який затверджено в Переліку наукових фахових видань рішенням Атестаційної колегії Міністерства освіти і науки України (наказ від 02. 07. 2020 №886). 4. Виконавець (2015-2023 рр.) науково-дослідної теми «Маркетингове управління конкурентоспроможністю на мікро-, мезо-, макrorівнях в сучасних умовах глобалізації» (номер державної реєстрації 0114U005603 від 20.01.2015, термін виконання продовжено на період з 01.2019 – 01.2024) 5. Виконавець (2018-2022 рр.) науково-дослідної теми «Менеджмент та управління в умовах глобальних та соціально-економічних викликів» (номер державної реєстрації 0118U000840 від 21.06.2018) 10) участь у міжнародних наукових та/або освітніх проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання “суддя міжнародної категорії” 1. Тренер-розробник, модератор Програми професійного розвитку академічних менеджерів. Реалізується Британською Радою в рамках спільного проекту МОН та Світового банку «Удосконалення вищої освіти в Україні заради результатів» (2025-2026 рр.) 2. Участь в програмі міжнародної академічної викладацької мобільності Erasmus+
--	--	--	--	--	--	--	--

							«Uniting Cultures through Transdisciplinary Exploration». Проведення занять в IED Istituto Europeo di Design (м. Мілан, Італія). (березень-квітень 2026 р.). 3. Реалізація грантового проєкту Британської Ради "Advance HEI Reputation through Global Collaboration" спільно з Університетом Ланкастеру. (2025-2026 рр.) 3. Участь в програмі міжнародної академічної викладацької мобільності Erasmus+ Проведення занять в Polytechnic Institute of Viseu (м. Візеу, Португалія). (листопад 2024 р.). 4. Учасник проєкту Британської Ради в Україні в партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Фондом Президента України з підтримки освіти, науки та спорту впроваджувала програму «Лідери трансформації університетів задля відродження України» (жовтень 2023 р. - березень 2024 р.) 5. Керівник і науковий консультант в міжнародному проєкті подвійних дипломів магістрів зі спеціальності «Менеджмент: Бізнес-адміністрування» ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля» та Вищої школи бізнесу Національного Університету Львівського, м. Нові Сончі, Польща (2019-2023 рр.) 6. Координатор міжнародного науково-освітнього проєкту - сертифікованої програми післядипломного навчання Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) «Децентралізація приносить кращі результати та ефективність» (DOBRE), що реалізується Глобал Ком'юнітіз, та у співпраці із партнером Програми USAID DOBRE - Малопольською школою державного
--	--	--	--	--	--	--	--

							управління при Краківському університеті економіки (MSAP/UEK, Польща). (2019-2022) 12) наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Krasovska O. Marketing Management Tools in the Implementation of a Company's Marketing Strategy. Advanced Technology in Scientific Research: Collection of Scientific Papers with Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference. International Scientific Unity. Rotterdam, Netherland. August 12- 14, 2026 2. Abramova O., Krasovska O., Chernyshov O. (2025). Organizational Components of the Growth of the Role of Corporate Social Responsibility under the Conditions of Social Transformations / Організаційні складові зростання ролі корпоративної соціальної відповідальності в умовах соціальних трансформацій. Conferencii. 2025. vol. 11(35). Pp. 1-14. DOI: 10.51586/2025_11_36 https://doi.org/10.51586/2025_11_36 https://conferencii.com/archive/Conferencii_2025_11(36).pdf 3. Красовська О.Ю., Афанасова А.В. Технології штучного інтелекту в комплексі маркетингових інтернет-комунікацій. The 26th International scientific and practical conference "World problems and ways of solving modern problems" (July 02 – 05, 2024) Oslo, Norway. International Science Group. 2024. Pp. 152-156 https://isg-konf.com/wp-content/uploads/2024/07/WORLD-
--	--	--	--	--	--	--	--

PROBLEMS-AND-WAYS-OF-SOLVING-MODERN-PROBLEMS.pdf
4. Красовська О.Ю., Олешко А.В. Аналіз світових трендів вподобань споживачів кавових напоїв. International scientific-practical conference “Current issues of science, education and technology in the context of modern challenges”: conference proceedings (Aarhus, Denmark, June 29, 2024). Aarhus, Denmark: Scholarly Publisher ICSSH, 2024. Pp. 28-30. <https://www.economics.in.ua/2024/06/29.html>

5. Красовська О.Ю., Прядко В.О. Тренди та інновації в інтернет-комунікаціях. Proceedings of the 25th International scientific and practical conference “Universities and schools: methods of distance learning”, Boston, USA. XXV International Scientific and Practical Conference. Boston, USA, June 25-28, 2024. Pp. 93-95. <https://isg-konf.com/universities-and-schools-methods-of-distance-learning/>

6. Красовська О.Ю., Безбатько Н.В. Особливості розробки маркетингової стратегії підприємства. The latest problems of modern science and practice. Proceedings of the I International Scientific and Practical Conference. Boston, USA. 11.01-14.01.2022. Pp. 239-243. <https://isg-konf.com/uk/the-latest-problems-of-modern-science-and-practice-ua/> DOI: 10.46299/ISG.2022.I.I

14) керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету / журі Всеукраїнської студентської

							олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком / проблемною групою; керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Паралімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України; виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту; виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань; керівництво спортивною делегацією; робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу 1. Голова конкурсної комісії 1 туру Міжнародного конкурсу наукових робіт здобувачів вищої освіти Silver Student Science зі спеціальності «Маркетинг». (2025 р.) 2. Член галузевої конкурсної комісії II туру Всеукраїнського Конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2021/2022 н.р. зі спеціальності Маркетинг. ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля» Наказ №95 від 14 грудня 2021 р. 19) діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях 1. Учасниця ГО «Об'єднання маркетологів України» (2019-2023) 2. Учасниця ГО «Товариство інтелектуальної власності» (2018-2023) 3. Учасниця ГО «Інноваційний університет» (2021-
--	--	--	--	--	--	--	---

						2023) 20) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності). 1. Начальник відділу міжнародного маркетингу Центру міжнародного співробітництва НТУ «Дніпровська політехніка», 2023 – по теперішній час. 2. ФОП Красовська О.Ю. – надання консультаційних послуг з питань ведення та управління маркетинговою діяльністю, 2014 – 2024 рр. 3. Керівник Міжнародної Школи Бізнесу Університету імені Альфреда Нобеля (за внутрішнім сумісництвом), 2012-2023рр.
107894	Куваєва Тетяна Володимирівна	завідувач кафедри, Основне місце роботи	Фінансово-економічний факультет	Диплом бакалавра, Державний вищий навчальний заклад "Національний гірничий університет", рік закінчення: 2012, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом магістра, Державний вищий навчальний заклад "Національний гірничий університет", рік закінчення: 2013, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 050626, виданий 05.03.2019, Аттестат доцента АД 009113, виданий 30.11.2021	13	Ф5 Маркетинг взаємодії і партнерських відносин Освітня кваліфікація: Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», 2012, спеціальність – маркетинг, НР№43792964 від 31.05.2012 Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», 2013, спеціальність – маркетинг, НР№45812510 від 30 червня 2013 Науковий ступінь: кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.04 – економіка та управління (за видами економічної діяльності), Тема: "Стратегія взаємодії промислового підприємства на засадах маркетингу партнерських відносин", ДК 050626, від 05.03.2019 р., МОН України Вчене звання: доцент кафедри маркетингу, АД № 009113 від 30.11.2021 р., МОН України Відомості про підвищення кваліфікації 1. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти,

							сертифікат, Тема: «Інституційна культура академічної доброчесності: національний досвід та кращі практики Європейського союзу», № 101048055-25-117 від 26.05.2022, 6 годин/ 0,2 кредити ЄКТС. 2. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, сертифікат, Тема: «Академічна доброчесність як рушійна сила підвищення якості вищої освіти: кейси акредитаційної експертизи», 14.06.2022 – 16.06.2022, № 101048055-14-227, 15 годин/ 0,5 кредиту ЄКТС. 3. НТУ «Дніпровська політехніка», сертифікат, Тема: «Відеоконтент: створюй - редагуй - розміщуй», 27.06.2022 – 29.06.2022, № ЗКЦПРО2070743-006-007, 30 годин/ 1 кредит ECTS 4. Національний університет «Львівська політехніка», сертифікат, Тема: Поглиблення та розширення професійних знань і навиків з дисципліни "Маркетингові дослідження". 07.11.2022 – 26.12.2022, № 1036, 180 годин/6 кредитів ECTS 5. Лінчепінзький університет, м. Лінчепінг, Швеція. Проєкт EMDIAS, Тема: «Покращення можливостей щодо розробки та надання високоякісної освіти і просування інновацій у вищій освіті в контексті цифрової трансформації», 8.12.2022 – 17.12.2022 р., №2022-12-08-LIU, 45 годин/1,5 кредити ЄКТС 6. University of Latvia. Faculty of Social Science. Continuing Education Programme. European Union Studies – Foreign Affairs, 01.09.22 – 01.12.22, №047238, 360 годин/12 кредитів ЄКТС. 17. German Academic
--	--	--	--	--	--	--	--

							Exchange Service (DAAD), сертифікат, Professional Development Online Training Course "DIGITAL TEACHING". 18.10.2022 – 14.12.2022, № DT2022055, 90 академічних годин / 3 кредити ECTS 18. Участь у науково-дослідній програмі "Transition to Sustainable Consumption and Production in Industry", що реалізовувалася Технічним університетом м. Дрезден у межах проєкту DAAD "Establishment of German-Ukrainian University Network for Securing Successful Education in Ukrainian Universities in Time of War and Crisis" (вересень 2022 р. – грудень 2024 р.). За результатами участі опубліковано наукові праці у монографіях "Sustainable Consumption and Production in Global Value Chains" та "Sustainable Production and Consumption in Industry: Challenges and Opportunities" (2024). Обсяг – 10 кредитів ECTS. 19. Підвищення кваліфікації: міжнародний курс «Designing Valorization Strategies: Creating Impact with Academic Knowledge» (28 год., сертифікат № 2026-BR-VAL-0004), організований у межах проєкту BRIDGE (Horizon Europe, ЄС) 20. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, сертифікат, Тема: «Тренінг із написання звіту експертної групи», № 0351/2026 (482) від 30.09.2026, 30 годин / 1 кредит ЄКТС. Досягнення у професійній діяльності: 1) наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до
--	--	--	--	--	--	--	---

						наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1. Куваєва Т. В., Захарченко Ю. В., Шинкаренко Н. В. Маркетинг партнерської взаємодії на ринку освітніх послуг: реляційні моделі закладів фахової передвищої освіти та закладів вищої освіти. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2026. № 3 (95). С. 315–322. DOI: https://doi.org/10.33271/ebdut/95.315 2. Палєхова Л. Л., Куваєва Т. В., Пілова К. П. Стратегічна екологічна оцінка маркетингових програм взаємодії для забезпечення сталого розвитку територій // Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2026. № 1 (93). С. 195–202. DOI: https://doi.org/10.33271/ebdut/93.195 3. Палєхова Л. Л., Куваєва Т. В., Пілова К. П. Маркетингова стратегія подолання прірви для високотехнологічного стартапу // Актуальні питання економічних наук. 2026. № 23. Розділ «Маркетинг». DOI: 10.5281/zenodo.20351899 3. Безугла, Л. С., Куваєва, Т. В., Язіна, В. А. (2024). Персоналізація маркетингових комунікацій у готельно-ресторанному бізнесі: інструменти підвищення лояльності клієнтів. Економічний вісник Дніпровської політехніки. №4 (88). С. 162-169 https://ev.nmu.org.ua/docs/2024/EV20244.pdf (фахове видання) 4. Касян, С., Куваєва, Т., Гусак, Н., & Шаповал, Д. (2025). Методологічні підходи до дослідження медіакомунікацій у супроводі інноваційних проєктів. Communications and Communicative Technologies, (25). https://doi.org/10.1542
--	--	--	--	--	--	--

1/292512
5. Куваєва Т. В., Шинкаренко Н. В., Гусак Н. А. Застосування SMM-технологій та PR-інструментів у процесі цифрового менторства та тьюторства здобувачів вищої освіти. Економіка та суспільство. 2025. № 82.
6. Куваєва Т. В., Шинкаренко Н. В., Гусак Н. А., Жук І. В. Аналітична діяльність як основа формування ефективного цільового контенту в умовах еволюції рекламних та SMM-технологій // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2025. № 12. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-12-11795>
7. Куваєва, Т., Гусак, Н., Кулівар, В. (2025). Клієнтоорієнтований підхід до формування освітніх сервісів з використанням інклюзивних медіатехнологій. Економіка та суспільство, (77). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-77-81>
8. Красовська О. Ю., Куваєва Т. В., Шинкаренко Н. В. Оптимізація міжнародних маркетингових комунікацій: синергія PR-кампаній, медіапланування та маркетингових досліджень. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2025. № 7. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-7-11172>. (фахове видання категорії Б)
9. Азюковський О., Красовська О., Куваєва Т., Пілова К., Третьєв М. The role of values in forming the corporate culture of multifield technical higher education institutions // International Scientific Journal of Management, Economics & Finance. 2025. № 1(5). DOI: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20250401.05>.

10. Куваєва Т., Пілова К., Магеррамова І. Етика маркетингу та соціальна відповідальність як основа побудови клієнтоорієнтованої стратегії підприємства. Економіка та суспільство. 2021. №29. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-13>
11. Куваєва Т., Решетілова Т. Дослідження споживачів у процесі створення та розповсюдження інноваційних товарів. Економічний простір, 2021. №168, 67-71.
12. Kuvaieva, T. V., Bovsunovska, Yu. M. Alumni relationship management as a component of higher education institution brand formation. Ekonomichnyy visnyk Dniprovs'koho derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav, 2025. 21(1), 98–108. <https://doi.org/10.32434/2415-3974-2025-21-1-98-108>
13. Pilova, K. P., Kuvaieva, T. V., Pilova, D. P., & Cherep, A. Yu. Trends of digitalization in Ukrainian higher education: Needs and preferences of stakeholders. Ekonomichnyi visnyk Dniprovskoi politekhniky, 2025 (2), 68–78. <https://doi.org/10.33271/ebdut/90.068>
14. Kuvaieva T. V., Pilova K. P. Forms of Organization of Production Activity of Enterprises in Terms of Probabilistic Nature of Demand // Scientific Bulletin of National Mining University. 2021. No. 4. <https://doi.org/10.33271/nvngu/2021-4/177>
15. Безугла Л. В., Куваєва Т. В., Андрусів У. Я. Формування інклюзивного туризму територіальних громад як забезпечення соціально-відповідального маркетингу територій // Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and

							Gas (Series: Economics and Management in the Oil and Gas Industry). 2022. № 1 (25). С. 138–145. DOI: 10.31471/2409-0948-2022-1(25)-138-145. 16. Захарченко Ю. В., Куваєва Т. В., Луценко І. М., Пілова К. П. Маркетинг в електроенергетиці України: проблеми та перспективи ринку зарядних станцій для електромобілів. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2025. № 2 (90). С. 79–91. DOI: https://doi.org/10.33271/ebdut/90.079 17. Куваєва Т. В., Захарченко Ю. В. Вплив концепції маркетингу 4.0 на функціонування конкурентного ринку електроенергії України. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2022. № 2 (78). С. 159–170. DOI: https://doi.org/10.33271/ebdut/78.159 3) Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора); 1. Куваєва Т. Дослідження факторів, що впливають на сталий розвиток у промислових ланцюгах створення вартості / Тетяна Куваєва // Стале споживання та виробництво у глобальних ланцюгах створення вартості : монографія / за заг. ред. А. В. Павличенка та Л. Л. Палехової. – Дніпро–Дрезден, 2024. – С. 54–83. 2. Безутла Л.С., Куваєва Т.В., Букресва Д.С., Трегуб Ю.Є. Модель прогнозування сталого розвитку туристичного потенціалу промислових територій: монографія. М-во освіти і науки України; НТУ
--	--	--	--	--	--	--	---

							«Дніпровська політехніка». Дніпро: Журфонд, 2022. 172 с. 4) Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування; 1. Робоча програма навчальної «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг. Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д.: НТУ «ДП», 2026. 15 с. (Розробник Куваєва Т.В.). 2. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг. Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д.: НТУ «ДП», 2025. 25 с. (Укладач Куваєва Т.В.). 3. Дистанційний курс «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг, https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=3549
--	--	--	--	--	--	--	---

							8) Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах; № 090302-23 «Маркетингове дослідження споживчої поведінки на ринку пакувальної продукції» - керівник госпдоговірної теми №090301-23 «Науково-дослідна робота з вивчення українського, європейського та світового ринку зарядних станцій для електромобілів» - відповідальний виконавець госпдоговірної теми №1383 Проект «Молодих вчених» МОН «Туристична ревіталізація промислових об'єктів для забезпечення соціально-економічної безпеки територіальних громад» 2023-2026 №22876 Проект «Молодих вчених» МОН «Забезпечення інклюзивних рекреаційних послуг: психологічна підтримка, доступність та адаптивність» 2024-2027 10) Участь у міжнародних наукових та/або освітніх проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання "суддя міжнародної категорії"; EMDIAC «Embracing Digitalization in the Academia: International Collaboration for Capacity Building and Innovation», що реалізується за підтримки Linköping University, 2022 Erasmus+ CBHE
--	--	--	--	--	--	--	---

							Project "Promoting professional education and students engagement through comprehensive mentoring and tutoring system at HEIs", 2023-2026 Erasmus+ CBHE Project "Service-learning in Higher Education for Ukraine's Recovery", 2023-2026 Erasmus+ CBHE AFID – Academic Freedom and Inclusion through Digitalization Development of inclusive digital educational content, 2023 Erasmus + staff mobility for teaching Vytautas Magnus Universit Lectureship on “Business Ethics and Social Responsibility”, 2023 British Council, LUTUR – Leaders of university transformation for Ukraine's reinvention, 2023-2024 Erasmus+ CBHE Project "Verse - Visionary education for responsible sustainable eco-fashion ", 2025-2028 Erasmus + staff mobility for teaching IED Istituto Europeo Di Design (Imilano18) Lectureship on “Marketing Research & Consumer Behaviour: Principles, methodologies, and case studies; interactive exercises with Mentimeter. Communication Strategy with Stakeholders & SMM: Multi-channel communication planning, stakeholder mapping, social media integration, and crisis management. TOP-10 Powerful Tools for Services Marketing: Customer Journey Map, SERVQUAL, Emotional Branding, Loyalty Programs, Personalization etc. Personal Branding: Brand positioning, value proposition, digital presence, and professional identity development. Virtual/Interactive components: Live polls, quizzes, word clouds, and peer feedback using Mentimeter”, 2026 British Council, LUTUR – Leaders of university transformation for
--	--	--	--	--	--	--	--

							Ukraine's reinvention, 2023-2024 Тренер-розробник Програми професійного розвитку академічних менеджерів.. Реалізується Британською Радою в рамках спільного проекту МОН та Світового банку «Удосконалення вищої освіти в Україні заради результатів» (з 2025 р. по теперішній час). 11) наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою); Згідно Додатку від 08.12.2019 р. до Договору №09-13/7 про спільну діяльність між Національним технічним університетом «Дніпровська політехніка» і Товариством з обмеженою відповідальністю «МаслоТрейд»: наукове консультування Компанії з дослідження медіавподобань споживачів на ринку мастильних матеріалів для аграрного сектору України. 12) Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій; 1. Куваєва Т. В., Захарченко Ю. С. Розроблення маркетингової стратегії підприємства на засадах клієнтоорієнтованості // Матеріали XV Міжнародної науково-технічної конференції аспірантів та молодих вчених «Наукова весна», 2025. – Секція: Маркетингові технології. Суспільні комунікації. Медіа студії. – С. 492.
--	--	--	--	--	--	--	---

							2. Пілова К.П., Куваєва Т.В., Маслова Д.С. Маркетингове дослідження впровадження дуальної форми вищої освіти: визначення інструментів маркетингових комунікацій. Маркетинг та логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 178-180с 3. Kuvaieva T., Pilova K. Effective sustainable value chain practices for metallurgical industry performance improvement / Tetiana Kuvaieva, Kateryna Pilova // Sustainable Production and Consumption in Industry: Challenges and Opportunities : collection of scientific papers / eds. A. Pavlychenko, L. Palekhova. Dresden, 2024. P. 45–50. 4. Куваєва Т. В., Пілова К. П., Шинкаренко Н. В. Дослідження факторів, що формують маркетингову діяльність релокованих підприємств // Маркетинг і логістика в системі менеджменту: виклики цифрової глобалізації : тези доповідей XV Міжнародної науково-практичної конференції, пам'яті професора Євгена Крикавського [Електронне вид.]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024. – С. 212. – Режим доступу: https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings, вільний. – Заголовок з екрана. – Мова укр. і англ. – ISBN 978-966-941-962-0. 5. Куваєва Т.В., Чурсіна Я.В., Юркова П.Р. Формування маркетингового алгоритму підвищення позицій закладу вищої освіти у міжнародних рейтингах. «Наукова весна» 2025:
--	--	--	--	--	--	--	---

							матеріали XV Міжнародної науково-технічної конференції аспірантів та молодих вчених, м. Дніпро, 26–28 березня 2025 р. с. 494 – 496. 6. Куваєва Т.В., Мекушкін В. Д. Особливості просування підприємств у сфері послуг в умовах цифровізації / Матеріали XVI Міжнародної науково-технічної конференції аспірантів та молодих вчених «Наукова весна» (Дніпро, 4 – 6 березня 2026 р.). Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. С. 598–599. 7. Куваєва Т.В., Черкасова М. В. Особливості поведінки споживачів на ринку дитячого харчування: поєднання раціональних та емоційних факторів / Матеріали XVI Міжнародної науково-технічної конференції аспірантів та молодих вчених «Наукова весна» (Дніпро, 4 – 6 березня 2026 р.). – Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. С. 599-600 14) Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету / журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком / проблемною групою; керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних, Всеукраїнських мистецьких конкурсів, фестивалів та проєктів, робота у складі організаційного комітету або у складі
--	--	--	--	--	--	--	---

							журі міжнародних, всеукраїнських мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проєктів (для забезпечення провадження освітньої діяльності на третьому (освітньо-творчому) рівні); керівництво здобувачем, який став призером або лауреатом міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів, віднесених до Європейської або Всесвітньої (Світової) асоціації мистецьких конкурсів, фестивалів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі зазначених мистецьких конкурсів, фестивалів); керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Паралімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України; виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту; виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань; керівництво спортивною делегацією; робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу; Керівник наукового гуртка «Еврика маркетингу» з 2019 Патинок Ксенія – Міжнародний конкурс студентських наукових робіт зі спеціальності 073 Менеджмент, 2025 Бовсунівська Юлія – диплом II ступеня Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт з маркетингу, 2025 р. 19) Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях; Дійсний член Української асоціації
--	--	--	--	--	--	--	--

							маркетингу (свідоцтво №316). Член Дніпровського Регіонального Представництва Індустріального Гендерного Комітету з Реклами, експерт 20) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності) Член групи медіапідтримки ГО “Альянс українських університетів” з 2023 – по теперішній час Начальник відділу маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» з 18.01.2021 р. по 31.08.2024 р.
392014	Пилипенко Ганна Миколаївна	професор, Сумісництво	Фінансово-економічний факультет	Диплом спеціаліста, Київський державний університет ім. Т. Г. Шевченко, рік закінчення: 1996, спеціальність: політична економія, Диплом доктора наук ДД 001512, виданий 25.01.2013, Диплом кандидата наук КН 010656, виданий 30.05.1996, Атестат доцента ДЦ 000976, виданий 01.12.2000, Атестат професора 12ПР 009610, виданий 26.06.2014	26	Ф7 Методологія та організація економічних наукових досліджень	Освітня кваліфікація Вища освіта Київський державний університет ім. Т.Г. Шевченка, 1990, спеціальність: – політична економія, кваліфікація: економіст, викладач політичної економії, УВ №733641 від 18 червня 1990 р. Науковий ступінь кандидат економічних наук, 08.01.01 – політична економія, Тема: «Рівновага споживчого ринку: політекономічний аспект», КН №010656 від 30.05.1996 р., Вища атестаційна комісія України доктор економічних наук, 08.00.01 – економічна теорія та історія економічної думки, Тема: «Інституціональні фактори співвідношення державної та ринкової координації економічної діяльності», ДД № 001512 від 25.01.2013, Міністерство освіти, науки, молоді та спорту України Вчене звання доцент кафедри економічної теорії та основ підприємництва, ДЦ №000976 від 01.12.2000 р., МОН України професор кафедри економічної теорії та основ підприємництва, 12ПР

№ 009610 від
26.06.2014 р., МОН
України

Відомості про
підвищення
кваліфікації:
(найменування
закладу, вид
документа (свідоцтво,
сертифікат,
посвідчення, довідка)
тема, дата видачі,
кількість навчальних
кредитів (годин)

1. Технічний
університет Дрездена,
сертифікат. Тема:
«Digital Research» :
ознайомлення з
практиками
організації і
проведення наукових
досліджень в
Німеччині,
удосконалення
навичків планування
наукової діяльності,
підвищення рівня
знань та набуття
навичків щодо
презентації
результатів наукових
досліджень.,
11.10.2024 –
10.12.2024 р.
Сертифікат DR
2024212, 4 кредити
ECTS (120 год.).
2. Київський
національний
університет імені
Тараса Шевченка,
сертифікат, Тема:
«Вивчення досвіду
організації та
методичного
забезпечення процесу
викладання
дисциплін
«Мікроекономіка»,
«Макроекономіка»,
«Сучасні економічні
теорії», «Теорія
галузевих ринків»,
«Фірми, ринкові
структури та стратегії
у світовій економіці»;
ознайомлення з
особливостями
використання новітніх
навчально-
інформаційних
технологій у процесі
викладання
економічних
дисциплін та
опанування технології
їхнього застосування
при читанні лекцій і
проведенні
семінарських занять;
оволодіння досвідом
організації наукової
діяльності студентів-
економістів та
вивчення форм його
реалізації у
проведенні щорічних
міжнародних

							конкурсів студентських наукових робіт зі спеціалізації «Економіка та економічна політика», круглих столів з актуальних проблем економічної теорії та всеукраїнської студентської олімпіади з навчальної дисципліни «Економічна теорія». 21.02.2022 – 29.04.2022 р., Сертифікат № 056169 8. 4 кредити ECTS (120 год. аудиторної роботи (у т. ч. дистанційно). 3. Державний університет економіки та технологій (Україна), Rezekne Academy of Technologies (Латвія), University of Zielona Góra (Польща), YTL Energy & Engineering LTD (Турція), Сертифікат ID 22914063. Тема: «Глобальні та регіональні прориви у розвитку територій; наука і технології у сфері навколишнього середовища», 16.05.22 – 30.05. 2022 р., 6 кредитів ECTS (180 год.). 4. НТУ «Дніпровська політехніка», Естонський центр міжнародного розвитку, Таллінський університет (Естонія), сертифікат 32-09/11-2024. Тема: «Створення культури партнерства та розвиток спільних місцевих продуктів для підвищення експортної спроможності малого бізнесу на прифронтових та прикордонних сільських територіях», 09.11.2024 р., 1 кредит ECTS (30 год.). 5. Державний торговельно-економічний університет (м. Київ), сертифікат. Тема: ознайомлення з методикою викладання дисципліни «Теорія галузевих ринків», поглиблення знань у сфері сучасної інноваційної конкуренції, підвищення рівня знань та набуття навичок побудови
--	--	--	--	--	--	--	---

						інноваційних стратегій компаній на глобальних ринках високотехнологічної продукції, опанування методикою виміру ринкової влади у вертикально-інтегрованих структурах. 25.01.2025 – 20.05.2025 р. Сертифікат VIC 207, 6 кредитів ECTS (180 год.). Досягнення у професійній діяльності: 1) наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1. Prokhorova V., Emelianov O., Koleshchuk O., Pylypenko H., Pylypenko Yu. (2025). A methodological approach to assessing the parameters of technological change impact on the economic sustainability of enterprises. Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu. №4. Pp. 227 – 236. https://doi.org/10.33271/nvngu/2025-4/227 (Scopus). 2. Prushkivska E., Pylypenko Yu., Tkachuk A., Pylypenko H., Los V. Post-industrial transformations of society and their impact on the employment structure. Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu. 2025. № 5. С. 177 – 187. https://doi.org/10.33271/nvngu/2025-5/177 (Scopus). 3. Пилипенко Г.М., Федорова Н.Є. (2026). Адаптивна ефективність інституційного середовища України в контексті технологічних викликів. Економічний вісник Дніпровської політехніки. №1. С. 9–29. https://doi.org/10.33271/ebdut/93.009 4. Пилипенко Г.М., Федорова Н.Є. (2026) Архітектоніка
--	--	--	--	--	--	--

							трирівневої моделі адаптивної ефективності інституційного середовища: теоретичні засади та структурна логіка. Інноваційна економіка. №1. С. 44–55, https://doi.org/10.37332/. 5. Pylypenko H., Fedorova N., Lytvynenko N., Pylypenko Yu. (2025). Breakthrough technologies of social transformations: devising an identification methodology. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, Volume 2, №13 (134). Pp. 15 – 27. https://doi.org/10.15587/1729-4061.2025.326555. (SCOPUS). 6. Пилипенко Г. М., Ржавін О.Є. (2025). Поняття проривних інновацій у науковому дискурсі економічної науки. Бізнес-Інформ. №3. С. 13–22. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-3-13-22 7. Пилипенко Г. М., Герасименко Т. В., Гузенко І. Ю. (2024). Інноваційні моделі діяльності підприємств у глобальних ланцюгах створення вартості. Економічний вісник Дніпровської політехніки. №1. С. 65–74. https://doi.org/10.33271/ebdut/85.065 8. Пилипенко Г. М., Пилипенко Ю.І., Юденко В. І., Юденко В. В. (2024). Методологічний аспект дослідження феномену «креативна корпорація». Економічний вісник Дніпровської політехніки. №4. С.26–33. https://doi.org/10.33271/ebdut/88. 9. Пилипенко Г. М., Гузенко І. Ю. (2024). Методологічний дискурс глобальної економіки. Економічний вісник Дніпровської політехніки. №2. С.86–92. https://doi.org/10.33271/ebdut/86.086 10. Пилипенко Г. М., Литовка В. А. (2023).
--	--	--	--	--	--	--	--

Методологічні передумови дослідження корпоративної культури міжнародних компаній. Економічний вісник Дніпровської політехніки. №2. С. 9–15.
<https://doi.org/10.33271/ebdut/82.009>

11. Пилипенко Г. М., Герасименко Т. В., Литвиненко Н. І. (2023) Глобальні тенденції міжнародного руху капіталу. Бізнес-Інформ. №10. С. 31–37.
<https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-10-31-37>

12. Pylypenko H., Pylypenko Yu., Dubiei Yu. Solianyk L., Pazynich Yu., Buketov V., Smoliński A., Magdziarczyk M. (2023). Social capital as a factor of innovative development. Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity. Vol. 9, Issue 3. 100118
<https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100118>. (SCOPUS).

13. Пилипенко Г.М., Смесова В.Л., Безугла Л.С., Бондаренко Л.А. (2023). Теоретико-методологічні аспекти визначення якості послуг у туристичному бізнесі. Економічний вісник Дніпровської політехніки. №1. С. 150–157.
<https://doi.org/10.33271/ebdut/81.150>

14. Смесова В., Іванова М., Пилипенко Г., Безугла Л. (2023). Якість туристичних послуг як основа розвитку міжнародного туризму. Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка, № 16 (32).
[https://doi.org/10.33296/2707-0654-16\(32\)-14](https://doi.org/10.33296/2707-0654-16(32)-14).

15. Пилипенко Г. М. (2022). Економічний та соціологічний підходи до аналізу ринкової поведінки економічних суб'єктів. Економічний вісник Дніпровської політехніки. №2. С. 9–16.
<https://doi.org/10.33271/ebdut/78.009>.

							16. Литвиненко Н. І., Пилипенко Г. М. (2022). Мікроекономічні засади дослідження концентрації галузевих ринків. Економічний вісник Дніпровської політехніки. №1. С. 9–14. https://doi.org/10.33271/ebdut/75.009. 17. Pylypenko H. M., Herasymenko T. V. (2022). Reasons and dynamics of reshoring in the European Union and USA. Економічний вісник Дніпровської політехніки. №4. С. 34–41. https://doi.org/10.33271/ebdut/80.034. 18. Безугла Л. С., Пилипенко Г. М., Бондаренко Л. А. (2022). Імплементация управління якістю в туристичному підприємстві. Інновації та технології в сфері послуг і харчування №1(5). С. 33–38. https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(5).2022.6 19. Пилипенко Г. М. (2021). Моделі контрактної поведінки в контексті теорії галузевих ринків. Економічний вісник Дніпровської політехніки. №3. С. 9–16. https://doi.org/10.33271/ebdut/75.009 20. Pylypenko H., Pylypenko Yu., Prokhorova V., Mnykh O. & Dubiei Yu. (2021). Transition to a new paradigm of human capital development in the dynamic environment of the knowledge economy. Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu. № 6. С.142–148. https://doi.org/10.33271/nvngu/2021-6/170 (SCOPUS). 3) наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на
--	--	--	--	--	--	--	---

							кожного співавтора): 1. Пилипенко Г.М., Пилипенко Ю.І. Економічна теорія. навчальний посібник. Дніпро : НТУ «ДП», 2022. 196 с. 2. Пилипенко Г.М. Фірми, ринкові структури та стратегії у світовій економіці: навчальний посібник. Дніпро : НТУ «ДП», 2023. 104 с. 3. Історія економічних вчень : підручник / ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України» ; за ред. д-рів екон. наук В. В. Небрат, Ю. Є. Петруні, В. М. Тарасевича. – Вид. 3-тє, допов. і перероб. К., 2024. 356 с. 4) наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/робочих програм, інших друкованих навчально- 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Методологія та організація економічних наукових досліджень» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг. Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Дніпро: НТУ «ДП», 2026. 15 с. (Розробник Пилипенко Г.М.). 2. Силабус навчальної дисципліни «Методологія та організація економічних наукових досліджень» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг. Нац. техн. ун-т. «Дніпровська
--	--	--	--	--	--	--	--

							політехніка», каф. маркетингу. Дніпро: НТУ «ДП», 2026. 9 с. (Розробник Пилипенко Г.М.). 3. Пилипенко Г.М. Дистанційний курс з дисципліни «Методологія та організація економічних наукових досліджень» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг, 2026 рік. URL: https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7178 4. Пилипенко Г.М. Методологія та організація економічних наукових досліджень [Електронний ресурс] : методичні рекомендації для практичних занять з дисципліни «Методологія та організація економічних наукових досліджень» для здобувачів ступеня магістра освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка» / Г. М. Пилипенко ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро : НТУ «ДП», 2025. 14 с. 6) наукове керівництво (консультування) здобувача, який одержав документ про присудження наукового ступеня; 1. Литовка В.А. доктор філософії, 051 «Економіка». Тема: «Трансформація корпоративної культури підприємств металургійної промисловості в умовах інноваційного розвитку». 2024. 31.01.2024. Н24. 001013, 20.02.2024. 7) участь в атестації наукових кадрів як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради, або члена не менше трьох разових
--	--	--	--	--	--	--	---

							спеціалізованих вчених рад: 1. Офіційний опонент дисертації на здобуття ступеня доктора філософії Шемахіної Ірини Вадимівни за спеціальністю 051 – економіка, тема дисертації: «Конвергентно-дивергентний розвиток трансформаційних економік в умовах глобалізації», 21.12.2023, Н 24, 000098, 15.01.2024. 2. Офіційний опонент дисертації на здобуття ступеня доктора філософії Заваженка Андрія Олександровича за спеціальністю 051 – економіка, тема дисертації: «Інституційні дисфункції розвитку економічних систем», 9.05.2024, Н24, 002404, 03.06.2024. 3. Голова постійної спеціалізованої вченої ради Д.08.080.01 при НТУ «Дніпровська політехніка» за спеціальністю 08.00.01 – економічна теорія та історія економічної думки з 2019 року до теперішнього часу. 8) виконання функцій (повноважень, обов’язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах: 1. Головний редактор фахового видання «Економічний вісник Дніпровської політехніки» з 2013 року до 04.02.2025. 2. Член редколегії фахового видання «Економічний вісник Дніпровської політехніки» з 2013 року до теперішнього часу. 3. Член редакційної колегії видання, що індексується в Scopus,
--	--	--	--	--	--	--	--

							«Науковий вісник Національного гірничого університету» з 2019 р. до теперішнього часу. 12) наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій; 1. Пилипенко Г.М., Ржавін О.Є., Юденко В.І. Відкриті інновації як бізнес-модель сучасних інноваційних компаній – 2025: Тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком економічного середовища в умовах глобальних трансформацій». 06–07 лютого 2025 р. Харків : ХНУ ім. І. Каразіна, 2025. С. 226–228. 2. Пилипенко Г., Пилипенко Ю., Дубей Ю. Когнітивні аспекти інноваційного розвитку підприємств – 2024: Матеріали III Міжнародного форуму «Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління» (EFBM'2024) «Від відновлення до зростання». 21–24 травня 2024 р. Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2024. С. 99–102. 3. Пилипенко Г., Герасименко Т., Федорова Н. Постіндустріальні тенденції розгортання інноваційних процесів у глобальних ланцюгах створення вартості – 2024: Тези доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Економіка в умовах цифрової трансформації: перспективи розвитку в XXI столітті». 16 травня 2024 р. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. С. 340–345. 4. Пилипенко Г., Герасименко Т. Трансформації
--	--	--	--	--	--	--	---

							глобального середовища функціонування міжнародного бізнесу. – 2023: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком економічного середовища в умовах глобальних трансформацій». 21 – 25 травня 2023 р. Харків: УІПА, 2023 р. С.317– 319. 5. Пилипенко Г. М., Юденко В. І. Роль культурних індустрій у розвитку креативної економіки – 2023: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Інновації для відродження: національний, регіональний, міжнародний контекст». 12 –13 жовтня 2023 р. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. С.133–136. 15) керівництво школярем, який зайняв призове місце III–IV етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з базових навчальних предметів, II–III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів – членів Національного центру “Мала академія наук України”; участь у журі III–IV етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з базових навчальних предметів чи II–III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів – членів Національного центру “Мала академія наук України” (крім третього (освітньо-наукового/освітньо-творчого) рівня) Участь у журі III етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Національного центру «Мала академія наук України» Секція «Макроекономіка та економічна політика»
--	--	--	--	--	--	--	--

							(6-8 травня 2025 р., м. Київ) та (16–17 травня 2026 р., м. Київ) 19) діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях; 1. Член Української асоціації європейських студій з 21.10.2022 (протокол №1) – до теперішнього часу. 2. Член Всеукраїнської асоціації економістів-міжнародників з 2026 року (сертифікат №1793 від 26.02.2026)
347906	Касян Сергій Якович	професор, Основне місце роботи	Фінансово-економічний факультет	Диплом спеціаліста, Український державний хіміко-технологічний університет, рік закінчення: 1998, спеціальність: 0501 Економіка підприємства, Диплом магістра, Запорізький національний університет, рік закінчення: 2026, спеціальність: 075 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 000348, виданий 10.11.2011, Атестат доцента 12ДЦ 038143, виданий 03.04.2014	19	С1 Маркетинг стартап-проектів	Освітня кваліфікація: Вища освіта Український державний хіміко-технологічний університет, 1998, спеціальність - економіка підприємства, кваліфікація - економіст, НР №10467621 від 08.06.1998 р.; Запорізький національний університет, 2026, спеціальність - Маркетинг, кваліфікація – магістр маркетингу, М26 №017929 від 28.02.2026 р. Науковий ступінь Кандидат економічних наук, 08.00.04 – економіка та управління (за видами економічної діяльності), Тема: «Управління ресурсами промислового підприємства», ДК № 000348, 10.11.2011 р. МОН України. Доктор економічних наук, 08.00.04 – економіка та управління (за видами економічної діяльності), Тема: «Маркетингове забезпечення комунікаційних та логістичних процесів з впровадження енергозберігаючих технологій на підприємствах», ДД № 014414, 28.04.2026 р. МОН України Вчене звання Доцент кафедри маркетингу, 12ДЦ №038143 від 03.04.2014 р., МОН України.

								Відомості про підвищення кваліфікації: 1. Сумський державний університет, сертифікат, Тема: «Інституційна культура академічної доброчесності: національний досвід та кращі практики ЄС». № 101048055-25104 від 25.05.2022 р. 6 годин / 0,2 кредити ЄКТС. 2. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, UNICHECK. Сертифікат, Тема: «Форум академічної доброчесності», № 4096 від 04.10.2022 р. 3 години / 0,1 кредити ЄКТС. 3. University of Latvia. Faculty of Social Science. Certificate, Continuing Education Programme. European Union Studies – Foreign Affairs, nr 047221, 01.09.22 – 01.12.22. 12 ECTS cred. 4. Technische Universität Dresden, Deutschland, UE. Certificate, Professional Development Online Training Course “DIGITAL TEACHING” within of the International Project “Establishment of German-Ukrainian University Network for Securing Successful Education in Ukrainian Universities in Time of War and Crisis”, DAAD. Nr DT2022098, 18.10.22 – 14.12.22, 3 ECTS cred. 5. ВГО «Інноваційний університет», Офіс підтримки вченого. Гол. Олеся Ващук. Сертифікат № 1213. Спікер курсу підвищення кваліфікації «Бренд науковця у цифровому світі». 21-27 листопада 2022 р. Дата видачі: 05.12.2022 р. 30 годин / 1,0 кредит ЄКТС. 6. Проєкт “HIVE «Інновації ЗВО для підтримки розвитку підприємництва» / HEI Innovation for Knowledge Intensive Entrepreneurship, що фінансується Європейським інститутом інновацій і технологій ЄС / The
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							European Institute of Innovation & Technology, EIT, Програмою ЄС Горизонт Європа 2021-2027 у НТУ «Дніпровська політехніка». Термін проєкту: 01.01.2023 р. – 31.12.2024 р. Провідний виконавець, член робочої групи з реалізації проєкту, експерт з маркетингу стартап-проєктів та маркетингового просування. Наказ по НТУ «ДП» №183 а.-г. від 09.08.2023 р. «Про реалізацію грантового проєкту HIVE». Експерт з маркетингу стартап-проєктів, відповідальний за організацію маркетингової комунікаційної політики команди, ментор і учасник курсу “Entrepreneurship: Turning ideas into business”. Module III “Launching a start-up”. Термін: 01.1.2023-30.06.2024. Сертифікати: HST Nr. 40-2122-2023, HST Nr. 83-2122-2023, HST Nr. 22-2324-2024. 198 годин / 6,6 кредити ЄКТС. 7. ВГО «Інноваційний університет», Українська наукова діаспора, Fondation Maison des Sciences de L’Homme. Міжнародна літня школа підвищення кваліфікації «Інноваційні підходи до викладання і навчання». Модулі: - Імерсивні технології в навчанні: відкриття нових горизонтів, - Гейміфікація в освіті, - Інновації у викладанні, - Інструменти Open Science у навчанні фахівців. 240 годин / 8 кред. ЄКТС. Період: 27.06-25.10.2024, м. Київ, Шацьк. Сертифікат № 2041. 8. Проєкт «Інноваційний університет і лідерство»: навчання та мікропроєкт: VII фаза: Моделі і стратегії розвитку університетів, Warsaw University, Факультет “Artes Liberales”, Instytut Artes Liberales Fund; Проєкт фінансований
--	--	--	--	--	--	--	--

							Міністерством науки та вищої освіти Польщі, ЄС. Nr 4441/XI/24 Трьохтижневий тренінг, консультації з експертами, результати групової роботи. 120 годин, 4 кредити ЄКТС. Міжнародний фонд досліджень освітньої політики, Спілка ректорів ЗВО України. 12.XI. – 29.XI.2024. Сертифікат. 9. Онлайн мовний курс “English for Innovation and Smart Solution”. Розширення знань англійської граматики, розвиток словникового запасу, розуміння та комунікативних навичок в академічному та професійному середовищі, пов'язаному з галуззю розумних рішень. Мовний курс відповідає стандартам Common European Framework of Reference (CEFR). Пропонується в рамках Міжнародного проекту “Establishment of German-Ukrainian University Network for Securing Successful Education in Ukrainian Universities in Time of War and Crisis” за підтримки Німецької служби академічних обмінів (DAAD) за Програмою фінансування “Ukraine digital: Ensuring academic success in times of crisis, 2025”. Technische Universität Dresden. Deutschland. Deutscher Akademischer Austauschdienst. 60 годин / 2,0 кредити ECTS. 03.III - 30. VI.2025. Сертифікат № LCE 2025006. 10. Курс «Крок за кроком: українська для життя» у межах проєкту «Реінтеграція ветеранів та ветеранок війни через створення освітніх можливостей: свої для своїх». Lifelong Learning Centre. Проєкт реалізується DVV International в Україні. За фінансової підтримки Федерального Міністерства закордонних справ Німеччини. Deutsche
--	--	--	--	--	--	--	---

							Zusammenarbeit. Співпраця з Німеччиною. ГО «Центр освіти впродовж життя». 32 години / 1,0 кредит ECTS. 07.VII - 23.VII.2025. Сертифікат №13 11. Курс «Конкурентоспромож- ність Європи в новій глобальній економіці». Міжнародний проєкт Еразмус+ Модуль Жан Моне No IO1176059 – EU COMPET – ERASMUS- JMO2024-HEI-TCH- RSCH. Alfred Nobel University. Co funded by the European Union. 120 годин / 4 кредити ЄКТС. 01.IX.2025 – 24.XI.2025. Сертифікат №5973 від 24 листопада 2025 р. 12. Міжнародна навчальна програма Deep Tech Talent Initiative (DTTI): базові концепції штучного інтелекту та програмування у площині підприємництва та управління проектами. Європейський інститут інновацій і технологій, компанія Intel. ГО “Junior Achievement Ukraine”. Funded by the European Union. Навчальна програма зі штучного інтелекту. Проект DTTI (The Deep Tech Talent Initiative) Action in Food. 12 годин. 01.IX.2025 – 23.X.2025. Сертифікат №JA-20252261 від 23 жовтня 2025 р. Ментор команди студентів. 13. Підвищення кваліфікації на тему «Новітні інструменти розроблення та впровадження інтерактивних онлайн-курсів в освітній процес». Інститут підвищення кваліфікації ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет». 30 годин / 1 кредит ЄКТС. 08.12.2025 – 15.12.2025. Свідоцтво №КПК 663 від 05.01.2026 р. 14. Тренінговий курс Стійкість у часи нестійкості: INNOвації розвитку. ВГО «Інноваційний
--	--	--	--	--	--	--	--

							університет», Департамент суспільних комунікацій КМДА. 21.04.2026-01.05.2026. 3 кредити ECTS (90 годин), Спікер, тема «Бренд-щит у часи нестійкості». Сертифікат № 3491. Досягнення у професійній діяльності 1) наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection; 1. Dziuba Radosław, Kasian Serhii, Shebanov Oleksii, Gusak Natalia. Creative technologies and tools of international media communications as components of effective media support for innovative projects / Креативні технології та інструменти міжнародних медіакомунікацій як компоненти ефективної медіапідтримки інноваційних проектів. Ukraine, Lviv, Bulletin of Lviv University: Series Economics. 2025. Issue 68. P. 147-157. DOI: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2025.68.o.6804. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/13633, http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/13633/14104 ISSN 2078-6115 (Фахове видання, категорія Б, Index Copernicus) 2. Касян С. Я., Шаповал Д. Є. Інтеграція сталого розвитку в сучасні стратегії менеджменту для онлайн- просування товарів. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2025. №3(91). С. 57-66. URL: https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive?arh_article=1697, https://ev.nmu.org.ua/docs/2025/3/EV20253_057-066.pdf DOI:
--	--	--	--	--	--	--	---

<https://doi.org/10.33271/ebdut/91.057> ISSN 2709-6459 (Фахове видання, категорія Б, Index Copernicus)
 3. Касян С. Я., Шебанов О. Б., Цюпа Г. О. Маркетинг сталого розвитку під час виведення нового товару на ринок. Економічний вісник Дніпровської політехніки. Національний технічний університет «Дніпровська політехніка». Дніпро. 2024. №2 (86). С. 140-148.
<https://ev.nmu.org.ua/docs/2024/EV20242.pdf> (фахове видання, категорія Б)
 4. Касян С., Куваєва Т., Гусак, Н., & Шаповал Д. (2025). Методологічні підходи до дослідження медіакомунікацій у супроводі інноваційних проєктів. Communications and Communicative Technologies, (25). С. 101-109.
<https://doi.org/10.15421/292512>. URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/282> (фахове видання, категорія Б)
 5. Bezuhla L, Koshkalda I, Perevozova I, Kasian S, Hrechanyk N. Marketing Management of the Regional Ecotourism Infrastructure. International Journal of Industrial Engineering & Production Research. IJIEPR. Iran University of Science and Technology. March 2022; Vol. 33 No.1: 1-11. URL: <http://ijiepr.iust.ac.ir/article-1-1370-en.html> Scopus. DOI: 10.22068/ijiepr.33.1.3 ISSN: 2008-4889
 6. Kasian Serhii, Shebanov Oleksii, Kolisnyk Larysa. Marketing tool in ensuring effective product promotion on the Ukrainian and global chocolate markets. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2023. Випуск 65. С. 240-249. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index>

						php/economics/issue/view/551, ISSN 2078-6115. DOI: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2023.65.0 (Фахове видання, Index Copernicus). 7. Kasian S., Shapoval D., Makarova Ye., Riabyk H. The eDnipro company's integration marketing communications complex aimed at ensuring sustainable development and ecological sustainability. Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет». 2024. №2. С. 70-78 https://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2024-2/Kasian.pdf (Фахове видання, категорія Б). 8. Касян С. Я., Колісник Л. О., Безвитний М.С. Маркетингові інструменти просування товарів в середовищі об'єднаних територіальних громад та районів України: інклюзивний контекст. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки». Розділ V. Теорії мікро-, макро-, регіональної та міжнародної економіки. No 62 (лютий, 2026). С. 583-589. DOI: https://doi.org/10.36074/grail-of-science.20.02.2026.060 ISSN 2710-3056 URL: https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/issue/view/20.02.2026/50 (Фахове видання, категорія Б, Index Copernicus) 9. Kasian Serhii, Zubchenko Nadiia, Svitenko Oleksandr, Chernysheva Olena. Characteristics of Developing Marketing Strategies and Legal Support for High-Tech IT Startup Projects. Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет». 2026.
--	--	--	--	--	--	---

№1. С. 325-335 URL: <https://ek-visnik.dp.ua/uk/arkhiv20026-1/> <https://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2026-1/Kasian.pdf> <http://dx.doi.org/10.32434/2415-3974-2026-23-1-325-335> (Фахове видання, категорія Б).

10. Касян С., Ізовіта А., Басараб Я. Маркетингові комунікаційні та юридичні складові формування брендів та просування стартап-проектів у сфері автосервісу. Україна, Львів, Вісник Львівського університету: Серія економічна. 2026. Випуск 70. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2026.70.0.7022> URL: <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/issue/view/688> <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/14259> <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/14259/14889> ISSN 2078-6115 (Фахове видання, категорія Б, Index Copernicus)

11. Kasian Serhii, Dziuba Radoslaw, Semesenko Maryna. International marketing support for the implementation of startup projects at a municipal enterprise / Міжнародна маркетингова підтримка реалізації стартап-проектів на муніципальному підприємстві. Україна, Львів, Формування ринкової економіки в Україні. 2026. Випуск 55. С. 73-84 DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/meu.2026.55.0> URL: <https://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/5256> <https://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/5256/5935> , <https://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/issue/view/439> ISSN: 2078-5860 (Фахове видання, категорія Б, Index Copernicus)

12. Касян С., Михайлишин Р.,

							Шевченко В. Організація маркетингу стартап-проектів компанії на ринках паливно-мастильних матеріалів. Україна, Дніпро, Економічний простір. 2026. Випуск 215. С. 253-259. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.215.253-259 URL: https://economicspace.pgasa.dp.ua/article/view/369586 (Фахове видання, категорія Б) 3) Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора): Колективні монографії: 1. Касян С., Ткаченко М., Сапінські А. Міжнародне маркетингове стратегічне планування, ціноутворення, комунікації у ході інтеграції освіти, науки і бізнесу. Інтеграція освіти, науки і бізнесу : монографія. Том 11 / за ред. А. В. Череп. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2022. С. 77-83 (0,48 друк. арк). 2. Литвин М. В., Касян С. Я. Інновації в діяльності університетів для наукомісткого підприємництва. Розділ 1. Українські університети і соціум: стратегії поєднання модернізаційних зусиль. Інноваційний університет і лідерство: проект і мікропроекти VI: колект. моногр. / Відповідальні редактори Т. Фініков, Р. Сухарські. Факультет Artes Liberales Варшавського університету (Польща), Міжнародний фонд досліджень освітньої політики (Україна). Польща, ЄС, Варшава : Fundacja „Instytut Artes Liberales”, 2024. 458 с. (С. 165–176) (0,65 друк. арк.).
--	--	--	--	--	--	--	--

							3. Азюковський О. О., Бардась А. В., Касян С. Я., Литвин М. В. Організація гібридного навчання: моделі, структура, специфіка та цифрові інструменти. Розділ 2. Гібридна освіта в XXI ст.: Основні моделі, тенденції розвитку та перспективи. Монографія Гібридна освіта: моделі, світові практики, українське впровадження. Укладачі: Т. Яцишин, І. Семенець-Орлова, С. Касян. Україна, Одеса : Олді+, 2023. С. 54-75 (348 с.). ISBN 978-966-289-802-6. URL: https://cutt.ly/KwJ2DG66 (1,35 друк. арк.). 4. Яцишин Анна, Акімова Тетяна, Касян Сергій, Ковальчук Олена, Махновський Сергій, Стефінін Володимир, Яцишин Теодозія. Розділ І. Міжнародна літня школа підвищення кваліфікації «Інноваційні підходи до викладання та навчання». Інноваційні підходи до викладання та навчання / Innovative Approaches to Teaching and Learning: монографія / Ін-т цифровізації освіти НАПН України; [колектив авторів ; ред. Яцишин А.В., Ковальчук О.]. Видано "ASPECT-PRO" LTD (Пловдив, Болгарія), 2025. С. 7-27. (126 с.) ISBN 978-619-92760-2-0. DOI: 10.62034/978-619-92760-2-0. Присвячено 10-тій річниці польсько-українського проєкту «Інноваційний університет та лідерство» та 5-тій річниці ВГО «Інноваційний університет». URL: https://e-books.guru/978-619-92760-2-0 (0,67 друк. арк.). 5. Касян Сергій, Пілова Катерина, Шинкаренко Наталія, Захарченко Юлія. Розділ V. Андрагогічні проблеми адаптації фахівців з маркетингу та шляхи їх вирішення. Інноваційні підходи до викладання та навчання / Innovative
--	--	--	--	--	--	--	---

							Approaches to Teaching and Learning: монографія / Ін-т цифровізації освіти НАПН України; [колектив авторів ; ред. Яцишин А.В., Ковальчук О.]. Видано "ASPECT-PRO" LTD (Пловдив, Болгарія), 2025. С. 55-60. (126 с.) ISBN 978-619-92760-2-0. DOI: 10.62034/978-619-92760-2-0. Присвячено 10-тій річниці польсько-українського проєкту «Інноваційний університет та лідерство» та 5-тій річниці ВГО «Інноваційний університет». URL: https://e-books.guru/978-619-92760-2-0 (0,29 друк. арк). 6. Університет 2030: модель розвитку. Інноваційний університет і лідерство: проєкт і мікропроєкти – VII. Міжнародний благодійний фонд «Міжнародний фонд досліджень освітньої політики», Fundacja „Instytut Artes Liberales” за загальною редакцією Тараса Фінікова та Сергія Федонюка; рецензенти: Анатолій Васильєв, ректор СумДУ (2004-2021) і Борис Гудзяк, президент УКУ. Науково-практичне видання. Колектив авторів Сімахова А.О., Шаульська Л.О., Махновський С.М., Касян С.Я. та ін. К.: Видавництво «Таксон», 2025. 116 с. ISBN 978-61-77072-002. (1,26 друк. арк). 7. Borkowski Stanislaw, Kasian Serhii, Shebanov Oleksii. Analysis of consumer behaviour, mediamanagement and mediamarketing in the energy markets of Poland and Ukraine. Behavioral marketing in the context of modern challenges: transformations, trends and prospects. Section 3. Digital transformation of the economy as a determinant of the behavioral marketing evolution. Collective monograph. Edited by
--	--	--	--	--	--	--	---

professor Nazar Hlynskyy. EU, Tallinn : Teadmus, 2025. P. 222-234 (708 p.). URL: <https://surl.li/uomcgw> ISBN 978-9916-752-53-1 (0,74 друк. арк).

8. Kasian Serhii. Challenges of implementing eco-digital strategies in educational institutions. Chapter 12. Digital Innovation and Sustainability in Education. Edited by Joanna Rosak-Szyrocka, Shashi Kant Gupta, Xin Zhao, and Markus A. Launer. Monograph Book. Elgaronline.com online platforms, Edward Elgar Publishing, Published: 09 Dec 2025. P. 231–251 (278 p). Collection: Sociology, Social Policy and Education 2025. Scopus. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781035359561.00020> URL: https://www.elgaronline.com/edcollchap/book/9781035359561/chapter12.xml?tab_body=abstract-copy1, <https://www.elgar.com/shop/gbp/digital-innovation-and-sustainability-in-education-9781035359554.html> Print ISBN: 9781035359554. eISBN: 9781035359561 (1,41 друк. арк).

9. Digital Marketing: Textbook / O. Chupryna, I. Arakelova, V. Tokareva, O. Zelenko, S. Kasian, S. Lytvynenko, Y. Popova, L. Horbach. Kasian S.: Chapter 2. Digital Marketing Processes, Strategies and Models; Chapter 9. Sustainability and Digital Marketing. Ukraine, Kyiv : Publishing House “Condor”, 2025. P. 26–45, 165–184 (304 p.). ISBN 978-617-8471-85-9 (2,9 друк. арк).

10. Маркетинг сталого розвитку в зовнішньоекономічній діяльності: навч. посіб. / кол. авт. ; відп. ред.: к.е.н., доц. В. В. Даценко; к.е.н., доц. С. Я. Касян; к.е.н., доц. В. Д. Хурдей. Україна, Дніпро : УМСФ ; ДДУВС, 2025.

							440 с. (серія «Митна політика»). DOI: https://doi.org/10.31733/978-617-560-080-1. ISBN 978-617-560-080-1 (27,5 друк. арк). 11. Cherniavska, T., Cherniavskyi, B., Zghurska O., Kasian, S., Nakonechna, K., & Mudra, Y. (2026). Reengineering of management processes for the restoration of transport and logistics infrastructure through image recognition and BIM-oriented remediation. In V. Lukin (Ed.), & V. Lukin, S. Kryvenko, F. Li, S. Abramov, V. Abramova, B. Kovalenko, I. Dohtiev, O. Arkhipov, N. Stojanović, B. Bondžulić, P. Mykhalichenko, T. Cherniavska, B. Cherniavskyi, V. Nadtochii, A. Nadtochyi, M. Korkh, Zghurska O., S. Kasian, K. Nakonechna, ... I. Kalinichenko, Pattern recognition in surveillance systems and diagnostics (pp. 73-101). Scientific Route OÜ®. Scopus. https://doi.org/10.21303/978-9908-845-05-0.ch3. URL: https://monograph.route.ee/rout/catalog/book/978-9908-845-05-0/chapter/155 (2,1 друк. арк). 4) наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг стартап-проектів» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5
--	--	--	--	--	--	--	---

						Маркетинг; уклад.: С. Я. Касян. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 19 с. 2. Касян С.Я. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг стартап-проектів» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг. [Електронний ресурс] : уклад.: С. Я. Касян. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 138 с. 3. Методичні вказівки до практичних робіт студентів із дисципліни «Маркетинг стартап-проектів» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг. Укладач: Касян С.Я. Д. : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 18 с. 4. Дисципліна «Маркетинг стартап-проектів» на платформі Moodle для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг; С. Я. Касян, https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=3808 8) виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання 2018-2025, що індексується в бібліографічних базах 1. Керівник Держбюджетної науково-дослідної роботи «Управління цифровим маркетингом і е-логістикою високотехнологічних і сервісних підприємств України», номер держреєстрації
--	--	--	--	--	--	--

						0120U102049 (01.01.2020-31.12.2022 рр.) 2. Керівник Держбюджетної науково-дослідної роботи Інструменти цифрового маркетингу та єврологістика на високотехнологічних і сервісних підприємства України у площині сталого розвитку (01.04.2024- 31.12.2026 рр.) 3. Член редакційного комітету Wrocław Economic Review, Editorial Committee Mariusz Dybał – subject editor – finance, Mateusz Machaj – subject editor – theory of economics. 2012- 2026 4. Член редакційного комітету Studenckie Prace Prawnicze, Administratywistyczne i Ekonomiczne, Uniwersytet Wrocławski, Editorial Board Dr Sergiusz J. Kasian. 2011-2026 5. Член наук. комітету Journal Archiwum Wiedzy Inżynierskiej, czasopismo wydawane w Katedrze Inżynierii Produkcji i Bezpieczeństwa, Wydział Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Poland. 2017-2026 6. Член наукового комітету Institute of Economic, Nicolaus Copernicus University, Torun, Poland: Research. 2018-2026 7. Kasian Serhii is the Reviewer of scientific articles of the scientific journal „Przegląd Europejski” (European Studies Quarterly), University of Warsaw, Faculty of Political Science and International Studies. 2022-2024 8. Член редколегії журналу: Вісник Львівського університету. Серія економічна, Львівський національний університет ім. Івана Франка. 2020-2026 9. Член редакційної колегії збірника наукових праць «Економічний простір», ДВНЗ «Придніпровська держ. акад. будівн. та архіт.». 2021-2026 (до лютого 2026)
--	--	--	--	--	--	--

							10. Член редакційної колегії збірника наукових праць «Економічний вісник Дніпровської політехніки», НТУ «Дніпровська політехніка». 2024-2026 (до лютого 2026) 11. Член редколегії журналу: Формування ринкової економіки в Україні, Львівський національний університет ім. Івана Франка. 2026. 9) робота у складі експертної ради з питань проведення експертизи дисертацій МОН або у складі галузевої експертної ради як експерта Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, або у складі Акредитаційної комісії, або міжгалузевої експертної ради з вищої освіти Акредитаційної комісії, або трьох експертних комісій МОН/зазначеного Агентства, або Науково-методичної ради/науково-методичних комісій (підкомісій) з вищої або фахової передвищої освіти МОН, наукових/науково-методичних/експертних рад органів державної влади та органів місцевого самоврядування, або у складі комісій Державної служби якості освіти із здійснення планових (позапланових) заходів державного нагляду (контролю): 1. Робота у складі галузевої експертної ради Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (28.08.2019 р. - 27.09.2022 р.) 2. Експерт Національного фонду досліджень, Україна. 01.X.2021 – до теперішнього часу. 10) участь у міжнародних наукових та/або освітніх проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність
--	--	--	--	--	--	--	--

							звання “суддя міжнародної категорії” 1. Міжнародний проєкт ERASMUS-JMO-2021HEI-TCH-RSCH101048055. “AICE With Academic integrity to EU values: step by step to common Europe”. Co-funded by the Erasmus+. Erasmus+ Jean Monnet Modules. Травень 2022 р. 2. Курс «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні» у рамках проєкту №620720EPP-1-2020-1-UAEPJMO-MODULE Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine (DIRUT) за підтримки Програми Erasmus+ ЄС, напрям Жан Моне. МОНУ. Запорізький національний університет. Термін навчання: 09 квітня – 11 червня 2022 р. Обсяг годин: 90 годин, з них 48 аудиторних (3 кредити). 3. Навчання у Польському університеті за кордоном / Polski Uniwersytet na Obczyźnie (PUNO) w Londynie, у Лодзьському університеті / Uniwersytet Łódzki (Poland) на післядипломних студіях зі спеціальності «Викладання польської мови як другої/іноземної», квітень 2022 р. - лютий 2023 р. 4. Проєкт “Підтримка енергомодернізації підприємств у воєнний час”, що впроваджується ГО «Міжнародна фундація розвитку», в рамках проєкту «Просування енергоефективності та імплементації Директиви ЄС про енергоефективність в Україні», що виконується Deutsche Gesellschaft für
--	--	--	--	--	--	--	---

							Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH за дорученням Федерального міністерства економічного співробітництва та розвитку Німеччини (BMZ) та співфінансуванням Державного секретаріату Швейцарії з економічних питань (SECO). Виконавець-експерт з маркетингу стартап-проектів. VII.2023-II.2024. 5. Міжнародний проєкт Жан-Моне 619910-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-PROECT «Академія досліджень ЄС для школярів та студентів» за Програмою Європейського Союзу Erasmus+ у Чорноморському національному університеті імені Петра Могили, 60 годин / 2 кредити ЄКТС. Напряму розширення професійних компетенцій «Формування громадянської компетентності учнівської молоді в сфері становлення права та інститутів ЄС». 20.IV.2024-18.V.2024. Ментор студентської команди. 6. Освітній захід Національний конкурс міжнародного проєкту EU4Youth «Відновлення через соціальне підприємництво», ГО «Junior Achievement Ukraine». Наставник міждисциплінарної студентської команди MarketingMediaVita, переможець онлайн-конкурсу - Півфінал проєкту, який переміг у Національному конкурсі. Термін: VI.2024. 7. Координатор і експерт проєкту «МедіаОрієнтир для освітян територіальних громад», що реалізований Міжнародним благодійним фондом «Академія Української Преси» спільно з Дніпропетровським обласним відділенням Малої Академії Наук України. Термін: 23.IX-30.XI.2024. 8. Проєкт Forderung
--	--	--	--	--	--	--	--

							von Energieeffizienz und Umsetzung der EU- Energieeffizienz-Richtlinie, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH GIZ Ukraine with the support of the German government. Надання підтримки для проведення 2-х тематичних навчальних поїздок, які відбулися у квітні-червні 2025 року в Києві, Ключовий експерт з Event-маркетинг, Маркетингу стартап-проектів. Тематика 2-х тематичних навчальних поїздок: Навчання для тренерів на тему «Встановлення теплових насосів», Навчальний семінар для тренерів на тему «Встановлення сонячних фотоелектричних систем». Проект «Сприяння енергоефективності та впровадженню Директиви ЄС про енергоефективність в Україні». Контракт з GIZ №: 83485886. 03.IV.2025-30.VI.2025. 9. Міждисциплінарний проект НТУ «Дніпровська політехніка» E-Formula з.о. Ментор, експерт з маркетингу стартап-проектів, відповідальний за маркетингове комунікаційне забезпечення команди E-Formula. 01.04.2025 – 05.06.2025. Сертифікат. 120 годин / 4,0 кредити ECTS. 10. Міжнародний проект № 2025/MG/UAiVET-10 «Підготовка успішного фахівця з сучасними професійними, цифровими, підприємницькими та екоорієнтованими компетентностями для поліграфічної галузі м. Києва», який впроваджується БО «Благодійний фонд «Людина» у партнерстві з Київським професійним коледжем інформаційних
--	--	--	--	--	--	--	---

							технологій та поліграфії за фінансової підтримки Європейського Союзу, Німеччини, Польщі, Данії та Естонії в межах Мультидонорської ініціативи Skills4Recovery, яка реалізується Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH та Solidarity Fund PL (SFPL). Курс «Підприємницька діяльність у поліграфії». Організація та проведення вебінарів з маркетингу кар'єри у поліграфічній індустрії. Організація та проведення конкурсу маркетингових ідей стартап-проектів для студентів. Експерт з маркетингу стартап-проектів, маркетинго-аналітик. 01.XII.2025-30.IV.2026. 11. Міжнародний проект «Розподілене енергопостачання: крок до енергетичної стійкості України». Проект GIZ Strengthening Urban Resilience (SUR). GIZ SUR energy capacity development project. Офіс GIZ WeDo. ГО «Міжнародна фундація розвитку»: Ключовий експерт з маркетингу - експертиза ринків, маркетингові дослідження, взаємодія з громадами, масштабування та просування стартап-проектів в енергетичній сфері, критична інфраструктура, ризики та сценарії. 16.12.2025 – 30.04.2026. 12. Міжнародний проект «Національна та локальні інформаційно-просвітницькі кампанії щодо переваг сталих агропродуктів і кліматоорієнтованого, стійкого та зеленого економічного розвитку «Green Talk: Живі історії сталого агровиробництва»», у межах регіонального Проєкту «Підготовка країн Східного партнерства до Європейського
--	--	--	--	--	--	--	---

							зеленого курсу (PROGRESS)», який фінансується Федеральним міністерством довкілля, захисту клімату, охорони природи та ядерної безпеки Німеччини Bundesumweltministerium у межах Міжнародної кліматичної ініціативи (IKI). Проект реалізується Консорціумом організацій під керівництвом Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. ГО «Міжнародна фундація розвитку»: Керівник проекту, ключовий експерт з маркетингу та медіакомунікацій - експертиза ринків, маркетингові дослідження, взаємодія з громадами, Event-маркетинг, PR, публічні комунікації, масштабування та просування стартап-проектів у сфері сталого виробництва. 01.03.2026 – до теперішнього часу 13. Міжнародний проект «Reintegration of Women Veterans in Ukraine», Saskatchewan Polytechnic (м. Саскатун, Саскачеван, Канада), ГО «Інформаційно-консультативний жіночий центр». Підготовка матеріалів та проведення презентації під час онлайн тренінгу «Цифрові інструменти викладача» для працівників ЦПТО ДСЗ. Термін: 09.06.2026-10.07.2026 р. 11) Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою): Наукове консультування Компанії з визначення складових моделі зворотного впливу людських
--	--	--	--	--	--	--	--

						цінностей (енергоощадності, екологічності) на формування комплексу маркетингових комунікацій та систем логістичного сервісу підприємства. Додаток від 08.12.2019 р. до Договору №0913/7 про спільну діяльність між Національним технічним університетом «Дніпровська політехніка» і Товариством з обмеженою відповідальністю «МаслоТрейд». 12) наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Kasian S., Mykhaylyshyn R., Svitenko O. Research on the company's strategic marketing activities in the Ukrainian it services market. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2025). Materials of the International Scientific Internet Conference. 7. Marketing in conditions of technological transformations (December, 2025). Scientific edition. Poland, EU: Bielsko-Biala: University of Economics and Humanities (WSEH). P. 255-257 (295 p.) [E-edition]. ISBN 978-83-63649-21-0. URL: https://surl.li/ktjvcv 2. Kasian S., Havrylenko N., Opalko V., Ptytsia N., Lytvynenko L. Innovative marketing in intelligence urban logistics systems. E3S Web of Conferences 616, 2nd International Conference on Renewable Energy, Green Computing and Sustainable Development (ICREGCSD 2025) 03014 (2025). Number of page(s) 10. Section Sustainable Development. E3S Web
--	--	--	--	--	--	--

Conf., 616 (2025)
03014 DOI:
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202561603014>
Published online 24
February 2025. E3S
Web of Conferences
eISSN: 2267-1242I.
CREGCSD 2025. The
Authors, published by
EDP Sciences. This is an
open access article
distributed under the
terms of the Creative
Commons Attribution
License 4.0
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
). URL:
<https://www.e3sconferences.org/articles/e3sconf/abs/2025/16/3sconfcregcsd202503014/e3sconfcregcsd202503014.html>

3. Dziuba Radosław,
Kasian Serhii.
Marketing approach to
formation of powerful
networking
communities of
European Universities,
the EU 2020 strategy.
Innovative solutions in
economics, business,
public communications
and international
relations: materials of
the V International
scientific and practical
Internet conference.
Editorial team:
Bocharov D.O.,
Chentsov V.V.,
Prymachenko D.V.,
Datsenko V.V. Ukraine,
Dnipro: University of
Customs and Finance,
2025. P. 250-251 (324
p.).

4. Borkowski Stanisław,
Kasian Serhii, Shebanov
Oleksii. Analiza
zachowania
konsumentów,
marketingu
innowacyjnego na
rynkach energetycznych
Polski i Ukrainy.
Сучасні тренди в
поведінковому
маркетингу: тези
доповідей V
Міжнародної науково-
практичної
конференції. Секція 1.
Типологія поведінки
споживачів на ринку
промислових товарів.
Україна, Львів, 6–7
листопада 2025 р.
[Електронне
видання]. Львів:
Видавництво
Львівської
політехніки, 2025. С.
6-7 (340 с.). Режим
доступу:
<https://science.lpnu.ua/uk/stpm/tezy-dopovidey> (укр.);

							https://science.lpnu.ua/stpm/proceedings (англ.), вільний. ISBN 978-966-994-097-1 5. Svitenko O.V., Kasian S.Y. Marketing strategic support for launching a new Startup-project on the IT market. Majesty of Marketing: Materials of the XXI International conference for the students and junior research staff. Responsible for publication: Head of the Department of Marketing Tetiana Kuvaieva. Edited by: Professor of Department of Marketing Serhii Kasian; PhD student of Department of Marketing Daniil Shapoval (Ukraine, Dnipro, 19 th of December 2025). Ukraine, Dnipro : Dnipro University of Technology, 2025. 6. Patynok K.Y., Kasian S.Y. International marketing support for startup projects focused on scaling socially responsible products. Majesty of Marketing: Materials of the XXI International conference for the students and junior research staff. Responsible for publication: Head of the Department of Marketing Tetiana Kuvaieva. Edited by: Professor of Department of Marketing Serhii Kasian; PhD student of Department of Marketing Daniil Shapoval (Ukraine, Dnipro, 19 th of December 2025). Ukraine, Dnipro : Dnipro University of Technology, 2025. 7. Shapoval D.Y., Kasian S.Y. Digital tools for managing startup-project business-modeling products in the sustainable development context. Majesty of Marketing: Materials of the XXI International conference for the students and junior research staff. Responsible for publication: Head of the Department of Marketing Tetiana Kuvaieva. Edited by: Professor of Department of
--	--	--	--	--	--	--	--

Marketing Serhii Kasian; PhD student of Department of Marketing Daniil Shapoval (Ukraine, Dnipro, 19 th of December 2025). Ukraine, Dnipro : Dnipro University of Technology, 2025. 8. Касян С.Я., Мекушкін В. Д., Шебанов О. Б. Міжнародний маркетинг високотехнологічної стартап-платформи Periodix та управління інтернет-магазином у площині просування товарів. B2B Marketing : зб. наук. пр. XIX Міжнар. наук.-практ. конф. Програмний комітет: Мельниченко А.А. (голова), Касян С.Я., Федорченко А.В. Україна, м. Київ, 30 квіт., 2026 р. [Електрон. ресурс] ; КПП ім. Ігоря Сікорського. Електрон. текстові дані (1 файл: 3,9 Мбайт). Україна, Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка». С. 99 (233 с.). URL: https://marketing.kpi.ua/wp-content/uploads/2026/05/zbirnyk-naukovyhraczb-b2b_2026.pdf 9. Касян Сергій, Світенко Олександр, Патинок Ксенія. Наук. кер. - професор Касян Сергій Якович. Маркетинг стартап-проєкту «Побудова 3D прототипу біонічного протезу верхньої кінцівки людини» / Marketing for the startup project “Building a 3D Prototype of a Bionic Upper Limb Prosthesis”. Програма XXXIII Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми функціонування господарської системи України» (22-23 травня 2026 року). Україна, Львів. ЛНУ імені Івана Франка. С. 33. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2026/05/Program_XXXIII_MNKSAMU_2026v2.pdf

							студентом, який зайняв призове місце на I або II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету / журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком / проблемною групою; керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Паралімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України; виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту; виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань; керівництво спортивною делегацією; робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу 1. Керівництво студенткою Зуб О.О., гр. 075-19-1, яка посіла I місце на I етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг», 2022 р. 2. Керівництво студенткою Ілляк А.А., гр. 075-21-1, яка посіла I місце на I етапі та пройшла до II етапу фіналу Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг», 2024 р. 3. MarketingMediaVita ментор міждисциплінарної студентської команди НТУ «Дніпровська політехніка»: студенти ОП «Маркетинг» Світенко С., Патинок К., Бикова
--	--	--	--	--	--	--	--

							О., Єгоров М., Федун Д., Ібаєва Т., участь у річному Startup Pre-Accelerator from ГО «Junior Achievement Ukraine», проєкт EU4Youth "Відновлення через соціальне підприємництво". Отримувачі гранту 2000 євро, присвяченого просуванню високотехнологічного стартап-проєкту "Побудова 3D прототипу біонічного протезу верхньої кінцівки людини". Розвиток стартап-проєкту, який пропонує соціальне рішення для людей з обмеженими можливостями, створюючи біонічні протези на основі інноваційних 3D-технологій, https://lnk.ua/P4pQALLOQ. Термін: III.2024-VI.2025. Сертифікат. 19) діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях 1. Член Української асоціації маркетингу України. Членський квиток №602 з 06.2021 р. до теперішнього часу. 2. Керівник Департаменту сприяння розвитку науково-освітнього співробітництва Україна-Польща, ГО SPACETIME, з 2019 р. до теперішнього часу. 3. Член ГО «Українська Асоціація дослідників освіти», з 01.2019 до теперішнього часу. 4. Заступник голови культурно-освітньої ГО «KROK PIERWSZY», з 01.2022 до теперішнього часу. 5. Член ГО «Українська Асоціація європейських студій», з 11.2023 до теперішнього часу. 6. Член ГО «Міжнародна Фундація розвитку», з 07.2023 до теперішнього часу. 7. Агент Офісу підтримки вченого Міністерство освіти і науки України, згідно з розпоряд. №6 з 01.09.2022 р. до теперішнього часу.
--	--	--	--	--	--	--	--

							8. Заступник Голови Офісу підтримки вченого Міністерство освіти і науки України. Сфери діяльності в Офісі підтримки вченого при МОН: грантова діяльність, маркетингове комунікаційне забезпечення просування бренду науковців і освітян. Проведення дослідження на базі опитування щодо проблем здобувачів вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня навчання та підготовка пропозицій щодо вдосконалення законодавства. Проведення аналізу рекомендацій ОЕСР у сфері наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності та надання рекомендацій щодо їх імплементції до законодавства України. з 01.04.2024 р. до теперішнього часу. 20) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності). - Фахівець з маркетингу та медіакомунікацій ВГО «Інноваційний університет», член Правління. Відповідальний за управління маркетинговими комунікаційними стратегіями Всеукраїнської громадської організації «Інноваційний університет». Організація та логістична підтримка івентів: Зимових і Літніх шкіл підвищення кваліфікації ВГО «ІУ». Презентація і просування бренду ВГО «ІУ». Посвідчення №19 з 12.12.2019 р. до теперішнього часу. - Експерт з маркетингу стартап- проектів, відповідальний за організацію маркетингової комунікаційної політики команди HIVE Horizon Europe
--	--	--	--	--	--	--	---

						2021-2027. 01.01.2023 – 30.06.2024. - Ментор міждисциплінарного проекту НТУ «Дніпровська політехніка» E-Formula 3.0. Експерт з маркетингу стартап-проектів, відповідальний за маркетингове комунікаційне забезпечення команди E-Formula. 01.04.2025 – 05.06.2025. - Якісний експерт-дослідник та член команди, проведення маркетингового дослідження, поглиблені інтерв'ю з організаціями громадянського суспільства в Україні, учасниками стартап-проектів. Представник i-APS USA в Україні. 01.12.2024 – 24.01.2025, 05.07.2026-по тепершній час - Маркетингове дослідження та оцінка можливостей і готовності до впровадження моделі ICOPE (Integrated Care for Older People) в Україні на замовлення міжнародної неурядової організації HelpAge International, USA. Інтерв'юєр, експерт з маркетингу представництва International Advisory, Products and Systems в Україні (i-APS Ukraine). 01.10.2025 - до теперішнього часу
--	--	--	--	--	--	---

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

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначено му стандартом вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання