



НАЦІОНАЛЬНЕ
АГЕНТСТВО
ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"
Освітня програма	28976 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

Використані скорочення:

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

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	104
Повна назва ЗВО	Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"
Ідентифікаційний код ЗВО	02071180
ПІБ керівника ЗВО	Сокол Євген Іванович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	www.kpi.kharkov.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/104>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	28976
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Доктор філософії
Тип освітньої програми	Освітньо-наукова
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	кафедра маркетингу
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Відділ аспірантури; кафедра «Філософія»; кафедра «Міжкультурна комунікація та іноземна мова»; вчений секретар НТУ «ХПІ»; науково-дослідна частина НТУ«ХПІ»; науково - технічна бібліотека НТУ «ХПІ»
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	Харківська область, Харків, Київський район, вулиця Кирпичова, 2; Поштовий індекс: 61002
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	не передбачає
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	відсутня
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	361246
ПІБ гаранта ОП	Райко Діана Валеріївна
Посада гаранта ОП	Завідувач кафедри
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	Diana.Raiko@khpri.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(067)-282-14-52
Додатковий телефон гаранта ОП	відсутній

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
очна денна	4 р. 0 міс.

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

Підґрунтям для розробки ОП «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» стало існування наукової школи НТУ «ХПІ» під керівництвом відомих вчених д.е.н., проф. Яковлева, д.е.н., проф. Перерви П.Г., д.е.н., проф. Заруби В.Я., а з 2019 р. і д.е.н., проф. Ілляшенка С.М. та спеціалізованої вченої ради з підготовки здобувачів на здобуття наукового ступеня кандидата/доктора економічних наук за спеціальностями 08.02.02–«Економіка та управління науково-технічним прогресом» та 08.00.04–«Економіка та управління підприємствами» під головуванням д.е.н., проф. Яковлева, д.е.н., проф. Перерви П.Г. Засновники, які стояли у витоків становлення теорії та практики маркетингу в Україні, були першими учасниками створення професійних об'єднань, головами її регіональних центрів, авторами перших навчальних посібників і наукових публікацій з маркетингу. За період 2003-2021 рр. НПП кафедри маркетингу захищено більш 27 дисертації саме за маркетинговою тематикою на базі існуючої підготовки аспірантів на здобуття наукового ступеня кандидата (к.е.н., доц. Мірошнік М.В. (2006), к.е.н., доц. Ларка Л.С. (2009), к.е.н., доц. Ткачова Н.П. (2012), к.е.н., доц. Романчик Т.В. (2012), к.е.н., доц. Чернобровкіна С.В. (2020) та доктора економічних наук (д.е.н., проф., Райко Д.В. (2012), д.е.н., проф. Косенко О.П. (2018), Шипуліна Ю.С. (2019), Ілляшенко Н.С. (2021). У рамках створення разової спеціалізованої вченої на здобуття доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» відбувся успішний захист здобувача Божкова Д.С. (2021) під керівництвом д.е.н., проф., професора кафедри маркетингу Шипуліної Ю.С. Все це дало поштовх до розвитку окремого наукового напрямку маркетингу і створенню кафедри маркетингу в НТУ «ХПІ» у 2022р., згідно наказу № 522 ОД від 26.11.2021р.

Підготовка докторів філософії з маркетингу в НТУ «ХПІ» вперше запроваджена згідно Наказу МОН України від 10.06.2016 №655, (перезатверджена у вересні 2019 р.). Останніми роками відбувається постійна модернізація ОП «Маркетинг» з урахуванням попиту, потреб ринку та вимог стейкхолдерів, затверджених Вченою радою Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» Протокол № 9 від 24.09.2021 р. У 2022 р. відбулось оновлення ОП у зв'язку з прийняттям стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН України від 07.04.2022 р. № 313 та рішенням вченої ради НТУ «ХПІ», від 27.05.2022, протокол №4. Основний фокус програми націлено на управління розвитком маркетингу та менеджменту (маркетингового менеджменту), як концепції управління підприємством для реалізації його власних економічних, соціальних і соціально - відповідальних інтересів, з виокремленням маркетингу – підґрунтям розвитку сучасного підприємства як відкритої соціально-економічної системи, тобто філософією бізнесу. До перегляду та оновлення ОП «Маркетинг» залучено міжнародну академічну спільноту, роботодавців, стейкхолдерів, здобувачів вищої освіти.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року	У тому числі іноземців
			ОД	ОД
1 курс	2023 - 2024	20	20	0
2 курс	2022 - 2023	3	3	0
3 курс	2021 - 2022	1	1	0
4 курс	2020 - 2021	0	0	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	5042 Маркетинг та права охорона інтелектуальної

	власності 3532 Маркетинговий менеджмент 4914 Рекламний бізнес 20613 Маркетингові дослідження 29398 Маркетинг 58944 Рекламний бізнес
другий (магістерський) рівень	29399 Маркетинг 3910 Маркетинговий менеджмент 3912 Маркетингові дослідження 17310 Рекламний бізнес 30573 Маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	28976 Маркетинг

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	282386	91582
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	282386	91582
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	0	0

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

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

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>ONP-075_2023 phd.pdf</i>	ARKsTup04zZP/4sqVCmdK7EN60wygnMSh1DlP9A8Vz0 =
Навчальний план за ОП	<i>NP-075-dok.fil-2023.pdf</i>	R+0D5sCg106PB1dYvj/HLn5Ff0NuHN5ccm80aQh8+r0 =
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>рецензенти (2).pdf</i>	lKIpcj0e48dxdpdShAoNRXq7i+8TZQU3KCin05k/UVpw =

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Метою ОНП «Маркетинг» (http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/12/ONP-075_2023.pdf), згідно Стандарту В0 2022 року, є підготовка докторів філософії з маркетингу, які володіють теоретичними знаннями критичного мислення та практичними навичками з розв'язання комплексних наукових проблем щодо функціонування та управління розвитком маркетингової діяльності підприємств, розробляють власні концепції дослідження з вивченням інноваційних рішень щодо маркетингу, як основи, що забезпечує гармонійний взаємозв'язок зовнішнього і внутрішнього простору підприємства, соціальних та економічних цілей його функціонування, здійснюють діагностику ринкового стану суб'єктів господарювання з урахуванням кількісних методів аналізу даних і прийняття стратегічних рішень, результати яких мають наукову новизну та практичне значення. Особливість ОНП полягає у виході за рамки загальних міжгалузевих аспектів маркетингу та націленні на підготовку фахівців не тільки для освітньо-наукового середовища, а й для реалізації практичної підготовки діяльності підприємства, у тому числі маркетингової, як соціально-економічної системи, з застосуванням сучасних методів та інструментів маркетингу, науково-дослідницькими проектами, впровадженням освітніх інформаційно-комунікаційних технологій та економіко-математичних методів з можливістю обговорення результатів наукових досліджень з подальшою їх публікацією у виданнях міжнародних, наукометричних баз даних.

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

Цілі ОНП «Маркетинг» (http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/12/ONP-075_2023.pdf) відповідають місії (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/ntu-hpi/miission/>) та стратегії розвитку НТУ «ХПІ» (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/ntu-hpi/strategichnyj-plan-rozvytku-ntu-hpi-na-2019-2025-roku/>), які визначені у «Стратегічному плані розвитку на 2019-2025 роки» щодо створення інноваційної освіти на основі якості та підготовки фахівців для формування системи партнерських відносин «університет – бізнес (промисловість, наукові організації) – держава» для забезпечення конкурентоспроможності.

Одним з принципів реалізації місії НТУ «ХПІ» є не тільки розвиток гармонійного процесу особистостей (здобувачів докторів філософії) через підготовку професіоналів, здатних комплексно поєднувати дослідницьку проектну та підприємницьку діяльність, за рахунок фундаментальних знань та результатів їх реалізації щодо забезпечення потреб підприємства через діючу співпрацю системи партнерства «університет (освіта та наука) – бізнес – держава» за рахунок спадкоємності науково-дослідних традицій та шкіл, а також забезпечення реалізації служіння широкому загалу суспільства, що і дозволяє впроваджувати подана на розгляд освітньо-наукова програма «Маркетинг».

Опишіть, яким чином інтереси та пропозиції таких груп заінтересованих сторін (стейкхолдерів) були враховані під час формування цілей та програмних результатів навчання ОП:

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

Інтереси здобувачів вищої освіти враховувались під час формування цілей та ПРН на ОНП шляхом проведення опитування, особистих співбесід зі здобувачами, публічних обговорень (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>) та досвіду НТУ «ХПІ» з підготовки здобувачів наукового ступеня кандидата/доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), щодо якої спеціальність 075 «Маркетинг» є спадкоємицею. Виявлено зацікавленість здобувачів щодо поглибленого розуміння теорії маркетингу, управління розвитку маркетингової діяльності підприємства. За пропозиціями здобувачки групи А-821 було внесено зміни щодо наповнення ОК ОНП щодо формування ПРН: у 2022, 2023 рр. запропоновано викладання дисципліни «Інноваційний маркетинг» (РН01,04,06), як інструменту сучасної маркетингової парадигми. В ОНП 2022, 2023, на відміну від попередніх ОНП, запропоновано новий концептуальний підхід до найсучасніших напрямів теорії та практик сучасного маркетингу з удосконаленням змісту обов'язкових та вибіркових дисциплін з відповідними ОК, націлений на підготовку фахівців для реалізації практичної підготовки з запровадженням освітнього проекту «Практикум з маркетингу в НТУ «ХПІ»» (2022 – 2023), з залученням вітчизняних, зарубіжних представників бізнес – спільноти, ЗВО до проведення майстер класів, гостьових лекцій, тренінгів (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketynгу/>)

- роботодавці

Щорічні зустрічі, громадські обговорення (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/gromadske-obgovorennya/>), проведення опитувань роботодавців (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>) з числа представників вітчизняних та зарубіжних підприємств (ТОВ «НВП Технологія», ТОВ «НТЦ «Екомаш», АВ InBev (Чехія), AUT01.com, (Німеччина); в рамках здійснення консультування міжнародних компаній AERO-IMMOBILIERE DE MANAGEMENT ET D'ENTREPOTS (Франція) та PROCOPTERE AVIATION (Франція) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robota/>) стейкхолдерів - ЗВО, професіоналів - практиків (МА Krasivo Group, PA Monya Gets (Кирило Нагорний), PA Defense (Яна Чумак), ФОП «Ігор Адашевский») (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spivpratsyu/>) дозволяють враховувати всі рекомендації під час розробки та удосконалення ОНП. Так, зокрема, акцентовано увагу на необхідності формування знань щодо аналізу ринкового стану суб'єктів господарювання, що і було реалізовано при викладанні «Діагностика маркетингової діяльності підприємства» (2022,2023 рр) (РН 02,06) та застосуванні методів дослідження, що і знайшло відображення у дисципліні «Кількісні методи в управлінні маркетингом» (2022,2023р) (РН 03,06,08) та практичні аспекти. Все це сформувало передумови додаткового оновлення ОНП, що відображає зв'язок між метою і основними задачами (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>).

- академічна спільнота

Взаємодія академічної спільноти провідних ЗВО України (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spivpratsyu/>), у тому числі з НТУ «ХПІ», залучення представників з міжнародних закладів освіти (Університет Мішкольц (Угорщина) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/mobilnist-personalu-za-erasmus/>), Магдебурзький Університет (Німеччина) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/mobilnist-personalu-za-erasmus/>), University of applied sciences Hochschule Zittau/Görlitz (Germany) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykli-onlajn-lektsij-globalnyj-marketynгу/>) та інших), з якими відбувається обговорення пропозиції щодо перегляду та модернізації ОНП. Робота над спільними науковими публікаціями (у тому числі у базі Scopus, науково-практичних конференціях

(https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/konf2023_1/)), науково-педагогічні стажування, в т.ч. і міжнародні, реалізація договорів про співпрацю (<https://web.kpi.kharkov.ua/emmb/mizhnarodni-zv-yazky/>) дозволяють враховувати сучасні досягнення шляхом впровадження у навчальний процес передових інноваційних технологій і методів навчання. Це сприяло запровадженню дисципліни «Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу» (PH04, 05) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>).

- інші стейкхолдери

При оновленні ОНП залучаються експерти, професіонали практики, в тому числі міжнародні. Так, при проведенні освітнього проєкту «Практикум маркетингу в НТУ «ХПІ» на тему «Project management foundation» за пропозицією product manager ABInBev м. Прага (Чехія) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/project-management-foundation-training/>) було запропоновано посилити компетентності щодо управління науково-дослідними проєктами (проєкт ОНП 2024 розміщено на сайті кафедри маркетингу) та менеджером з маркетингу в компанії AUTO1Group (Німеччина) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/gostova-lektsiya-04-03-2022/>) щодо акцентування на міжнародної комунікативної діяльності. Також проведення громадського обговорення (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/gromadske-obgovorennya/>) дозволило у 2023 році акцентувати увагу на розширенні переліку дисциплін «Організація та управління науково-дослідними проєктами сфери маркетингу» (проєкт 2024) (PH 02,06) та у дисципліні «Маркетинг у міжнародних ділових комунікаціях»(проєкт 2024)(PH07), що відображено у проєкті ОНП на 2024 року (Протокол №7 засідання методичної ради кафедри маркетингу НТУ«ХПІ»від 12.04.2023р.)

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

Цілі і завдання ОНП «Маркетинг» щодо освітньої та наукової складової постійно оновлюються з урахуванням сучасних тенденцій розвитку спеціальності та ринку праці за результатами обговорення з представниками ГО «УАМ» та «Об'єднання маркетологів України»(члени кафедри маркетингу НТУ «ХПІ» є головами Харківських осередків ГО) на засіданнях, зі стейкхолдерами на щорічних зустрічах, опитувань роботодавців, здійснення консультування міжнародних підприємств, прийняття участі у міжнародних науково-практичних конференціях, .реалізації освітнього проєкту «Практикум з маркетингу в НТУ «ХПІ»» (де обговорюються теоретичні та практичні аспекти підготовки з професіоналами-практиками маркетингових та рекламних агенцій, а також пропонуються бази проходження практики, зокрема, в ПА «Defense» (<http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/11/Marketynгова-agentsiya-Defans-tretij.pdf>), Літнє стажування в Money Gets (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/litnye-stazhuvannya-z-marketyngu-z-moneyj/>), ФОП Анопа А.С., ФОП Адашевський І.В.). В результаті чого відбувається коригування фокусу та особливостей особливостей ОНП, змісту підготовки, додаткових РН: для ОНП 2021, 2022, 2023 запропоновано, окрім педагогічної практики, проходить наукову (або виробничу) практику 2021 (PH 04,05,06,07), (2022, 2023)(PH01,02,04,05,06,09).

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

Згідно стратегії розвитку Харківської області 2012-2027 (<https://kharkivoda.gov.ua/oblasna-derzhavna-administratsiya/struktura-administratsiyi/strukturni-pidrozdili/717/102538>), яка є однією з промислових регіонів України, передбачено розвиток різних галузей, у т.ч. машинобудування, де управління підприємством вимагає реалізації функцій маркетингового менеджменту та застосування сучасних інструментів маркетингу через діючу співпрацю системи партнерства «університет (освіта та наука) – бізнес – держава» на основі того, що маркетинг є філософією бізнесу та підґрунтям щодо розвитку їх діяльності, має підтвердження мети, фокусу ОНП та сприяє врахуванню галузевого та регіонального контексту. Реалізація програмних результатів навчання досягається залученням стейкхолдерів підприємств малих та середніх підприємств різних галузей, у т.ч.машинобудівної галузі на прикладі ТОВ «НВП Технологія», ТОВ «НТЦ «Екомаш» та інших. Так, для ОНП 2022 щодо баз проходження наукової (або виробничої) практики (PH01,02,04,05,06,09) , залученням представників практики щодо реалізації освітнього проєкту «Практикуму з маркетингу в НТУ «ХПІ»» (підвищення рівня майстерності, тренінги, кейси) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>) та під час формування тематики наукових досліджень здобувачів вищої освіти щодо врахування специфіки суб'єктів господарювання та галузевої структури Харківського регіону (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/publikatsiyi-zdobuvachiv/>).

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

Під час формулювання цілей та РН ОНП було враховано досвід українських ЗВО, в яких проводиться підготовка докторів філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» у частині щодо особливостей підготовки, змісту та наповнення, структури навчальних планів, вибіркового блоків : національного університету « Львівська політехніка», Національного університету « Одеська політехніка» та іноземних ЗВО: University of Economics Varna (Bulgaria),,

Університету Мішкольц (Угорщина) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/mobilnist-personalu-za-erasmus/>), University of applied sciences Hochschule Zittau/Görlitz (Germany) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykli-onlajn-lektsij-globalnyj-marketynq/>). Саме під час вивчення досвіду європейських університетів акцент робився на програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між НТУ "ХПІ" та закладами освіти країн-партнерів (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/mizhnarodni-zv-yazki/erasmus/partnery/>) та врахування зарубіжного досвіду щодо формування інструментів управління підприємствами, що дозволяє побудувати управління підприємством на чітко визначеній системній основі, пропозиції віднесено до блоку вибіркових ОК «Формування маркетингових інструментів управління підприємством» ОНП (2022, 2023рр).

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

ОНП Маркетинг 2022, 2023рр. розроблено відповідно до стандарту вищої освіти третього (доктор філософії) рівня за спеціальністю 075 « Маркетинг», затверджений наказом МОН України від 07.04.2022 р. № 313, всі зазначені в ОП ЗК, СК та ППП відповідають компетентностям і результатам, регламентованим стандартом спеціальності 075 «Маркетинг». В ОНП наведено послідовність, яка знайшла відображення в структурно-логічній схемі підготовки здобувачів, відповідно до визначеної мети, основного фокусу програми та ОК. В матриці ОНП 2022, 2023 рр. представлено взаємозв'язок загальних та фахових компетентностей, що надає можливість досягти програмних результатів навчання за відповідними ОК ОНП 2022,2023 рр (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>).

ПРН01 – Інноваційний маркетинг, Маркетинг знань, практика педагогічна та практика наукова (виробнича);

ПРН02 – Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності , Діагностика маркетингової діяльності підприємства , Маркетинг знань ;

ПРН03 – Кількісні методи в управлінні маркетингом

ПРН04 – Інноваційний маркетинг, Маркетинг знань , Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу , практика педагогічна

ПРН05 – Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності , Представлення наукових результатів, Маркетинг знань, Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу, практика педагогічна, практика наукова (виробнича);

ПРН06 – Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності , Представлення наукових результатів, Інноваційний маркетинг, Діагностика маркетингової діяльності підприємства , Кількісні методи в управлінні маркетингом , практика педагогічна та практика наукова (виробнича);

ПРН07 – Іноземна мова для комунікації у науково-педагогічному середовищі, Маркетинг знань;

ПРН08 – Представлення наукових результатів, Кількісні методи в управлінні маркетингом;

ПРН09 – Іноземна мова для комунікації у науково-педагогічному середовищі , практика педагогічна

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?

Програмні результати ОНП навчання відповідають Стандарту ВО третього (доктор філософії) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженому наказом МОН України від 07.04.2022 р. № 313.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

52

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)?

36

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

16

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

ОНП « Маркетинг» відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування» та Стандарту спеціальності ВО. Об'єктом поданої ОНП є маркетингова діяльність, відмінністю якої є, взаємозв'язок між суб'єктами, які забезпечують ефективність життєдіяльності підприємства у процесі взаємодії підприємства з найвпливовішими суб'єктами внутрішнього та зовнішнього середовища, а саме: партнерами і споживачами. Зміст ОНП спрямовано на поглиблену підготовку докторів філософії маркетингу, здатних до проведення інноваційного наукового дослідження з проблем управління розвитком маркетингової діяльності на засадах глибокого переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики, оволодіння методологією наукової та педагогічної діяльності, проведення власних наукових дослідження, результати яких мають наукову новизну, практичне значення та пройшли апробацію.

Оскільки ОНП орієнтовано на підготовку фахівців з галузі управління та адміністрування, вона містить дисципліни із загальної теорії маркетингу, її сучасних аспектів та інноваційних технологій, а саме: інноваційний маркетинг, маркетинг знань, інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу; питання щодо аналізу даних та обліку управлінської діяльності, яка розкривається в дисциплінах: кількісні методи в управлінні маркетингом та діагностиці маркетингової діяльності підприємства. Перелік дисциплін дозволяє повністю оволодіти знаннями та практичними навичками для управління розвитком маркетингової діяльності підприємства та їх об'єднаннями у сучасних умовах, що відповідає об'єкту вивчення програми.

Теоретичний зміст предметної області розкривають такі дисципліни: Інноваційний маркетинг, Діагностика маркетингової діяльності підприємства, Маркетинг знань, Кількісні методи в управлінні маркетингом, Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу, Іноземна мова для комунікації у науково-педагогічному середовищі, Представлення наукових результатів; методи, методики та технології – Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності, Представлення наукових результатів, Кількісні методи в управлінні маркетингом, Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу; інструментарій – реалізація з Кількісних методів в управлінні маркетингом, забезпечується із використанням комп'ютерної аудиторії, мультимедійної аудиторії.

В процесі вивчення ОК здобуті теоретичні знання та навички щодо використання методів, сучасного інструментарію з розвитку маркетингової діяльності реалізуються в процесі проходження практики та написання дисертаційного дослідження Всі освітні компоненти ОНП враховано в навчальному плані, структурно-логічній схемі ОНП (http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/12/ONP-075_2023.pdf), змісту освітніх компонентів в силабусах дисциплін (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-phd/>).

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

Індивідуальна освітня траєкторія підготовки здобувача забезпечується через виконання як освітньої (дисципліни обов'язкового, вільного вибору), так і наукової складової (індивідуальний план (http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/10/PhD_Student_Plan_2023.pdf), де є освітня траєкторія здобувачів, визначаються зміст, строки виконання та обсяг наукових робіт, захисту дисертації.

Формування індивідуальної траєкторії здобувачів відбувається: ознайомлення аспіранта зі стандартом, ОНП, НП, «Положенням про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії» (https://drive.google.com/file/d/1TP1zm0bzR1pymt-Yjlt_als0F8uloLW_/view), силабусами навчальних дисциплін; обрання напряму наукового дослідження та керівника, індивідуального переліку дисциплін із переліку вибіркових дисциплін НП ОНП (передбачено 30% вибіркових компонентів від загальної кількості кредитів ЄКТС); апробації результатів дослідження, проведення педагогічної та наукової (або виробничої) практик, форм, методів та інструментів навчання та контролю; прийняття участі у розробці ОНП в складі робочої групи (http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/12/ONP-075_2023.pdf); прийняття участі: тренінгах (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>), у віртуальній академічній мобільності з експертом маркетингу з закордону (неформальна освіта) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykl-onlajn-lektsij-globalnyj-marketyng/>).

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

Процес вибору навчальних дисциплін: до прийому здобувачів відділ аспірантури оприлюднює комплект матеріалів довідкового характеру, складовими якого є перелік вибіркових дисциплін ОНП, силабуси до них та проводить збори першокурсників для роз'яснення вимог навчання. Здобувачі вільно обирають дисципліни для вивчення у третьому та четвертому семестрах та вносять їх до індивідуального плану після зарахування до аспірантури. Здобувачі мають можливість обрати дисципліни (<https://web.kpi.kharkov.ua/phd/zanyattya/katalog-sylabusiv-2021/vibirkovy-distsiplini/>): професійно-маркетингової спрямованості - третій семестр; розроблені для третього (освітньо-наукового) рівня навчання іншими кафедрами - четвертий

семестр. Дисципліни, розроблені для четвертого семестру іншими кафедрами університету, спрямовані, зокрема, на вивчення педагогіки; інформаційних технологій; математичних методів; авторського, патентного права; управління інтелектуальною власністю, управління науковими проєктами. У ОНП вибіркові навчальні дисципліни складають 30 % загального обсягу ОК (http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/12/ONP-075_2023.pdf). При щорічному перегляді ОНП, з урахуванням тенденцій ринку, думок стейкхолдерів, стандарту, здійснюється формування переліку навчальних дисциплін вільного вибору здобувачами в межах ОНП, навчальному плану. Згідно НП дві вибіркові дисципліни здобувачі мають вивчати у третьому семестрі, дві вибіркові дисципліни – у четвертому. Дисципліни вільного вибору для третього (освітньо-наукового) рівня навчання, так і розроблені для інших рівнів вищої освіти мають обсяг 4 кредити, що забезпечує реалізацію принципу рівнозначності вибору. Вибір навчальних дисциплін регулюється «Положенням про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в аспірантурі » (https://drive.google.com/file/d/1TP1zm0bzR1pymt-Yj1T_als0F8uloLW/view), згідно якому здобувачі мають право вибирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти і які пов'язані з тематикою дисертаційного дослідження. Здобувачі мають можливість самостійно зробити свій вибір дисциплін на основі ознайомлення з силабусами вибіркових дисциплін (інформація про зміст вибіркових ОК розміщено на сайті відділу аспірантури і кафедри (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dustsyplin-phd/>)), де на кожну дисципліну складається силабус, тим самим здійснюючи реалізацію індивідуальної освітньої траєкторії для свого плану роботи аспіранта (стор. В) (http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/10/PhD_Student_Plan_2023.pdf). Індивідуальний план роботи аспіранта затверджується на засіданні кафедри маркетингу, Вченої ради ННІ ЕММБ, завідувачем аспірантури та передається до відділу аспірантури для організації роботи з формування списків аспірантів за обраними вибірковими компонентами ОНП та розкладу занять.

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

До обов'язкового компоненту ОНП «Маркетинг», НП входить практика (4 кредити): педагогічна та наукова (або виробнича) і дисципліна «Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу» (4 кредита). Практика дозволяє формувати загальні, фахові компетентності та має на меті набуття здобувачами навичок викладацької та наукової діяльності, опанування методів досліджень щодо світоглядних та соціокультурних основ науково-технічної діяльності, представлення результатів наукових, оволодіння іноземної мови для здійснення комунікацій. До практичної підготовки ОНП можна віднести проведення практиками тренінгів <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>, віртуальну академічну мобільність - запрошення іноземного експерта з маркетингу з Німеччини щодо викладання позааудиторної дисципліни “Глобальний маркетинг”(<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykl-onlajn-lektsij-globalnyj-marketyng/>). Регламентуючими документами є «Положенням про педагогічну та наукову (або виробничу) практику аспірантів (<https://web.kpi.kharkov.ua/phd/zanyattya/iii-kurs/>), договори з практики (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spivpratsyu/>, робочі програми (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/aspirantam/>), Обговорення результатів, анкетування (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yaqosti-osvity/>) відбувається на засіданнях кафедри і свідчить про задоволеність здобувачами компетентностями, здобутими під час її проходження.

Продемонструйте, що ОП дозволяє забезпечити набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills) упродовж періоду навчання, які відповідають цілям та результатам навчання ОП результатам навчання ОП

Метою ОНП щодо набуття здобувачами соціальних навичок Soft skills є реалізація особистості щодо забезпечення її конкурентоспроможності на ринку праці за рахунок реалізації вмінь щодо лідерських якостей, здатності до саморозвитку та самореалізації, наявності аналітичних навичок, комунікабельності та вмінню працювати в команді (ОК 1.1.2, ПРН-07), креативності для реалізації компетентностей щодо формуванню професіоналізму, дотримання принципів академічної доброчесності та етичних норм поведінки, поглибленню психологічних знань, навичкам використання інформаційних та комунікативних технологій для здійснення науково-дослідницької (ОК 1.1.1, ПРН-02.05,06, 1.1.3. ПРН-05,06,08), організаційної, педагогічної та практичної діяльності (ОК 2.1 и 2.2, ПРН -01.02.04.05,06,09) Поєднання освітніх методів розвитку здобувачів з аудиторними та позааудиторними у ОНП в форматі лекцій, прийняття участі у конференціях (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/konferentsiyi/>), гостьових лекцій від професіоналів-практиків, кейсів, ділових ігор з майстер-класами (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>), проходження віртуальної академічної мобільності з запрошеними лекторами - з за кордону (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykl-onlajn-lektsij-globalnyj-marketyng/>

Яким чином зміст ОП урахує вимоги відповідного професійного стандарту?

Оскільки професійний стандарт відсутній, але для спеціальності 075 «Маркетинг» введено в дію

2 професійні стандарти: "Фахівець – аналітик з дослідження товарного ринку" (дата затв. 18.10.2021 р. <https://register.nqa.gov.ua/profstandart/fahivec-analitik-z-doslidzennatovarnogo-rinku>) та "Рекламист" (дата затв. 11.01. 2022 р. <https://register.nqa.gov.ua/profstandart/reklamist>) для першого (6 рівень) та другого рівня (7 рівень) вищої освіти. Зміст ОНП «Маркетинг» орієнтовано на здобуття компетентностей, задекларованих Національною рамкою кваліфікацій (8 рівень) та стандартом вищої освіти третього (доктор філософії) рівня за спеціальністю 075 « Маркетинг». Після завершення навчання здобувач вищої освіти отримує кваліфікацію «доктор філософії» з маркетингу в галузі 07 – «Управління та адміністрування». Згідно чинного Національного класифікатора України «Класифікатор професій ДК 003:2010» (зі змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 15.02.2019 р. №259) кваліфікація здобувача вищої освіти за даною ОНП відповідає професійній назві КП: 2441.1 «Наукові співробітники», 2310 «Викладачі університетів та інших закладів вищої освіти». Узагальнений об'єкт діяльності: наука, бізнес, сфера державного управління, вища освіта. Цілі та програмні результати ОНП «Маркетинг» відповідають вимогам чинного класифікатора професій щодо працівників рівня кваліфікації «к.е.н (доктор філософії)», і передбачають

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

Процес підготовки здобувачів третього рівня вищої освіти контролюється відділом аспірантури НТУ «ХПІ» згідно «Положення про аспірантуру» https://drive.google.com/file/d/1GQXsfcP02WVErY2j6VQHyjhNh_xPsZgl/view). Загальний обсяг навчального навантаження здобувачів вищої освіти за весь термін навчання складає 52 кредита ЄКТС. Цей обсяг розподіляється між обов'язковими та вибірковими компонентами як 36 та 16 кредитів відповідно (70 % та 30 %). Навчальний час, відведений на самостійну роботу здобувачів вищої освіти регламентується навчальним планом і складає, як правило 2/3 від загального обсягу навчальної дисципліни (посилання). Зміст та особливості методики викладання різних ОК ОНП передбачають навантаження, що включає різну кількість аудиторної та позааудиторної роботи. Для здійснення підготовки до виконання самостійної роботи здобувачі можуть використовувати репозитарій бібліотеки НТУ « ХПІ» (<http://library.kpi.kharkov.ua/uk>). При здійсненні вибору викладаємих дисциплін здобувачі мають можливість бути ознайомленими з силабусами, де міститься інформація щодо обсягу освітніх компонент, змісту та обсягів самостійної роботи та термінів її виконання.

Проводиться моніторинг, анкетування і опитування аспірантів , результати розміщуються на сайті аспірантури, кафедри. Опитування здобувачів свідчать про задоволеність здобувачів організацією навчального процесу та рівнем викладання навчальних дисциплін <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>)

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

НТУ « ХПІ» є одним з перших учасників <https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/tag/dualna-osvita> пілотного проекту за Наказом МОН 15.10.2019 №1296 « Щодо запровадження пілотного проекту в закладах фахової перед вищої та вищої освіти з підготовкою фахівців за дуальною формою», входить до організованого в рамках проекту «Дуальна освіта для України», що реалізується за підтримкою ГО «Українська Асоціація Маркетингу» «Проекти щодо формування прозорого механізму взаємодії між навчальними закладами, бізнесом та органами державного управління у сфері освіти маркетингологів» та Проекту USAID «Економічна підтримка України» (<https://www.uam.in.ua/rus/news/4962/>). Дуальна форма освіти (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Tymchasove-rolozhennya-pro-poryadok-organizatsiyi-ta-provedennya-dualnogo-navchannya.pdf>) на даний час не використовується щодо підготовки докторів філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» в НТУ «ХПІ», але це є актуальним викликом сучасного ринку освіти в Україні і світу у зв'язку з прийняттям «Положення про дуальну форму здобуття фахової перед вищої та вищої освіти» № 426 від 13.04.2023. Підтвердженням початку впровадження ДО на ОНП є залучення вітчизняних та закордонних професіоналів-практиків з проведення тренінгів, гостьових лекцій, аудиторних занять, проходження практик (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu>), проведення зустрічей та громадських обговорення щодо перегляду ОНП та НП, де враховуються побажання до практичної діяльності.

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

<https://web.kpi.kharkov.ua/phd/vstupnikam/vsup-2016/>

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

Порядок прийому на навчання до НТУ «ХПІ»

(https://drive.google.com/file/d/1afmt0wXEIo4cDKA4TVUYXB0o5f7BS_8F/view) щороку оновлюється та затверджується відповідно до вимог МОН України, зокрема у 2023р. на підставі «Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти», затвердженого наказом МОН України від 15.03.2023 № 276, зареєстрованим у Міністерстві Юстиції України 28.03.2023 р. за № 519/39575. На ОП приймаються вступники на основі спеціаліста та магістра НРК7 на конкурсній основі. Конкурсний відбір для осіб, які вступають до аспірантури здійснюється за результатами вступних випробувань : іспиту зі спеціальності (в обсязі стандарту другого рівня вищої освіти магістра спец. 075), іспиту з іноземної мови, іспиту з філософії. Для проведення вступних випробувань створюються предметні комісії, які затверджуються наказом проректора з наукової роботи НТУ «ХПІ».

До складу предметної комісії зі спеціальності 075 «Маркетинг» включаються доктори та кандидати економічних наук, що входять до групи забезпечення ОП. При конкурсному відборі аспірантів найбільшу вагомість мають бали вступного іспиту зі спеціальності (ваговий коефіцієнт 50 %), що дозволяє врахувати особливості відповідної ОП. Програму вступного іспиту складено відповідно до стандарту другого рівня вищої освіти, яка щорічно переглядається. (https://drive.google.com/file/d/1Ls4pojKLn-0jtITLJHm6a6_kjAhEjLUA/view).

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

Питання визнання ПРН, отриманих в інших ЗВО, регулюється документами НТУ «ХПІ»:

- «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://bit.ly/3vC2Js8>) в п.9, щодо порядку та процедури визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті;
- «Правила Прийому до аспірантури НТУ «ХПІ» (Додаток до Правил прийому до НТУ «ХПІ» (<https://bit.ly/3tV28kV>),
- «Положенням про академічну мобільність» (п. 5,6,7,9 розділи) (<https://bit.ly/3vCreFu>), регламентує можливість участі здобувачів рівня PhD у програмах внутрішньої та міжнародної мобільності та визнання результатів навчання у закладах-партнерах.
- «Положення про порядок реалізації права на вільний вибір навчальних дисциплін» (<https://bit.ly/3vBNuzk>), здобувачам надається можливість вибору навчальних дисциплін в іншому закладі вищої освіти (п.2.2.4),
- «Положення про порядок відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення здобувачів вищої освіти, а також надання їм академічної відпустки та права на повторне навчання» (розділ 4) (<https://bit.ly/420WrhI>),
- Положення про визнання результатів навчання у неформальній та інформальній освіті НТУ «ХПІ» (<https://bit.ly/4206Xpt>).

Їх доступність для здобувачів освітнього процесу забезпечується розміщенням нормативної бази на сайті ЗВО та структурних підрозділів.

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

В НТУ «ХПІ» здобувачі наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04, щодо якої спеціальність 075 «Маркетинг» є спадкоємицею, проходили навчання в Університеті міста Мішкольц, Угорщина, згідно програми Erasmus+ K1, весняний семестр 2016 р, згідно наказу НТУ «ХПІ» (Маслак Марія та Побережний Роман), згідно наказу НТУ «ХПІ». В січні-лютому 2019 р Маслак Марія проходила наукове стажування «Обмін досвідом в дослідженні та організації навчального процесу в економіці, менеджменті та праві (активні методи викладання), м.Краків, Польща. «Положення про академічну мобільність аспірантів, докторантів університету» надає можливість, але з 2021 р подібних звернень на відповідній ОП в НТУ «ХПІ» не було.

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

Питання визнання ПРН, отриманих у неформальній освіті регулюється «Положенням про порядок визнання результатів неформальної та інформальної освіти у НТУ «ХПІ»

(<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Projekt-polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultat-iv-neformalnoyi-ta-informalnoyi-osvity.pdf>).

«Положення про організацію освітнього процесу» (<https://bit.ly/3vC2Js8>), «Правила прийому до аспірантури (додаток до Правил прийому до НТУ «ХПІ»), а також «Положення про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в аспірантурі»

(https://drive.google.com/file/d/1TP1zm0bzR1pymt-Yjlt_als0F8uloLW_/view). Всі документи розміщено у вільному доступі на сайті відділу аспірантури. Ознайомлення здобувачів відбувається на початку навчання гарантом ОП, відділом аспірантури.

Згідно Правил прийому вступник, який підтвердив свій рівень знання: англійської (дійсним сертифікатом відповідно тестів TOEFL або International English Language Testing System або сертифікатом Cambridge English Language), німецької (Assessment (не нижче рівня B2 Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти або аналогічного рівня), французької мови

(дійсним сертифікатом TestDaF) не нижче рівня B2 Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти або аналогічного рівня, або дійсним сертифікатом тесту DELF або DALF (не нижче рівня B2 Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти або аналогічного рівня), звільняється від складання вступного іспиту з іноземної мови.

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

На ОП практики застосування вказаних правил не було

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Форми, методи навчання і викладання за ОП визначаються «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akredytatsiya/obov-yazkovi-dokumenty-dlya-akredytatsiy/>), «Положенням про підготовку здобувачів вищої освіти ступеню доктора філософії в аспірантурі». ОП передбачено очну та заочну форми навчання. ПРН забезпечуються змістом ОК, індивідуальним підходом до аспірантів, формами навчання та методами, а також самостійним вивченням, навчанням через наукове дослідження та практику, з застосуванням підручників, посібників, монографій, періодичних наукових видань наукової спільноти. В навчальному процесі за ОП передбачено проведення лекцій (проблемних, інтерактивних), практичних занять, семінарських, лабораторних, самостійної роботи здобувачів (аудиторної, позааудиторної, роботи з інформаційними технологіями), практики педагогічної, наукової (або виробничої). В надзвичайних умовах (воєнного стану, COVID 19) широко використовується віддалене навчання для проведення лекційних та практичних занять за допомогою Office 365 (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/servisy-dlya-navchannya/>). У повному обсязі форми та методи навчання і викладання на ОП наведено у Таблиці 3 та у силабусах конкретно за кожною ОК (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-phd/>). Все це сприяє досягненню ПРН за рахунок поєднання теоретичних і практичних занять, а також самостійної, практичної і дослідницької роботи.

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

Реалізація студентоцентрованого підходу до навчання регламентується «Положенням про організацію освітнього процесу в Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akredytatsiya/obov-yazkovi-dokumenty-dlya-akredytatsiy/>), «Положенням про підготовку здобувачів вищої освіти ступеню доктора філософії в аспірантурі» (https://drive.google.com/file/d/1TP1zm0bzRlpynt-Yj1T_als0F8uloLW_/view), «Положенням про академічну мобільність студентів, аспірантів, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників університету» за допомогою забезпечення участі здобувачів та стейкхолдерів до формування ОП, за результатами опитування здобувачів на рівні університету та кафедри маркетингу щодо рівня задоволеності якістю освітніх послуг формуються гнучкі навчальних траєкторій; застосування різних педагогічних методів (кейсів, дискусій, гостьових лекцій професіоналів-практиків, тренінгів); використанням сучасних форм наочності, інтерактивного спілкування, індивідуальних та групових консультацій, формування навичок самонавчання; наявності процедур реагування на скарги. Критерії оцінювання враховують індивідуальні здібності, інтереси та пріоритети здобувачів. Відповідно до результатів опитування здобувачів з моніторингу оцінки якості організації навчання в аспірантурі щодо форми та методи викладання навчальних дисциплін відповідають їх очікуванням (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>).

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

Підтримка принципів академічної свободи представлена у Статуті НТУ «ХПІ» (<https://public.kpi.kharkov.ua/administrativna-diyalnist/statut/>), «Кодексі етики академічних взаємовідносин та добросовісності НТУ «ХПІ»» (<https://bit.ly/48vwL90>), «Положенням про організацію освітнього процесу» (<https://bit.ly/3vC2Js8>). Принципи академічної свободи у НТУ «ХПІ» поширюються як на НПП, так і на аспірантів. Так, у 2022-23 рр. НПП кафедри маркетингу підвищено кваліфікацію у ЗНУ за різними напрямками, брали участь у 2022, 2023 рр. у програмах академічної мобільності зі спеціальності 075 «Маркетинг» на кафедрі маркетингу у Мішкольському університеті (Угорщина), участь у циклі тренінгів УАМ «LIFECCELL DIGITAL ACADEMY», за програмою Жана Моне «Business Models for Sustainability: Challenges and Digital Transformations», що сприяло впровадженню сучасних методів навчання та викладання в освітній

процес. Академічна свобода здобувачів реалізується за допомогою можливості побудови індивідуальної освітньої траєкторії, вибору керівника та напряму дисертаційного дослідження, участі у майстер-класах практиків, науково-практичних конференціях. З метою визначення дотримання принципів академічної свободи проводиться анкетування здобувачів, результати якого оприлюднюються на сайті (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>).

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

Інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання згідно «Порядку організації поточного, семестрового контролю та атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій навчання в НТУ «ХПІ»» (<https://bit.ly/41ZLLjw>) на ОНП «Маркетинг» знаходиться у відкритому доступі на сайті кафедри маркетингу, де розміщується актуальна інформація щодо діючих ОНП (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>), силабусів дисциплін <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-phd/> та доводиться перед початком занять. Для інформування здобувачів та їх участі у формуванні змісту ОК запроваджені форми обговорення (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>), за допомогою корпоративної пошти Microsoft Outlook, чатів у Microsoft Teams (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/servisy-dlya-navchannya/>), згідно «Положення про систему корпоративної комунікації НТУ «ХПІ»» (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/metodotdel/wp-content/uploads/sites/28/2020/10/Polozhennya-pro-sistemu-korporativnoyi-komunikatsiyi-NTU-NPI-.pdf>).

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

Навчання через дослідження відбувається за рахунок поєднання освітніх та наукових результатів та впровадження їх в освітній процес (в т.ч. за результатами науково-педагогічного стажування та залучення здобувачів до науково-дослідницької діяльності (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robota/>)).

Результати наукових досліджень НПП використовуються при формуванні змісту та викладанні ОК ОНП.

Індивідуальний план здобувача містить як освітню, так і наукову складову. Здобувачі залучаються до наукових досліджень на засадах академічної свободи. Так, забезпечення дослідницької спрямованості освітнього процесу відбувається шляхом: участі здобувачів в діяльності наукового товариства аспірантів та молодих учених НТУ «ХПІ» (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/rmv/>), розвитку різних форм наукової співпраці в рамках укладених угод (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spivpratsyu/>); здійснення аналізу обробки результатів, отриманих щодо прийняття участі у НДР, апробації результатів наукової роботи через публікацію наукових статей та монографій (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/publikatsiyi-zdobuvachiv/>); безпосередньої участі здобувачів у науково-дослідницьких проєктах кафедри маркетингу: 1. K1703 «Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України» (№ державної реєстрації 0123U103225). 2. K1704 «Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці» (№ державної реєстрації 0123U103232). 3. K1705 «Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства» (№ державної реєстрації 0123U103215); участь здобувачів в наукових заходах (наукових конференціях міжнародних та всеукраїнських, у тому числі, які проводить кафедра маркетингу, тренінгах, тощо) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/konf2023/>); активну участь в заходах кафедри щодо проведення тренінгів, гостьових лекцій професіоналами - практиками (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>) та циклу лекцій з запрошеним закордонним лектором з Німеччини з отриманням відповідного сертифікату (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykl-onlajn-lektsij-globalnyj-marketyng/>). Активізація участі здобувачів у науково-дослідницькій діяльності відбувається при оцінюванні знань за ОК при наявності наукових публікацій за відповідною тематикою та підтвердженій участі в наукових заходах.

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

Так, наприклад, результати монографії Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. «Управління інноваційним розвитком в умовах технологічних трансформацій» знайшли відображення у дисципліні «Інноваційний маркетинг», а наукова публікація Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N. «Management of commercialization of knowledge in the system of innovative development of the enterprise in the conditions of transformation of technological institutions» стала забезпеченням реалізації дисципліни «Маркетингу знань»; апробації Ларкою Л.С. на конференції «Маркетингова діагностика в системі превентивного антикризового маркетингу» та статті «Маркетингові дослідження як інформаційна основа діагностики маркетингової діяльності підприємства» стало в нагоді викладання дисципліни «Діагностика маркетингової діяльності підприємства»; навчальний посібник В.Я. Заруби «Математичне

модельовання в управлінні маркетингом» щодо викладання «Кількісні методи в управлінні маркетингом»; результати монографії Райко Д.В. «Management of the interaction of the enterprise with partners and consumers: models, methods and information interaction» використані у вибірковій дисципліні «Формування взаємовідносин між підприємством, партнерами та споживачами» (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/publikatsiyi-vykladachiv/>); проведення наукових досліджень (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robota/>) «Формування стратегії маркетингової діяльності підприємства, госпдоговірної тематики «Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах маркетингу» (ДР0123U100896) знайшли відображення у вибірковій дисципліні «Маркетингове обґрунтування формування стратегії розвитку підприємства»; наукових досліджень: «Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства» (№ державної реєстрації 0123U103215) при викладанні Косенко О.П. вибіркової дисципліні «Актуальні проблеми маркетингового середовища та аспекти результативності бізнесу»; «Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці» (№ державної реєстрації 0123U103232) при викладанні вибіркової дисципліні «Формування маркетингових інструментів управління підприємством»; «Обґрунтування шляхів забезпечення конкурентоспроможності організацій бізнесу в умовах мінливого ринкового середовища» (ДР 0121U110942) та опублікована за її результатами монографія «Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій: кол. монографія / за заг.ред. проф.Косенко О.П., матеріали якої знайшли відображення у вибірковій дисципліні «Маркетинговий інструментарій управління конкурентоспроможністю підприємства » щодо викладанні теми Райко Д.В. «Термінологічний аналіз категорії «конкурентоспроможність»; підвищення кваліфікації в рамках циклів тренінгів: УАМ «LIFECCELL DIGITAL ACADEMY», Жана Моне «Business Models for Sustainability: Challenges and Digital Transformations» зміст ОК «Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу», «Сучасні форми бізнес-комунікацій».

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

Згідно зі стратегією інернаціоналізації НТУ «ХПІ» (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/mizhнародni-zv-yazki/strategiya-internatsionalizatsiyi/>) результатами ОП є напрями: доступ до міжнародних наукових ресурсів, бази даних (Scopus, Web of Science) , співробітництво <https://web.kpi.kharkov.ua/emmb/mizhнародni-zv-yazky/> , спільні наукові публікації, міжнародна академічна мобільність (так, наприклад, Косенко О.П. (2022), Райко Д. В. (2023) за Грантовою угодою Erasmus+№ 19/1/KA 107/IN/060574/STT-011 перебували в Університеті Мішкольц на кафедрі маркетингу, Угорщина) та віртуальна здобувачів - започатковано освітній марафон «Глобальний Маркетинг» з запрошеним іноземним лектором з Німеччини (2023р.) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykl-onlajn-lektsij-globalnyj-marketyng/>); міжнародного стажування (Шипуліна Ю.С. «Innovation in educational process: methods, approaches, technologies», Praha, 2018), Кітченко О.М. (2022) прийняла участь у «The Teaching Excellence International Training Program «Create Creative Entrepreneurs Leaders School» for lectures of Ukrainian HEIs», Чернобровкіна С.В. «Нові та інноваційні методи навчання», Малопольська школа державного управління, Краківський економічний університет, Польща, (2023 р.) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/golovna/kadrovuj-sklad/>). На ОП постійно запрошуються міжнародні експерти галузі для проведення тренінгів, майстер-класів (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>)

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

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

Форми контрольних заходів у межах навчальних дисциплін ОП спеціальності «Маркетинг» спрямовані на перевірку та оцінювання досягнення програмних результатів навчання аспірантів відповідно «Положення про організацію освітнього процесу в НТУ «ХПІ»» (<https://bit.ly/3vC2Js8>), «Положення про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в аспірантурі Харківського національного університету «Харківський політехнічний університет»» (https://drive.google.com/file/d/1TP1zm0bzR1pymt-Yj1T_als0F8uloLW_/view), ОП «Маркетинг» (http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/12/ONP-075_2023.pdf), силабусів дисциплін (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-phd/>), індивідуальних навчальних планів здобувачів (http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/10/PhD_Student_Plan_2023.pdf). На ОП використовуються наступні види контролю: вхідний, поточний (оцінювання на практичних заняттях за окремими етапами вивчення кожної ОК та при перевірці робіт, що виконуються здобувачами в ході самостійної роботи), підсумковий (у формі іспитів та диференційованих заліків) та атестація (проводиться відповідно до Стандарту). Форми проведення поточного контролю визначаються специфікою та змістовим наповненням кожного ОК. Використання різних форм контрольних заходів дозволяє встановити рівень сформованості компетентностей здобувачів та перевірити досягнення програмних результатів навчання. Критерії оцінювання розроблені з врахуванням різних видів навчальної роботи здобувачів. Основні форми поточного контролю: усне опитування, тестування, виступи на практичних заняттях, письмові відповіді, презентації, підготовка індивідуальних

науково-дослідницьких робіт. Підсумковий контроль здійснюється в ході екзаменаційної сесії у формі іспитів та диференційованих заліків і призначений продемонструвати рівень досягнення програмних результатів навчання здобувачами. Двічі на рік аспірант має звітувати про виконання індивідуального плану (сторінки E1 та F1 – на першому році навчання, E2 та F2 – на другому році навчання і так далі) на засіданні кафедри маркетингу, вченій раді ННІ ЕММБ і щорічно атестуватися науковим керівником відповідно до графіку навчального процесу. Сторінка індивідуального плану F4 має назву «Підсумкова атестація» і передбачає захист дисертації.

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

Форми контрольних заходів та вимоги до критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів регламентуються документами: «Положення про організацію освітнього процесу в НТУ «ХПІ»» (<https://bit.ly/3vC2Js8>), «Положенням про критерії та систему оцінювання та вмінь і про рейтинг студентів» (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/vr/wp-content/uploads/sites/27/2019/10/POLOZHENNYA-PRO-KRITERIYI-TA-SISTEMU-OTSINYUVANNYA-ZNAN-TA-VMIN-I-PRO-REJTING-STUDENTIV.pdf>). Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів ОНП розроблені кафедрою відповідно до зазначених положень, ОК відображені в силабусах та оприлюднені у відкритому доступі на сайті кафедри (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplyn-phd/>). Зміст силабусів забезпечує прозорість, чіткість та зрозумілість, для здобувачів, що підтверджує проведення їх опитувань та анкетування (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>). У силабусах ОК відображають змістовні, якісні особливості оцінювання та наводяться дані щодо розподілу балів, а також особливості нарахування балів для відповідної дисципліни, методів викладання та форми контролю.

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

На початку навчального року відділ аспірантури доводить інформацію до здобувачів вищої освіти, що на сайті аспірантури (<https://web.kpi.kharkov.ua/phd/zanyattya/katalog-sylabusiv-2021/>), кафедри (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplyn-phd/>) надано силабуси навчальних дисциплін, де міститься опис критеріїв оцінювання знань здобувачів, критерії оцінювання знань здобувачів під час проведення поточного контролю, захисту практичних робіт, тестів, виконання індивідуальних завдань, контрольних робіт та підсумкового контролю у формі заліку або іспиту, передбачені навчальним планом. Контроль відбувається згідно приведеної шкали оцінювання знань та умінь: національної та ЄКТС. Інформація щодо розкладу екзаменаційних сесій аспірантів першого та другого курсу розміщуються на сайті відділу аспірантури <https://web.kpi.kharkov.ua/phd/zanyattya/i-kurs/rozklad-ekzamenatsijnoyi-sesiyi/>. Процедура підсумкової атестації, що проводиться у вигляді складання докторського іспиту викладена у «Положенні про докторський іспит зі спеціальності аспірантів» (http://web.kpi.kharkov.ua/phd/?page_id=854). Іспит проводиться за програмою, що складається з двох частин: загальної програми зі спеціальності, яка затверджується головою робочої групи та додаткової програми, яка розробляється на кафедрі відповідно до специфіки дисертаційної роботи здобувача. Додаткова програма розробляється та затверджується на кафедрі не менш як за два тижні до дати проведення Іспиту.

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

Форма атестації здобувачів відповідає вимогам Стандарту вищої освіти України: третій (докторський) рівень, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг» (Наказ МОН України від 07.04.2022 № 313), відбувається у формі публічного захисту дисертації, яка передбачає розв'язання складної конкретної наукової задачі в сфері сучасного маркетингу. Відповідно до «Кодексу академічної доброчесності НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Kodeks-etyky-akademichnyh-vzayemovidnosyn-ta-dobrochesnosti-NTU-NPI.pdf>), матеріали дослідження підлягають перевірці на плагіат за допомогою сервісу перевірки текстів UNICHECK (<https://unicheck.com/uk-ua>). Угода до Договору про співпрацю – (<https://www.kpi.kharkov.ua/rus/tag/unicheck-ukraina/>)

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

Процедура проведення контрольних заходів регулюється «Положенням про організацію освітнього процесу в НТУ «ХПІ»», «Положенням про критерії та систему оцінювання знань та вмінь і про рейтинг студентів», розміщено на сайті університету (<https://bit.ly/4b4UbKD>). Процедура вступного іспиту до аспірантури регулюється «Правилами прийому до аспірантури» (додаток до Правил прийому до НТУ «ХПІ») (http://web.kpi.kharkov.ua/phd/?page_id=1414). До початку занять відділ аспірантури доводить до відома здобувачів заходи та нормативні документи. Форми підсумкового контролю по кожному ОК, види, критерії оцінювання знань відображено у силабусах (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplyn-phd/>). Особливості контролю

виконання наукової складової підготовки здобувача викладено у ОНП <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>. Процедура підсумкової атестації, що проводиться у вигляді складання докторського іспиту викладена у «Положенні про докторський іспит зі спеціальності аспірантів» (http://web.kpi.kharkov.ua/phd/?page_id=854). В університеті затверджено «Положення про утворення разових спеціалізованих вчених рад», «Порядок проходження процедури захисту та присудження ступеня доктора філософії у НТУ «ХПІ»» (http://web.kpi.kharkov.ua/phd/?page_id=833).

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

Процедури врегулювання конфлікту інтересів знаходяться у «Положенні про критерії та систему оцінювання знань та вмінь і про рейтинг студентів» (<https://bit.ly/3H9y2Me>); «Положенні про екзаменаційну комісію у НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-ekzamenatsijnu-komisiyu.pdf>); «Порядку подання апеляцій (іспити, заліки, атестація» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Polozhennya-pro-organizatsiyu-osvitnogo-protsesu.pdf>). Об'єктивному оцінюванню досягнень за ОК сприяє проведення незалежного онлайн тестування засобами Office 365. У випадку оскарження дії щодо результатів контрольних заходів, здобувач має право на апеляцію, яка має бути розглянута на засіданні апеляційної комісії не пізніше наступного дня після її подання. Здобувач, який подав апеляцію, має право бути присутнім при розгляді своєї заяви. У випадках конфліктної ситуації за мотивованою заявою здобувача чи викладача, розпорядженням директора інституту створюється комісія для проведення підсумкового контролю, до якої входять гарант, завідувач кафедри і викладачі відповідної кафедри, представники дирекції. За результатами щорічного анкетування порушень об'єктивності не виявлено, випадків застосування процедур врегулювання конфлікту інтересів за ОНП не було.

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів регулюється відповідно: «Положення про організацію освітнього процесу», «Положення про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в аспірантурі» (https://drive.google.com/file/d/1TP1zm0bzR1pymt-Yj1T_als0F8uloLW_/view), «Положення про екзаменаційну комісію у НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-ekzamenatsijnu-komisiyu.pdf>), «Положення про критерії та систему оцінювання знань та вмінь і про рейтинг студентів» (<https://bit.ly/3H9y2Me>); «Положення Про порядок ліквідації академічної заборгованості в НТУ «ХПІ»» http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/17/2021/01/POLOZHENNYA-PRO-LIKVIDATSIYU-AKADEMICHNOYI-ZABORGOVANOSTI_FINAL-1.docx, якщо здобувачі вищої освіти, які в день, визначений за розкладом для складання контрольного заходу, отримали незадовільну оцінку або не з'явилися з поважних причин (наприклад, через хворобу), може бути надано право перескладання екзамену або заліку протягом сесії за графіком ліквідації академічних заборгованостей. Графіки ліквідації академічної заборгованості вказуються в наказі про проведення сесії у аспірантів, затверджується проректором університету та доводяться до відома здобувачів вищої освіти. На ОНП практики першого, другого перескладання іспитів або заліків, переносу термінів сесії не мала місце.

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

Урегулювання процедур та порядок оскарження здобувачами результатів контрольних заходів відбувається відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу» (<https://bit.ly/3vC2Js8>) та «Положенню про екзаменаційну комісію» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-ekzamenatsijnu-komisiyu.pdf>). Здобувачі, які не згодні з оцінкою, можуть звернутися до апеляційної комісії. Заява про апеляцію подається ректору або проректору з науково-педагогічної роботи університету в день проведення екзамену після оголошення результатів, відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу». Прикладів застосування відповідних правил на ОНП немає.

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

На сайті НТУ «ХПІ» розміщено нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>): Статут НТУ «ХПІ»»; Правила внутрішнього розпорядку НТУ «ХПІ»»; Опис системи внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти НТУ «ХПІ»; Кодекс етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»; Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у випускних кваліфікаційних роботах здобувачів вищої освіти НТУ «ХПІ»; Положення про репозитарій «Електронний архів НТУ «ХПІ»»; Положення про

Електронний репозитарій кваліфікаційних випускних робіт здобувачів вищої освіти у НТУ «ХПІ». Зі здобувачами ОНП обговорюються питання академічної етики при проведенні наукових досліджень та інструментів перевірки UNICHECK.

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

До технологічних рішень, які використовуються на ОНП, як інструментів протидії порушення АД на ОНП, відносяться: розміщення публікацій і дисертаційних досліджень здобувачів в електронному архіві НТУ «ХПІ» (<http://library.kpi.kharkov.ua/uk/science>) та репозитарії (<https://repository.kpi.kharkov.ua/communities/be891ce8-d961-4611-98ad-eld8b5c410f4?smcl.page=1>); використання «Unicheck» (<https://unicheck.com/uk-ua>) та антиплагиатної системи StrikePlagiarism (<http://library.kpi.kharkov.ua/uk/node/935>) для перевірки наукових робіт на наявність плагіату; інформування здобувачів, тренінги представників кафедри маркетингу (<https://bit.ly/48vGhzk>) та лекції «Академічна доброчесність в дії» (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/2020/02/05/unicheck-v-khpi/>); включення до змісту ОНП відповідної ОК «Представлення наукових результатів»; запровадженням процедур моніторингу дотримання академічної доброчесності (анкетування здобувачів <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>).

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

З метою популяризації академічної доброчесності серед здобувачів ОНП здійснюються заходи: ознайомлення здобувачів з нормативними документами, що регламентують порядок дотримання АД «Положення про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в аспірантурі», «Кодексом етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»»; підписання «Декларації про дотримання кожним здобувачем АД» (http://web.kpi.kharkov.ua/phd/wp-content/uploads/sites/136/2020/01/Deklar_pro_dobr.pdf); проведення бібліотекою відповідних заходів «Академічна доброчесність в дії» (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/2020/02/05/unicheck-v-khpi/>) із залученням представників компаній Unicheck, Clarivate Analytics, Elsevier Ukraine (https://t.me/library_khpi); інформування про відповідальність учасників освітнього процесу; обговорення питань на засіданнях кафедри, за дорученням Ради молодих вчених НТУ «ХПІ» (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/rmv>); здійснення перевірки наукових та дисертаційних робіт, дослідження АД (публікації, конференції), підвищення кваліфікації НПП («Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів» на платформі Prometheus (<https://bit.ly/48vGhzk>); розробка та впровадження в освітній процес ОК «Представлення наукових результатів».

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

Види порушень та відповідальність за них прописані в «Кодексі етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Kodeks-etyku-akademichnyh-vzayemovidnosyn-ta-dobrochesnosti-NTU-HPI.pdf>). У разі виявлення науковими керівниками ознак плагіату під час роботи аспірантів над розділами дисертації або підготовки наукових публікацій, такі рукописи повертаються на доопрацювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньо-наукової програми; відрахування із закладу освіти; позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих закладом освіти пільг з оплати навчання. На даній ОНП випадки порушення академічної доброчесності не було.

6. Людські ресурси

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

Відповідно до «Положення про обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/staff/polozhennya-pro-obrannya-ta-prijnyattya-na-robotu-naukovo-pedagogichnih-pratsivnikiv-ntu-hpi-2/>) конкурсний відбір проводиться на засадах прозорості, відкритості, колегіальності та обґрунтованості прийняття рішення конкурсною комісією. Процес конкурсного набору викладачів ОНП (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/golovna/kadrovuj-skld/>), що є докторами економічних наук, професорами та кандидатами економічних наук, доцентами, відбувається на конкурсних засадах з урахуванням їх академічної та професійної кваліфікації та відповідності, згідно із зазначеними у п. 37, 38 чинної редакції Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, за ОК: наявність у претендентів повної вищої освіти, наукового ступеня та вченого звання за спеціальністю ОНП, підвищення кваліфікації, наявність вченого звання та наукового ступеня за спеціальністю; сертифікатів про знання англійської мови та стажування; досвід викладацької і практичної роботи; наявність наукових фахових публікацій, в т.ч. (SCOPUS, Web of Science,

ін), авторських підручників, посібників, досвід консультування підприємств, у т. ч. і міжнародних, участь у професійних об'єднаннях, а також виконання цільових показників ефективності діяльності викладача, що забезпечує досягнення визначених ОНП цілей та ПРН результатів навчання, результатів постійних опитувань здобувачів.

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

Для організації та реалізації освітнього процесу відбувається постійна взаємодія з компаніями, ПА та МА (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spivpratsyu/>): АВ InBev м. Прага (Чехія) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/project-management-foundation-training/>), AERO-IMMOBILIERE DE MANAGEMENT ET D'ENTREPOTS (Франція) та PROCOPTERE AVIATION (Франція) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robota/>), реалізації освітнього проекту «Практикум з маркетингу в НТУ «ХПІ»» (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>) з проведення тренінгів, майстер-класів, круглих столів, де відбувається формування напрямів науково (або виробничої) підготовки з професіоналами-практиками МА Krasivo Group та ПА, місцями проходження практики в ПА Defense, ФОП А.С.Анопа, Літне стажування в Money Gets, ФОП Адашевський І.В., С.Трофіменко, менеджером з маркетингу в компанії AUTO1 Group (Німеччина) та керівником напряму СЕМ О.Паненко (управління клієнтським досвідом) ТОВ «Омега», віртуальна академічна мобільність – заняття з професором маркетингу з Німеччини (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykl-onlajn-leksij-globalnyj-marketyng/>), де висловлюються пропозиції щодо удосконалення ОНП. Відповідно до рекомендацій представників компаній, до вимог світових тенденцій, оновлюється зміст ОК, 2024р. Проект ОНП за дисциплінами «Організація та управління науково-дослідними проектами сфери маркетингу» та «Маркетинг у міжнародних ділових комунікаціях».

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

Новітньою практикою ОНП є започаткування освітнього проекту «Практикум маркетингу в НТУ «ХПІ»» (національний та міжнародний формат) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-stazhuvannya-z-marketyngu-z-monyej/>), літне стажування ПА Money Gets (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/litnye-stazhuvannya-z-marketyngu-z-monyej/>), Defense (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spivpratsyu/>); віртуальна академічна мобільність здобувачів з лекцій експертів в галузі маркетингу - професора з Німеччини (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykl-onlajn-leksij-globalnyj-marketyng/>), доцента Казахстансько-Німецького університету (https://t.me/marketing_khpi); науково-дослідна робота з академічними ЗВО; консультування іноземних компаній (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robota/>); наукова конференція (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/konferentsiyi/>).

«Практикум маркетингу в НТУ «ХПІ»» - гостьові лекції, тренінги, майстер-класи, залучаються професіонали-практики та експерти галузі з МА та ПА: керівник напряму СЕМ (управління клієнтським досвідом) ТОВ «Омега», керівник МА Krasivo Group та з менеджером АВ InBev м. Прага (Чехія), директор ПА Money Gets, менеджер з маркетингу в компанії AUTO1Group (Німеччина) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/category/novyny/>). Проведення у такому форматі, зацікавлює здобувачів та дозволяє більш ґрунтовно дослідити проблеми інноваційного маркетингу, отримати передачу досвіду та знань, консультації від професіоналів-практиків.

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

В НТУ «ХПІ» функціонує система сприяння професійному розвитку викладачів, що регламентується Положенням (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Polozhennya-pro-pidvyshhennya-kvalifikatsiyi-pedagogichnyh-i-naukovo-pedagogichnyh-pratsivnykiv.pdf>) та реалізується через здобуття доктора філософії, докторантуру (<https://web.kpi.kharkov.ua/phd/vstupnikam/>), функціонування спеціалізованих вчених рад, підвищення кваліфікації (http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/17/2021/01/proekt-polozhennya_pidvishhennya-kvalifikatsiyi_2021_01_zm20_22_23_24_25.doc), програми співпраці з іншими організаціями, ЗВО, у тому числі міжнародними (<https://web.kpi.kharkov.ua/emmb/mizhnarodni-zv-yazky/>), програми підвищення професійної кваліфікації по ЗВО для НПП кафедри через реалізацію програм академічної мобільності. Викладачі, задіяні в освітньому процесі ОНП, підвищують кваліфікацію (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/brend-naukovtsya-u-tsyfrovomu-sviti/>), отримують мовні сертифікати рівня B2 з англійської мови, другу вищу освіту, проходять стажування за кордоном. <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/golovna/kadrovuj-sklad/>. Рівень їх професіоналізму підтверджується через проведення відкритих занять, звітування за навчальний рік щодо цільових показників ефективності діяльності НПП та кафедри маркетингу.

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Стимулювання розвитку викладацької майстерності в НТУ ХПІ регулюється Колективним договором

<https://web.kpi.kharkov.ua/profcom/uk/dokumenti-2/normativna-baza/>, Положенням про матеріальне стимулювання працівників. Система заходів стимулювання розвитку викладацької майстерності науково-педагогічних працівників передбачає матеріальні та моральні заохочення. Нематеріальне заохочення відбувається шляхом нагородження державними нагородами, грамотами та подяками (наприклад, Заруба В.Я. «Відмінник народної освіти», орден «Петро Могила», подяка Райко Д.В. з нагоди 135 річчя НТУ «ХПІ» ХПІ (29.01.2021 р.,) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/zaversheno-konkurs-na-krashhyj-pidruchnyk/>). Матеріальне заохочення щодо стимулювання наукової діяльності викладачів (надбавок, премій, матеріальної допомоги, за публікацію SCOPUS та WebOfScience <http://science.kpi.kharkov.ua/rozpochato-priyom-sluzhbovikh-zapisok-n/>, а також додаткове матеріальне стимулювання викладачів за викладання англійською мовою (Наказ 1378 С від 18.09.2023р.), щорічно висвітлюється у Звітах ректора (приклад, ЗВІТ РЕКТОРА НТУ «ХПІ» за 2022, 2023 рр та завдання на наступний рік, <http://public.kpi.kharkov.ua/wp-content/uploads/2023/02/ZVIT-rektora-NTU-HPI-za-2022-rik.pdf>) (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/2023/12/20/22-grudnya-onlajn-zbory-trudovogo-kolektyvu-harkivskogo-politehu/>). Протягом останніх 2022, 2023 років всі викладачі ОНП отримували премії за професійні досягнення.

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

НТУ «ХПІ» має розвинену сучасну матеріально-технічну базу. Він повністю забезпечує потреби навчального процесу та наукової роботи та є достатнім для подальшого розвитку самого ЗВО та ОНП. (<http://public.kpi.kharkov.ua/administrativna-diyalnist/zvit-rektora/>). У навчальному процесі університету одночасно задіяно 211 аудиторій і лабораторій загальною площею 78 994 кв. Комп'ютерні лабораторії університету розташовані на площі 4901 кв. Університет має 160 мультимедійних проекторів. Науково-технічна бібліотека НТУ «ХПІ» (загальна площа 7 018,9 м²) має 9 читальних залів, кількість посадкових місць – 194, з них 50 – робочі місця при абонентах; у бібліотеці фондів навчальної літератури за обсягом 800 904 примірників, наукової літератури – 493 736 примірників. У розпорядженні кафедри маркетингу знаходяться приміщення загальною площею 243, 9 кв. м, у тому числі: комп'ютерних класів: 2 загальною площею 67,0 кв. м; загальна кількість комп'ютерів 29, 2 ноутбуки та 2 мультимедійних проектори, 1 інтерактивна дошка, все це забезпечує надання здобувачам ОНП навчальних матеріалів, доступу до бази даних Scopus, Web of Science, навичок роботи з комп'ютерною технікою, засобами візуалізації, можливості проведення презентацій, проведення тренінгів, майстер-класів. Процес життєдіяльності, соціальні потреби учасників освітнього процесу забезпечують наявність соціальної інфраструктури: 15 гуртожитків, медпункт, Палац студентів НТУ «ХПІ», спортивний комплекс «Політехнік», буфети, їдальня тощо.

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

На базі НТУ «ХПІ» створено освітнє середовище для задоволення потреб та інтересів здобувачів та НПП ОНП за рахунок доступу до: інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання та дослідження - Північно-Східний регіональний центр науково-комп'ютерної мережі України УРАН -ресурси загальноєвропейської науково-освітньої мережі GEANT2; сучасної науково-технічної бібліотеки з можливістю вільного доступу до Інтернету, Wi-Fi, електронного каталогу повнотекстові бази, бази даних Scopus, Web of Science (<http://library.kpi.kharkov.ua/>); тренінгового стартап центру Spark НТУ ХПІ (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/tag/startap-tsentr-spark/>) та інноваційного центру "Innovation Campus" (<http://campus.kpi.kharkov.ua/ua/>), які оснащені сучасними засобами візуалізації; соціально побутових умов Палацу студентів (<https://bit.ly/32rpYRf>), спортивного центру «Політехнік» (<https://bit.ly/36LLYKa>), спортивно-оздоровчого табору, стадіону, спортивних майданчиків, соціально-психологічну служби та власного оздоровчого центру; співпраці з органами студентського самоврядування (StudAlliance, StudHeads та студентська первинна профспілкова організація, Радою молодих вчених (PMB) щодо стимулювання наукових досліджень, сприйняття розвитку міжвузівського співробітництва аспірантів, молодих вчених. Для врахування потреб та інтересів здобувачів вищої освіти проводиться опитування на рівні університету та кафедр (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>).

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

Згідно з п. 8.17 Статуту (<https://public.kpi.kharkov.ua/wp-content/uploads/2020/01/Statut-HPI-2019.pdf>) та Стратегічної програми розвитку, університет забезпечує дотримання безпечних

і нешкідливих умов навчання праці та побуту за допомогою підрозділів ЗВО: служби цивільного захисту, господарської частини, медичного пункту (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/studentske-zhittya/medpunkt/>), психологічної служби (<https://web.kpi.kharkov.ua/ppuss/uk/sotsialno-psiologichna-sluzhba-ntu-hpi/>). В університеті створена система управління безпекою життєдіяльності (наказ № 491 ОД від «27» грудня 2023 р.).

Регулярно здійснюються інструктажі з техніки безпеки, навчання та безпеки життєдіяльності (<http://library.kpi.kharkov.ua/uk/node/21386>), відбувається систематичний контроль за дотримання вимог чинного законодавства з питань охорони праці. Питанням щодо догляду за здоров'ям, захистом психічного здоров'я, соціального благополуччя здобувачів та НПП, НДП університету займається як медичний Officeпункт (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/studentske-zhittya/medpunkt/>), так і створена соціально-психологічна служба (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/dokumenty-ntu-hpi-2/>). Також у ЗВО існує безперешкодний доступ до навчальних корпусів для осіб з особливими потребами. В умовах воєнного часу для гарантування безпеки облаштовані укриття у корпусах, які відповідають нормативним вимогам (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/tag/ukryttya/>).

Опишіть механізми освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти? Яким є рівень задоволеності здобувачів вищої освіти цією підтримкою відповідно до результатів опитувань?

Механізми підтримки здобувачів вищої освіти щодо освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної складовими в НТУ «ХПІ» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Polozhennya-pro-sotsialno-psyhologichnu-sluzhbu.pdf>) та поданої на розгляд ОНП відбуваються у вигляді: як під час проведення освітньої складової – проведення аудиторних занять за допомогою використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій - Office 365, при підготовці до проведення різних заходів за допомогою корпоративної пошти (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/servisy-dlya-navchannya/>), так і наукової складової щодо виконання науково-дослідних робіт (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robota/>), створення сайту (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/>) та груп у соц. мережах. Забезпечення необхідною навчально-методичною літературою доступно здобувачам в репозитарії бібліотеки (<https://repository.kpi.kharkov.ua/collections/d353ebcf-f655-4af5-bc50-53be4b398ee6>) та так силабусів на сайті кафедри маркетингу. Консультативну підтримку здобувачам здійснює: відділ аспірантури як з багатьох питань, так і особливостей освітнього процесу; завідувач кафедри, гарант ОНП та наукові керівники проводять регулярні зустрічі зі здобувачами для вирішення питань з організації навчального процесу, проведення наукових досліджень та підготовки дисертаційних робіт; викладачі ОНП здійснюють консультативно-організаційну допомогу щодо навчального процесу; Рада молодих учених щодо надання консультативної допомоги під час здійснення наукової діяльності здобувачів; юридичної та соціально-психологічної службами НТУ «ХПІ».

Профспілкова організація студентів НТУ «ХПІ» (<https://profkom-khpi.org/>) надає соціальну підтримку у вигляді матеріальної допомоги здобувачам вищої освіти, організовує відпочинок та дозвілля, надає правовий захист, контролює роботу підприємства харчування університету, допомагає вирішувати побутові проблеми. За результатами опитування (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-uakosti-osvity/>), здобувачі вищої освіти цілком задоволені наявними можливостями підтримки. Пропозиції щодо удосконалення в ОНП (2022, 2023 рр.) були враховані, про що свідчать протоколи засідань кафедри, та Таблиці змін до ОНП, розміщені на сайті (<https://web.kpi.kharkov.ua/ppuss/uk/sotsialno-psiologichna-sluzhba-ntu-hpi/>).

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)

Створення достатніх умов для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами декларується: «Порядок супроводу осіб з обмеженими фізичними можливостями та інших маломобільних груп населення на території НТУ «ХПІ»» (http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/17/2020/02/2020_PORYADOK-suprovodu-nadannya-dopomogi-osib-z-invalidnistyu.pdf) та процедури щодо реалізації прав цих категорій, які прописані в правилах прийому до НТУ «ХПІ» (http://vstup.kpi.kharkov.ua/admission/admission_rules/). Корпуси обладнані пандусами та ліфтами, що дає можливість здобувачам з обмеженими можливостями навчатися. Детальна інформація про доступність наведена на сайті: (<https://public.kpi.kharkov.ua/administrativna-diyalnist/dlya-osib-z-osoblivimi-osvitnimi-potrebami/>) На даній ОНП таких здобувачів вищої освіти не навчалось.

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

У НТУ «ХПІ» визначено політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (включаючи

пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією): «Кодекс етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Kodeks-etyky-akademichnyh-vzayemovidnosyn-ta-dobrochesnosti-NTU-HPI.pdf>), «Порядок розгляду скарг здобувачів вищої освіти у НТУ «ХПІ», який затверджено наказом НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Poryadok-rozglyadu-skarg-zdobuvachiv-osvity.pdf>), «Порядок подання та розгляду заяв про випадки булінгу (цькування), реагування на доведені випадки булінгу (цькування) у НТУ «ХПІ»» ([http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/17/2021/07/PORYADOK-PODANNYA-TA-ROZGLYADU-REAGUVANNYA-NA-DOVEDENI-VIPADKI-BULINGU-NTU-HPI.pdf](http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/17/2021/07/PORYADOK-PODANNYA-TA-ROZGLYADU-REAGUVANNYA-NA-DOVEDENI-VIPADKI-VIPADKI-BULINGU-NTU-HPI.pdf)). Здобувачі мають право звернутися до ректора, проректора, директора інституту зі скаргою стосовно вищезазначених питань ситуацій та знайти підтримку у соціально-психологічній службі НТУ «ХПІ»» (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/vr/wp-content/uploads/sites/27/2019/10/Polozhennya-pro-SPS-2019.pdf>). Про відсутність застосування практики таких подій на ОНП, також свідчать і результати опитування (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>).

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Під час процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного переперегляду ОНП в НТУ «ХПІ» керуються такими внутрішніми нормативними документами, як: «Положення про організацію освітнього процесу в НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-organizatsiyu-osvitnogo-protsesu.pdf>); Методичними рекомендаціями щодо порядку розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм в НТУ «ХПІ» (версія 02 від 27.04.2022 р): (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Metodychni-rekomendatsiyi-shhodo-poryadku-rozroblennya-osvitnih-program.pdf>), затверджено Методичною радою Університету Поток 4 від 05.05.2023 (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/vr/archives/3751>) та «Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/wp-content/uploads/sites/25/2019/04/PLOZHENNYA-pro-zabezpechennya-yakosti-NTU-HPI-2016-4.pdf>)

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

Перегляд ОНП відбувається відповідно до існуючих в Університеті методичних рекомендацій щодо порядку розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм в НТУ «ХПІ» (версія 02 від 27.04.2022 р): (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Metodychni-rekomendatsiyi-shhodo-poryadku-rozroblennya-osvitnih-program.pdf>) (розділ 4) з періодичністю, яка в них встановлена. ОНП розробляється і оновлюється робочою групою зі створення/оновлення з урахуванням пропозицій здобувачів, випускників, роботодавців, НПП, академічної спільноти та проходить схвалення на засіданні кафедри, засіданні вченої ради інституту ННІ ЕММБ НТУ «ХПІ», методичної ради НТУ «ХПІ», погоджується проректором з наукової роботи, затверджується вченою радою НТУ «ХПІ». Підставою для оновлення ОНП можуть бути: затвердження стандартів вищої освіти; ініціатива і пропозиції гаранта програми та/або її стейкхолдерів, методичної ради і/або НПП, які її реалізують; результати оцінювання якості <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>; об'єктивні зміни інфраструктурного, кадрового характеру і/або інших ресурсних умов реалізації ОНП.

Так, до ОНП 2022 р. у зв'язку з прийняттям «Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти» (Наказ 313 від 07.04.2022 р.), за результатами проведеного обговорення на засіданнях кафедри маркетингу та зустрічей зі стейкхолдерами внесено зміни щодо ПРН та переліку ОК, що відображено в Таблиці змін (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>) (затв. протоколом Вченої ради НТУ «ХПІ» прот. 4 від 27.05.2022 р.), у 2023 р. ОНП було переглянуто, але змін не було внесено (перезатверджено ОНП на 2023 р. на базі 2022 р., затв. Вченою радою НТУ «ХПІ» прот.4 від 05.05.2023 р.).

В ОНП 2022 р. до «Циклу фахових дисциплін» додано обов'язкові дисципліни: «Інноваційний маркетинг», «Діагностика маркетингової діяльності підприємства», «Кількісні методи в управлінні маркетингом», «Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу», що призвело до збільшення загального обсягу ОНП на 4 кр. ЄКТС (52 кредити проти 48 у 2021 р.).

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

Здобувачі ОНП залучені до участі процесу періодичного перегляду ОНП у розширених засіданнях робочих груп, засіданнях кафедри, на яких надаються та обговорюються пропозиції щодо вдосконалення ОНП та розвитку системи забезпечення якості освіти, вчених рад інституту, Вченої ради університету, органів громадського самоврядування університету, органів студентського самоврядування та шляхом анкетування

<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>. За пропозиціями здобувачів внесені зміни до ОНП 2022 р., а саме запропоновано перенесення ОК «Інноваційний маркетинг» з вибіркового до обов'язкових (Табл. змін до ОНП <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>). Згідно результатів опитування, протягом 2022-2023 рр., посилено процес набуття практичних навичок роботи та прийняття участі у дослідницьких проєктах, що знайшло відображення у запуску освітнього проєкту «Практикум з маркетингу в НТУ «ХПІ»» (жовтень 2022 р.) залучивши вітчизняних та зарубіжних представників бізнес-спільноти до проведення майстер класів, гостьових лекцій, тренінгів.

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

Представники органів студентського самоврядування, а для здобувачів третього рівня вищої освіти, Рада молодих вчених НТУ «ХПІ»: (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/rmv/polozhennya/>) є основним органом, згідно із Статутом НТУ «ХПІ» <https://public.kpi.kharkov.ua/administrativna-diyalnist/statut/> входять до складу колегіальних органів управління, громадського самоврядування університету, беруть участь щодо забезпечення якості (при обговоренні, затвердженні, перегляді ОНП, створенні нових ОНП, стратегії розвитку якості освіти), беруть участь в обговоренні та вирішенні питань удосконалення освітнього процесу, науково-дослідної роботи, проводять конференції для молодих вчених тощо. ОНП розглядається на вченій раді інституту та університету, членами яких є представники студентського самоврядування, студАльянсу (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/tag/studalyans/>), Ради молодих вчених, проходить погодження та моніторинг з боку Ради молодих вчених НТУ«ХПІ».

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

Відповідно до стратегії розвитку університету щодо партнерських відносин з підприємствами України до процедури періодичного перегляду ОНП щодо підготовки здобувачів за спеціальністю 075 «Маркетинг» залучаються представники МА та РА, деякі з яких є випускниками кафедри маркетингу. На зустрічах під час обговорення ОНП брали участь Нагорний К. (директор «Money Gets», Чумак Я. (РА Defense), Адашевський І. (директор «Adashevsky Consulting Group»), Індик Ю. (директор МА «Krasivo Group»), Трофіменко С. (менеджер з маркетингу в компанії «AUT01Group» (Німеччина)) та інші (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/category/novyny/>). В результаті співпраці з роботодавцями підписано договори про проходження наукової (або виробничої) практики (РА Defense, Money Gets, ФОП А.С.Анопа, ФОП В.В.Кривомлін). В рамках освітнього проєкту «Практикум маркетингу в НТУ« ХПІ»» (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>) залучаються професіонали-практики та експерти в галузі: керівник напряму СЕМ щодо управління клієнтським досвідом ТОВ «Омега Паненко О., Адаменко Я. - менеджер з проєктів АВ InBev м. Прага, Чехія.

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

Так як по даній ОНП випусків не було і акредитація відбувається вперше, інформація щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників програми ОНП за спеціальністю 075 «Маркетинг» поки не має. Але, завдяки налагодженим каналам комунікацій кафедри маркетингу, а саме сайту, сторінки Facebook, Instagram та: (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/>, <https://www.facebook.com/marketing.KhPI>, <https://www.instagram.com/marketingntukhpi/>) відбувається зворотній зв'язок із випускниками кафедри маркетингу за спеціальністю 075 «Маркетинг», деякі з яких отримавши другий рівень освіти, вступили на третій рівень освіти. В НТУ «ХПІ» функціонує Центр «Кар'єра»: <http://career.kharkov.ua/>, на базі якого постійно проводяться заходи з працевлаштування, та створена на базі ГО «Асоціація випускників НТУ «ХПІ»»: <https://alumni.kpi.kharkov.ua/>, яка допомагає зміцнювати зв'язки між випускниками, здобувачами та НПП, а також сприяє налагодженню та розширенню мережі професійних знайомств.

Які недоліки в ОП та/або освітній діяльності з реалізації ОП були виявлені у ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості за час її реалізації? Яким чином система забезпечення якості ЗВО відреагувала на ці недоліки?

Згідно документів здійснення процесів і процедур забезпечення якості освіти в НТУ „ХПІ”

(<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/wp-content/uploads/sites/25/2018/06/NASTANOVA-SHHODO-YAKOSTI.pdf>) були здійснені наступні процедури внутрішньої системи забезпечення якості за час реалізації ОНП, у тому числі шляхом проведення заходів із виявлення та запобігання академічному плагіату http://library.kpi.kharkov.ua/files/documents/code_ethics.pdf: для здобувачів (надається можливість вибору індивідуальної стратегії та траєкторії навчання у межах спеціальності, проведення опитування здобувачів освіти <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>, проміжна та щорічна атестації аспірантів щодо перевірки виконання ними своїх індивідуальних планів (http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/10/PhD_Student_Plan_2023.pdf); для викладачів (у вигляді контролю діяльності науково-педагогічних працівників, обговорення на засіданнях робочої групи, засіданнях кафедри пропозиції роботодавців та інших стейкхолдерів, підвищення кваліфікації співробітників, прийняття участі у конференціях, підвищення педагогічної майстерності); для стейкхолдерів (прийняття участі у громадських обговореннях проведення майстер-класів, відкритих лекцій, ділових зустрічей тощо <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/category/novyny/>). В ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості за час її реалізації недоліків не виявлено.

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

Оскільки програма акредитується вперше, інформація щодо врахування зауважень і пропозицій попередніх акредитацій та про результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти освітньо-наукових програм поки відсутня. Однак кафедра маркетингу вивчає досвід проведення акредитацій інших ОНП НТУ ХПІ, ЗВО України, тренінгів від НАЗЯВО та враховує сильні та слабкі сторони при перегляді ОНП.

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

Думка представників академічної спільноти (Лилик І.В. (Президент ГО «Української асоціації маркетингу»), Ястремська О.М., зав. каф., ХНЕУ ім. С. Кузнеця), Dr.Nagy Szabolcs (Head of Department of Marketing and Tourism University of Miskolc, Hungary), Sebastian Zips (Profesor of Marketing, University of applied sciences Hochschule Zittau, Görlitz, Germany), Assem Abdunurova (Associate professor of the Kazakh-Germany University, Kazakhstan) та ін.) враховується щодо внутрішнього забезпечення якості ОНП та сприяє моніторингу змісту та результатів навчання, перегляду та наповнення ОК: процедури громадського обговорення ОНП (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/gromadske-obgovorennya/>); опитування здобувачів та оприлюднення результатів на сайті кафедри маркетингу (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>); проведення освітнього проєкту «Практикум маркетингу в НТУ «ХПІ»»; запрошенням зарубіжного експерта в галузі маркетингу з Німеччини (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykl-onlajn-lektsij-globalnyj-marketyng/>) для викладання циклів занять; проведення наукових заходів, заходів з популяризації академічної доброчесності (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>); забезпечення підвищення кваліфікації НПП (укладання угод про співпрацю, участі у програмах обміну, стажування з реальної академічної мобільності).

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

Структурними підрозділами, які співпрацюють між собою та залучаються до реалізації системи забезпечення якості є:

- Кафедра, де гарант ОНП, члени робочою групи розробляють ОНП та НП, несуть відповідальність за зміст та якість підготовки (<http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>);
- Вчена рада ННІ ЕММБ НТУ «ХПІ», яка погоджує ОНП ;
- Відділ аспірантури, на який покладено організацію навчального процесу, координацію ліцензування та акредитацію ОНП, проведення моніторингу якості ОНП та реалізацію інших складові навчального процесу (<http://web.kpi.kharkov.ua/phd/zanyattya/monitoring-osvitno-naukovih-program/>);
- Методичний відділ університету (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/metodotdel/normatyvni-dokumenty-2/>), що відповідає за розробку нормативних документів, організовує та проводить засідання Методичної ради університету, а також узагальнює позитивний досвід методичної роботи кафедр, розповсюджує інформацію про новітні освітні технології в Україні і за кордоном, надає оцінку доцільності їх адаптації в університеті;
- Навчальний відділ, який планує та організує управління навчальною роботою, здійснює контроль за якістю та ефективністю навчального процесу;
- Відділ забезпечення якості освітньої діяльності (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/>), забезпечує наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу та інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

- Вчена рада НТУ «ХПІ», яка остаточно схвалює ОНП.

9. Прозорість і публічність

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

Основними документами, що регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу є: Статут НТУ «ХПІ» <https://bit.ly/3apTJa1>; Правила внутрішнього розпорядку <https://bit.ly/2ygtGUt>; Правила поведінки здобувачів освіти НТУ «ХПІ» <https://bit.ly/3mXYSyw>; Положення про організацію освітнього процесу <https://bit.ly/3mV06sL>; Положення про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в аспірантурі <https://bit.ly/305Py2G>; Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в НТУ «ХПІ» <https://bit.ly/3wwOJfx>; Положення про академічну мобільність студентів, аспірантів, докторантів, ауково-педагогічних та наукових працівників університету <https://bit.ly/30hqtSN>; Положення про критерії та систему оцінювання знань та вмінь і про рейтинг студентів <https://bit.ly/3N9y2Me> тощо. Всі нормативні документи та положення, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу, своєчасно оприлюднюються на сайті Університету та у розділах відповідних структурних підрозділів (<https://bit.ly/4b4UbKD>, <https://bit.ly/48Iz0vy>).

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

На сайті кафедри маркетингу щорічно для ознайомлення та проведення громадського обговорення оприлюднюється інформація про Проект освітньої програми (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/gromadske-obgovorennya/>). Пропозиції та зауваження щодо модернізації освітніх програм пропонується надсилати на корпоративну електронну пошту Гаранта, а також за допомогою заповнення анкети.

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

Затверджені освітні програми за спеціальністю 075 Маркетинг, а також Таблиці змін, внесених до проектів освітніх програм за результатами громадського обговорення, зустрічей зі стейкхолдерами, опитувань здобувачів та НПП розміщено на офіційному сайті кафедри маркетингу (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>). На сторінці <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-phd/> розміщено Силабуси обов'язкових та вибіркових дисциплін.

10. Навчання через дослідження

Продемонструйте, що зміст освітньо-наукової програми відповідає науковим інтересам аспірантів (ад'юнктів)

Згідно з «Положенням про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в аспірантурі», здобувачі можуть обирати дисципліни (як обов'язкові, так вибіркові) для вивчення, що забезпечує ОНП 075 «Маркетинг». Так, обов'язковими, що забезпечують методологічні ОК, є: «Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності», «Інноваційний маркетинг», спрямовані на формування наукового світогляду; дослідницькі ОК-оприлюднювати наукові результати за ОК «Представлення наукових результатів», «Діагностика маркетингової діяльності підприємства», «Кількісні методи в управлінні маркетингом», «Науково (або виробнича) практика»; викладацькі ОК - «Маркетинг знань» та педагогічні - «Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу», «Педагогічна практика» та обговорення результатів іноземною мовою сприяє ОК «Іноземна мова для комунікації у науково-педагогічному середовищі». Вибіркові ОК дозволяють обирати напрям досліджень здобувача (<https://web.kpi.kharkov.ua/phd/zanyattya/katalog-sylabusiv-2021/vibirkovyi-distyplini/>), <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-phd/>. Результати опитування здобувачів свідчать про відповідності цілей та змісту ОНП їх науковим інтересам, задоволеністю вибірковою частиною (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoring-yakosti-osvity/>).

Опишіть, яким чином зміст освітньо-наукової програми забезпечує повноцінну підготовку здобувачів вищої освіти до дослідницької діяльності за спеціальністю та/або галуззю

Поєднання освітньої і наукової складової у ОНП «Маркетинг», забезпечує синергетичний ефект

щодо формування навичок у сфері дослідницької діяльності здобувачів за спеціальністю 075 «Маркетинг». В межах освітньої складової НП ОНП «Маркетинг» виділено цикл дисциплін дослідницької підготовки ОК: «Представлення наукових результатів», «Діагностика маркетингової діяльності підприємства», «Кількісні методи в управлінні маркетингом», де основною метою є формування у здобувачів компетентностей із представлення наукових результатів, обробка даних із застосування економіко-математичних моделей, інформаційних технологій в управлінні маркетингом щодо аналізу й прогнозування розвитку ситуацій у маркетинговій діяльності та прийняття оптимальних управлінських рішень, що забезпечуються науково-дослідницькою підготовкою за «Науковою (або виробничою) практикою», тобто апробацією отриманих результатів на підприємствах (http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2024/01/Programa_naukovoyi_praktyky_075_2023.pdf). Наукова складова НП передбачає проведення власного наукового дослідження під керівництвом наукового керівника; прийняття участі у наукових програмах, планах, ініціативних темах кафедри (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robota/>); здійснення апробації результатів дослідження шляхом наукових публікацій на проміжному та щорічному звітуванні та атестації, підготовку дисертації (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/publikatsiyi-zdobuvachiv/>).

Опишіть, яким чином зміст освітньо-наукової програми забезпечує повноцінну підготовку здобувачів вищої освіти до викладацької діяльності у закладах вищої освіти за спеціальністю та/або галуззю

Повноцінну підготовку здобувачів вищої освіти до викладацької діяльності у ЗВО за ОНП забезпечують ОК: у циклі фахових містить дисципліну «Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу» (4 кредитів, що є достатнім для підготовки здобувачів до викладацької діяльності в ЗВО за спеціальністю), яка спрямована на оволодіння фундаментальними систематизованими знаннями щодо особливостей застосування інноваційних технологій в педагогічній діяльності вищої освіти сфери маркетингу і забезпечує наступні результати навчання ПРН04, 05. При розробці ОНП «Маркетинг» враховано вимоги «Положення про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в аспірантурі» щодо проведення педагогічної практики аспірантів (<https://drive.google.com/file/d/1E9egKbyZjmEjEwRS00HkahjFm0UNls-l/view>) – на третьому курсі (5 семестр та складає 60 годин (2 кредита ЄКТС), тривалістю 10 тижнів, де надається можливість самостійно викладати (проводити семінарські і практичні заняття) здобувачам ОНП «Маркетинг», що удосконалює їх методологічні та викладацькі навички (<http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2023/12/Programa-pedpraktyku.pdf>). Також, згідно НП дисциплін вільного вибору (4 кредити, 4 семестр) (у т.ч. ОК) (<https://web.kpi.kharkov.ua/phd/zanyattya/katalog-silabusiv-2021/vibirkovi-distsiplini/>): «Основи педагогіки вищої школи», «Педагогічна риторика», «Педагогічна культура викладача».

Продемонструйте дотичність тем наукових досліджень аспірантів (ад'юнктів) напрямом досліджень наукових керівників

При формуванні теми наукових досліджень здобувачів ОНП «Маркетинг» та затвердженні керівника, особлива увага приділяється співпадінням наукових інтересів, кореляванню із напрямками наукових тем кафедри, інституту ННІ ЕММБ НТУ «ХПІ». Часто здобувач продовжує дослідження свого керівника, заглиблює його, що є надзвичайно важливим для розвитку і підвищення кваліфікації самого наукового керівника. Науковими керівниками аспірантів призначаються штатні НПП кафедри маркетингу, які мають значну кількість наукових публікацій у предметній області, у фахових вітчизняних та закордонних виданнях, що індексуються в міжнародних наукометричних базах. Повну інформацію щодо дотичності тем досліджень аспірантів напрямом наукових керівників наведено на сайті кафедри (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/aspiranty-kafedry>, <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robota/>), відділу аспірантури (<https://web.kpi.kharkov.ua/phd/publikatsiyi/publikatsiyi/>).

Опишіть з посиланням на конкретні приклади, як ЗВО організаційно та матеріально забезпечує в межах освітньо-наукової програми можливості для проведення і апробації результатів наукових досліджень аспірантів (ад'юнктів)

У 2023 році здобувачі ОНП кафедри маркетингу прийняли безкоштовну участь у першій всеукраїнській науково-практичній конференції «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України» (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/konf2023/>). Щорічно аспіранти ОНП мають змогу прийняти участь у міжнародній науково-практичній конференції «Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я (MicroCAD)» (<http://science.kpi.kharkov.ua/xxviii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konfe/>) та у науково-практичній конференції магістрантів і аспірантів (<http://web.kpi.kharkov.ua/masters/language/uk/>), де безкоштовно надається можливість апробації наукових результатів шляхом доповідей та публікації результатів досліджень. Здобувачі можуть результати своїх наукових досліджень апробувати за допомогою інформаційних пакетів у комп'ютерних класах та представити публікації статей у «Віснику НТУ «ХПІ». Серія: Економічні науки» (<http://vestnik.kpi.kharkov.ua/>). Бібліотека НТУ «ХПІ» надає можливість розміщення публікацій в ел. репозитарії

(<https://repository.kpi.kharkov.ua/home>) і відкриває можливості для обміну науковими результатами із вітчизняними та зарубіжними колегами, забезпечує аспірантам доступ з локальної мережі до бібліотечних ресурсів і баз даних, включаючи міжнародні, наприклад: вебінари Clarivate, Springer Nature; Statista; EBSCO (https://t.me/library_khpi) за допомогою «Єдиної картки читача ЗВО м. Харкова» (<http://library.kpi.kharkov.ua/files/documents/ekch.pdf>)

Проаналізуйте, як ЗВО забезпечує можливості для долучення аспірантів (ад'юнктів) до міжнародної академічної спільноти за спеціальністю, наведіть конкретні проекти та заходи

НТУ «ХПІ» та ОНП надає можливість участі здобувачів до міжнародної академічної спільноти за напрямками:

- міжнародна академічна мобільність, згідно набутого досвіду НТУ «ХПІ» з підготовки здобувачів наукового ступеня кандидата/доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04-Економіка та управління підприємствами, щодо якої спеціальність 075 «Маркетинг» є спадкоємицею, (Маслак М.В., Побережний Р. (2016 р.) Грантова угода Erasmus+ № 19/1/KA 107/IN/060574/STT-011, кафедра маркетингу, Університет Мішкольц, Угорщина) (<https://web.kpi.kharkov.ua/emmb/mizhnarodni-zv-yazky/>);
- наукові стажування (Маслак М.В. (2019 р.) м.Краків, Польща);
- запрошення в рамках «Практикуму з маркетингу» міжнародних експертів з маркетингу для проведення майстер-класів, гостьових лекцій, тренінгів тощо (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>);
- проведення циклу онлайн лекцій (обсягом 5 кр. ЄКТС) «Глобальний Маркетинг» (Sebastian Zips, Zittau Görlitz University of Applied Sciences м. Герліц, Німеччина, 2023р.) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykl-onlajn-lektsij-globalnyj-marketyng/>);
- доступ до міжнародних наукових ресурсів, баз даних (Scopus, Web of Science);
- наукові публікації в закордонних виданнях (Паймаш Г.В. (Японія), Главчев Д.М., Педченко Д.В., Дрепін І.В., Чернобровкін А.В. (Польща) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/aspiranty-kafedry/>);
- співробітництво із закордонними ЗВО (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/wp-content/uploads/sites/225/2024/01/Ugoda-z-universytetom-Batumi.pdf>)

Опишіть участь наукових керівників аспірантів у дослідницьких проектах, результати яких регулярно публікуються та/або практично впроваджуються

Наукові керівники спільно зі здобачами та іншими НПП кафедри маркетингу беруть участь у виконанні науково-дослідних темах (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robota/>) «Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства», «Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці», «Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України» (2023 -2025 рр.), здійснили організацію першої всеукраїнської конференції (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/konferentsiyi/>), здійснюють наукове консультування іноземних фірм AERO-IMMOBILIERE DE MANAGEMENT ET D'ENTREPOTS (Франція) та PROCOPTERE AVIATION (Франція), проводять роботу з партнерами (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spivpratsyu/>). За якими за останні 5 років колективом кафедри прийнято участь у 14 монографіях, 12 підручниках та навчальних посібниках, опубліковано понад 300 наукових статей у фахових наукових виданнях України та інших країн, з них 17 - у журналах, що індексуються у міжнародних наукометричних базах Scopus та Web of Science, отримано 50 авторських свідоцтв на твори науково-практичного характеру (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/publikatsiyi-vykladachiv/>). У 2023 р. виконувався госпдоговір № 17070 на виконання науково-дослідної роботи за темою «Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах маркетингу» (держреєстрація 0123U100896).

Опишіть чинні практики дотримання академічної доброчесності у науковій діяльності наукових керівників та аспірантів (ад'юнктів)

В НТУ «ХПІ» розроблено внутрішнє нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності (<https://bit.ly/33WF7MH>) до складу якого входять: нормативні документи НТУ «ХПІ», законодавчі документи та відповідні статті, відеоматеріали, презентації. З метою забезпечення належного проведення наукових досліджень для аспірантів проводяться вебінари з «Академічної культури», зобов'язуючі їх дотримуватися принципів академічної доброчесності, морально-етичних норм і стандартів поведінки дослідників у відповідній галузі (сфері професійної діяльності), встановлених закладом вищої освіти. Аспіранти підписують Декларацію про дотримання академічної доброчесності (https://web.kpi.kharkov.ua/phd/wp-content/uploads/sites/136/2020/01/Deklar_pro_dobr.pdf). Наукові керівники проводять роз'яснювальну роботу з аспірантами з приводу неприпустимості використання академічного плагіату на всіх етапах навчання аспірантів. Перед захистом дисертації аспірантів обов'язково перевіряються на плагіат на базі технічних можливостей Університету (онлайн-сервіс пошуку плагіату Unicheck Україна <http://www.kpi.kharkov.ua/ukr/2020/02/05/unicheck-v-khpi/>), і тільки після цієї перевірки матеріали затверджуються Вченою радою НТУ «ХПІ». На сьогоднішній день випадків виявлення

плагіату в опублікованих роботах наукових керівників та аспірантів не було.

Продемонструйте, що ЗВО вживає заходів для виключення можливості здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності

НТУ «ХПІ» розроблено Кодекс етики академічних взаємовідносин та доброчесності (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Kodeks-etyky-akademichnyh-vzayemovidnosyn-ta-dobrochesnosti-NTU-NPI.pdf>), який у питаннях доброчесності передбачає низку заходів щодо осіб, які вчинили порушення цих принципів. Так, за порушення академічної доброчесності педагогічні, науково-педагогічні й наукові працівники можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: відмова у присудженні наукового ступеня чи присвоєнні вченого звання; позбавлення присудженого наукового ступеня чи присвоєного вченого звання; відмова у присвоєнні або позбавлення присвоєного педагогічного звання, кваліфікаційної категорії; позбавлення права брати участь у роботі визначених законом органів чи обіймати встановлені законом посади; позбавлення права наукового керівництва аспірантами та наукового консультування докторантів. Питання про дотримання НПП принципів і правил академічної доброчесності щосеместрово розглядаються на засіданнях вчених рад ННІ та засіданнях кафедр. Усі науково-педагогічні й наукові працівники, що приймаються на роботу, разом із заявою на працевлаштування зазначають, що вони зобов'язуються дотримуватись педагогічної етики, поважати гідність здобувачів, та особистим прикладом виховувати у здобувачів повагу до принципів загальнолюдської моралі. На ОНП прецедентів щодо порушення академічної доброчесності науковими керівниками аспірантів зафіксовано не було.

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони:

- цілі та програмні результати навчання ОНП відповідають Стандарту ВО, Стратегії розвитку України, повоєнного розвитку галузей регіону за допомогою маркетингових та організаційних механізмів та ЗВО, розвитку найсучасніших напрямів теорії і практики сучасного маркетингу;
- НТУ ХПІ є потужним класичним університетом дослідницького типу;
 - залучення роботодавців, міжнародних партнерів та здобувачів безпосередньо до розробки і перегляду ОНП;
 - створення можливостей щодо наукової реалізації потенціалу здобувачів ОНП у науково-дослідницьких проектах кафедри: 1. K1703 «Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України» (№ державної реєстрації 0123U103225). 2. K1704 «Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці» (№ державної реєстрації 0123U103232). 3. K1705 «Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства» (№ державної реєстрації 0123U103215), госпдоговірної теми «Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах маркетингу» (№ держреєстрації 0123U100896), науково-практичній конференції кафедри «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України»;
 - наявність можливостей для академічної мобільності та міжнародних стажувань;
 - залученням представників вітчизняних та зарубіжних професіоналів -практиків щодо реалізації освітнього проєкту «Практикуму з маркетингу в НТУ «ХПІ»» з метою підвищення рівня soft-skills та комунікативних навичок, проведення Літньої школи стажування);
 - проведення циклів поза аудиторних лекцій з запрошеними закордонним лекторами з ЗВО Німеччини, Казахстану;
 - високий професіоналізм професорсько-викладацького складу ОНП, публікаційна активність у виданнях, що індексуються в наукометричних базах даних Scopus та Web of Science, академічна мобільність професорів кафедри, постійний саморозвиток та підвищення професійної кваліфікації НПП;
 - наявність комп'ютерних аудиторій кафедри маркетингу для проведення занять з реалізації математичного апарату з інформаційними технологіями, що створює умови для передачі досвіду практиків до здобувачів ОНП;
 - широкий спектр укладених договорів про співпрацю з ЗВО, роботодавцями, практиками - рекламними та маркетинговими агенціями.

Слабкі сторони:

- відсутня міжнародна мобільність здобувачів;
- відсутність дуальною освіти;
- не всі НПП, які забезпечують викладання дисциплін навчального плану ОНП, мають сертифікати з іноземною мови на рівні B2 та вище, що стримує залучення іноземних здобувачів та визнання міжнародного рівня програми.

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

Розвиток ОНП:

- виконати в ОНП корегування запланованих освітніх компонент та результатів навчання, відповідно до громадського обговорення та запитів стейкхолдерів. З цією метою на обговорення надано проєкт ОНП в редакції 2024 року;
- підвищення якості підготовки здобувачів та викладачів ОНП «Маркетинг» шляхом розширення можливостей використання віртуального освітнього простору шляхом співпраці з академічним середовищем зарубіжних партнерів, тобто залучення експертів галузі до аудиторних занять (університети Німеччини, Словенії, Польщі, Болгарії та іншими);
- активізація роботи щодо розширення участі здобувачів та викладачів ОНП в програмах віртуальної та реальної міжнародної академічної мобільності та грантових програмах як вже з існуючими партнерами, так і розвитку подальшого співробітництва з роботодавцями та зарубіжними партнерами (університетами Словенії, Польщі, Італії, Угорщини та іншими);
- розширення можливості ОНП щодо прийняття іноземних здобувачів;
- використовувати в освітньому процесі матеріали платформа неформальної освіти;
- продовжити на постійній основі запроваджене у 2023 році функціонування практичної підготовки з рекламним та маркетинговими агентами та освітнього проєкту «Практикуму з маркетингу в НТУ «ХПІ»», започаткованого у 2022 році
- вивчення та впровадження в освітній процес підходів щодо модернізації навчання, інноваційних технологій та оцінювання.

Запевнення

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

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

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

Додатки:

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

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

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

Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом/кваліфікованою електронною печаткою.

Інформація про КЕП

ПІБ: Сокол Євген Іванович

Дата: 26.01.2024 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності	навчальна дисципліна	1_1_Світоглядні та соціокультурні основи, денна (2).pdf	oZixANXRcL2VKY9fgXa52s5JzQ+k01X5b58+9ff00ds=	Під час вивчення дисципліни використовуються аудиторії кафедри 219 У2 філософії. Програмне забезпечення: 1. Microsoft Office 365 (Найновіша - в рамках програми Microsoft Education: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Visio 2. Windows 10 Education (Academic Open License) 3. Проектор EPSON, мультимедіана дошка
Іноземна мова для комунікації у науково-педагогічному середовищі	навчальна дисципліна	1.2.Іноземна мова для комунікації у науково-педагогічному середовищі_мккія.pdf	ogwpxaJcgiuJRH98qpTh9lnErZLpNGuhqPK2LAkKlhg=	Під час вивчення дисципліни використовуються аудиторії кафедри міжкультурної комунікації та іноземної мови 214У2 Програмне забезпечення: 1. Microsoft Office 365 (Найновіша - в рамках програми Microsoft Education: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Visio 2. Windows 10 Education (Academic Open License) 3. Проектор EPSON, мультимедіана дошка
Представлення наукових результатів	навчальна дисципліна	1.1.3_Представлення наукових результатів.pdf	VPtt+/1Tr3T4zbGZ/xjhSX70qbL8//L/DWLU151Ds6w=	Під час вивчення дисципліни використовуються аудиторія бібліотеки 63 та 69 Програмне забезпечення: 1. Microsoft Office 365 (Найновіша - в рамках програми Microsoft Education: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Visio 2. Windows 10 Education (Academic Open License) 3. Проектор EPSON, мультимедіана дошка
Інноваційний маркетинг	навчальна дисципліна	1.2.1 Інноваційний маркетинг 2023.pdf	jCG4fJIKpLVbM/qYmCMsKEaVQ0x4TMRfyQvn+9gf59Q=	Під час вивчення дисципліни використовуються аудиторія кафедри 604 У2 (лаб.) маркетингу Програмне забезпечення: 1. Microsoft Office 365 (Найновіша - в рамках програми Microsoft Education: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Visio 2. Windows 10 Education (Academic Open License) 3. Проектор EPSON, мультимедіана дошка
Діагностика маркетингової діяльності підприємства	навчальна дисципліна	1_2_2_Діагностика марк дія льн_1.pdf	jGyYHVTM1rQxgTfhp3n7xELVgrghM66qm942Kegauj4=	Під час вивчення дисципліни використовується аудиторія кафедри маркетингу 617 У2(лаб.) 1. Philips 227e 22", Intel Core i5 4690k (14 шт., 2017 р.) 2. Windows 10 Education (Academic Open License) 3. Microsoft 365 (безкоштовний план А1 для навчальних закладів): - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Visio 4. Conda (Open Source License) 5. Jupyter (Open Source License)
Маркетинг знань	навчальна дисципліна	1.2.3 Маркетинг знань_.pdf	eVh18GoKfNbXFKYEkUTooMsq14jR3tMaac7E1QjCUA=	Під час вивчення дисципліни використовуються аудиторія кафедри маркетингу 605 У2(лаб.) Програмне забезпечення: 1. Microsoft Office 365 (Найновіша - в рамках програми Microsoft Education:

				<ul style="list-style-type: none"> - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Visio 2. Windows 10 Education (Academic Open License)
Кількісні методи в управлінні маркетингом	навчальна дисципліна	1.2.4 Кількісні методи дослідження.pdf	HXYkY7vpNm5ddj4GEjffTr0eDagrZ9HUJzPv5rKLDhXc=	Під час вивчення дисципліни використовується аудиторія кафедри маркетингу 719 У2 (лаб.) 1. LG 22MP55D-P 22", Intel Core i5 4440 (14 шт., 2014 р.) 2. Windows 10 Education (Academic Open License) 3. Microsoft 365 (безкоштовний план А1 для навчальних закладів): <ul style="list-style-type: none"> - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Visio 4. Truffle (MIT License) 5. Geth (MIT license) 6. Visual Studio Code (Freeware)
Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу	навчальна дисципліна	1.2.5 Інновац. технол. пед. діяльн сфери маркетингу.pdf	GNTt2UBsCSMXy8Jg0gDceh56cwFLJtRhJu+bugd76nE=	Під час вивчення дисципліни використовується аудиторія кафедри маркетингу 618 У2 (лекц.) 1. Intel Core i3-8100 (1 шт., 2018р.) 2. Microsoft 365 (безкоштовний план А1 для навчальних закладів): <ul style="list-style-type: none"> - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Visio 3. Проектор EPSON, мультимедійна дошка
Педагогічна практика	практика	! Програма педпрактики 075 для 2021_26_09_1 звіт остаточно с додатком В.pdf	N2r9gl+eIkhS9pcGzeLQwjrktJyp9A9XuiyrNgVQJ8=	Під час вивчення дисципліни використовується аудиторія кафедри маркетингу 618 У2 (лекц.) 1. Intel Core i3-8100 (1 шт., 2018р.) 2. Microsoft 365 (безкоштовний план А1 для навчальних закладів): <ul style="list-style-type: none"> - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Visio 3. Проектор EPSON, мультимедійна дошка
Наукова (або виробнича) практика	практика	! Програма наукової практики 075 для 2022 методичка з підписами (2).pdf	iUnrSHuMSe00N77wtDTJJPHA/eVtEGdMST0Hn0EM78s=	Програмне забезпечення: 1. Microsoft Office 365 (Найновіша - в рамках програми Microsoft Education): <ul style="list-style-type: none"> - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Visio 2. Windows 10 Education (Academic Open License)

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

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

ID викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування
184970	Кітченко Олена Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2003, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом спеціаліста, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2005, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом магістра, Українська інженерно-педагогічна академія, рік закінчення: 2018, спеціальність: 011	18	Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу	1, 3, 4, 8, 11, 12, 14, 19 П 1. 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. Agalarova K., Zemliakova O., Miroshnik M., Kitchenko O., Mironenko N., Reshetniak N., Kuzmenko O. Social advertising as a tool of social marketing and a way to form a positive brand image. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. 2022, № 12/01/XXV. (Vol. 12, issue 1, special issue XXV). p. 207-212. https://www.magnanimitas.cz/A/DALTA/120125/papers/A_37.pdf 2. Васильцова С. О., Кітченко О.М., Ільїна О.К. Використання інтернет-маркетингу для активізації підприємницької діяльності.

Науки про освіту,
Диплом кандидата
наук ДК 012800,
виданий 28.03.2013,
Атестат доцента 12ДІ
044373, виданий
29.09.2015

Вісник Національного
технічного університету "ХПІ"
(економічні науки) = Bulletin
of the National Technical
University "KhPI" (economic
sciences) : зб. наук. пр. –
Харків : НТУ "ХПІ", 2021. №
3. С. 89-92.
[http://repository.kpi.kharkov
.ua/handle/KhPI-Press/56966](http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56966)
3. Мірошник М. В., Кітченко
О.М. Міжнародний маркетинг
зовнішньоекономічної
діяльності підприємств:
теорія, практика,
перспективи. Вісник
Національного технічного
університету "ХПІ"
(економічні науки) = Bulletin
of the National Technical
University "KhPI" (economic
sciences) : зб. наук. пр.
Харків : НТУ "ХПІ", 2022. №
1. С. 41-45.
[http://repository.kpi.kharkov
.ua/handle/KhPI-Press/58239](http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58239)
4. Кітченко О. М., Мірошник
М.В., Васильцова С.О.
Маркетингова комунікаційна
політика виноробних
підприємств України в умовах
воєнного часу. Ефективна
економіка. 2022. № 9. – URL:
[https://nauka.com.ua/index.ph
p/ee/article/view/553](https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/553) (дата
звернення: 04.10.2022). DOI:
[https://doi.org/10.32702/2307
-2105.2022.9.28](https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.9.28)
5. Diana Raiko, Irina
Fedorenko, Olena Kitchenko,
Valerii Kobieliiev, Mariia
Litvynenko, Tatiana Romanchik
Management of the interaction
of the enterprise with
partners and consumers:
models, methods and
information interaction
Logistics systems:
technological and economic
aspects of efficiency: –
collective monograph. –
Kharkiv: PC TECHNOLOGY
CENTER, 2022. p. 135-169
(Scopus) DOI:
[https://doi.org/10.15587/978-
617-7319-66-4](https://doi.org/10.15587/978-617-7319-66-4)
6. Sysoiev, V., Kuchina, S.,
Kitchenko, O., Romanchik, T.
& Kuchin, A. (2022). The
creation of dynamic visual
objects as a factor for
optimizing advertisements in
e-commerce. Journal The
Messenger, Vol. 14, Issue 1,
pp.57-74. DOI:
[http://dx.doi.org/10.26623/th
emessenger.v14i1.4217](http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v14i1.4217) (Web of
Science)
7. Кітченко, О. М. (2023).
Вибір стратегії розвитку
підприємства на стадії бізнес
проекування. «Проблеми
сучасних трансформацій.
Серія: економіка та
управління», (7).
[https://doi.org/10.54929/2786
-5738-2023-7-04-08](https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-08)
П 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:
1. Маркетингова діяльність
підприємств [Електронний
ресурс] : навч. посіб. / О.
П. Косенко [та ін.] ; ред. О.
П. Косенко ; Нац. техн. ун-т
"Харків. політехн. ін-т". –
Електрон. текстові дані. –
Харків, 2018. 1007 с. – Режим
доступу:
[http://repository.kpi.kharkov
.ua/handle/KhPI-Press/35863](http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/35863)
Авторський внесок: (Розділ
6.1 с.365-373, Розділ 10.1
с.807-845) обсяг 2,2 ум. авт.
арк.
2. Маркетинг промислового
підприємства : навч. посіб. /
за ред. проф. А.І. Яковлева,
проф. М.І. Ларки. – К. :
Видавничий дім «Кондор»,
2019. 504 с. Авторський
внесок: Розділ 2 с. 31-76.
обсяг 1,5 ум. авт. арк.
[http://repository.kpi.kharkov
.ua/handle/KhPI-Press/42123](http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/42123)
3. Кучина С.Е. Управління
ресурсами підприємства: навч.
посіб. / С.Е. Кучина, О.М.
Кітченко, С.В. Чернобровкіна
– Харків: НТУ «ХПІ», 2021. –
227 с. Авторський внесок:
обсяг 3,3 ум. авт. арк.
[http://bitstream/khpi-
Press/51916/1/Book_2021_Kuchi
na_Upravlinnia.pdf](http://bitstream/khpi-press/51916/1/Book_2021_Kuchina_Upravlinnia.pdf)
4. Кітченко О.М. Маркетингові
комунікації. Маркетингова
діяльність підприємства :
навчальний посібник / за заг.
ред. Косенко О.П. Нац. техн.
ун-т "Харків. політехн. ін-

т". – Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. С. 548 – 629.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstream/86e8a6b4-alc4-42a5-a8cd-183a032c2896/content> обсяг 1,5 ум. авт. арк.
5. Кітченко О.М. Медіапланування. Маркетингова діяльність підприємства : навчальний посібник / за заг. ред. Косенко О.П. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. С. 630 – 671.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstream/86e8a6b4-alc4-42a5-a8cd-183a032c2896/content> обсяг 1,5 ум. авт. арк.
6. Кітченко О.М. Рекламні технології. Маркетингова діяльність підприємства : навчальний посібник / за заг. ред. Косенко О.П. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. С. 672 – 711.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstream/86e8a6b4-alc4-42a5-a8cd-183a032c2896/content> обсяг 1,5 ум. авт. арк.
7. Кітченко О.М. Стратегічний маркетинг. Маркетингова діяльність підприємства : навчальний посібник / за заг. ред. Косенко О.П. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. С. 764 – 832.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstream/86e8a6b4-alc4-42a5-a8cd-183a032c2896/content> обсяг 1,5 ум. авт. арк.
Монографія: 8. Стратегічні проблеми оновлення промислового виробництва України в сучасних умовах: колективна монографія / За ред. Сударкіної С.П. – Х.: Друкарня Мадрид, 2020. – 230 с.; іл. 26, табл. 27, бібліогр. назв. 186.
Авторський внесок: Розділ 4. Теоретичні засади та алгоритм розробки стратегічних планів розвитку промислового підприємства (с. 72-84) обсяг 1,5 ум. авт. арк.
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47744>
9. Кітченко О.М. Стратегічний потенціал підприємства та його конкурентоспроможність. Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій : кол. монографія / О. П. Косенко [та ін.] ; заг. ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків: ТОВ "Оберіг", 2023. – С.97-133.
URI:
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606> обсяг 1,5 ум. авт. арк.
П 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. Методичні вказівки для проведення практичних занять з курсу «Рекламні технології» для студентів економічного факультету денної та заочної форми навчання. – Кітченко О.М., Кучіна С.Е. – Харків: Вид-во «Друкарня Zebra» - 2019. – 81с. Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/42434/3/prohramy_2019_R eklamni_tekhnologii.pdf
2. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Ціноутворення» для студентів спеціальності 051 «Економіка», освітня програма «Економіка»/ уклад.: В.М. Кобелев, О.М. Кітченко, С.Е. Кучіна. – Харків: НТУ «ХПІ», 2019. – 37 с.
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47192>
3. Методичні вказівки до виконання контрольних робіт з курсу «Рекламні технології» для студентів заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг» / уклад. О.М. Кітченко. – Харків : НТУ «ХПІ», 2020. – 14 с. – Укр. мовою.
http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/52653/1/prohramy_2021_R

eklamni_tekhnolohii.pdf
4. Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни "Стратегічний маркетинг" [Електронний ресурс] : для студентів всіх форм навчання спец. 075 "Маркетинг" / уклад. О. М. Кітченко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2021. – 54 с. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61343>

5. Методичні вказівки до виконання практичних завдань з дисципліни "Маркетинг" : для студентів денної форми навчання спец. 073 Менеджмент / уклад.: С. В. Чернобровкіна, С. О. Васильцова, О. М. Кітченко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХПІ", 2022. – 66 с. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56758>

6. Методичні вказівки до написання дипломної роботи для здобувачів спеціальності 075 "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 36 с. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61121>

7. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 32 с. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61123>

8. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : НТУ "ХПІ", 2022. – 32 с. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61124>

9. Методичні вказівки до виконання курсового проєкту з дисципліни "Стратегічний маркетинг" [Електронний ресурс] : для здобувачів спец. 075 "Маркетинг" освітньо-професійної програми "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти / уклад. О. М. Кітченко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 25 с. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62587>.

10. Методичні вказівки до виконання курсового проєкту з дисципліни "Медіапланування" [Електронний ресурс] : для здобувачів спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійної програми "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / уклад. О. М. Кітченко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 25 с. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62589>.

11. Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни "Медіапланування" [Електронний ресурс] : для здобувачів спеціальності 075 "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / уклад. О. М. Кітченко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 34 с. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62590>

П8. Виконання функції (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, що індексується в бібліографічних базах:
1. Науковий керівник і відповідальний виконавець окремих розділів роботи за хоз. договірною темою № 17995

від 18.09.2020р. з ТОВ «ВПК» (01.10.2020 до 01.10.2021р), «Розробка підходів щодо вдосконалення системи стратегічного маркетингового планування на малих підприємствах».

П 11. Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою): Договір №17-66/207 – 2018 Про наукову співпрацю з ТОВ «Спіра Сервіс» від 22.12.2018 Договір науково-технічне співробітництво та наукове консультування № 201/02-2022 від 01.09.2022р з ТОВ «ВПК»

П 12. Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій: 1. Кітченко О.М. Світовий ринок реклами: стан та перспективи розвитку в умовах пандемії // Кітченко О.М., Ахапкіна К.В. / Національні особливості та світові тенденції управління та адміністрування на макро-, мезо- і мікрорівнях економіки: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 9-10 квітня 2021 р.). – Дніпро: ПДАБА, 2021. – С. 77-79. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/52845>

2. Кітченко О.М., Ільїна О.К. Основні способи економії рекламного бюджету // "Світ економічної науки. Випуск 30": матеріали міжнародної науковопрактичної інтернет-конференції економічного спрямування. – Тернопіль, 2021. – С. 18-20. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/52848>

3. Кітченко О.М., Кірч А.С. Формування маркетингової стратегії розвитку поліграфічних підприємств. Економіка, фінанси, облік, управління та право: проблеми, тенденції, досягнення: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 9 листопада 2021 р.): у 2 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2021. Ч. 2. С. 29-31.

4. Ільїна О.К., Кітченко О.М. Процес формування ефективної комунікаційної політики підприємства. XV Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів «Теоретичні та практичні дослідження молодих науковців» (01-03 грудня 2021 року): матеріали конференції / за ред. проф. Є.І. Сокола. – Харків : НТУ «ХПІ», 2021. С. 295-296. <http://web.kpi.kharkov.ua/masters/wp-content/uploads/sites/135/2021/12/TPRY5-2021.pdf>

5. Кітченко О.М., Ронзік Є.С. Застосування інструментів маркетингових комунікацій в залежності від стадії ЖЦТ. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2022). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2022). Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition]. P. 65-68.

6. Кітченко О. М. Використання стратегій просування в інтернет-маркетингу / О. М. Кітченко, К. В. Ахапкіна // Слобожанські наукові читання: соціально-економічні та гуманітарно-правові виміри [Електронний ресурс] : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 15-16 листопада 2022 р. / ред. кол.: Н. С. Краснокутська [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2022. – С. 132-135. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61349>.

7. Кітченко О. М. Аналіз продукту та цільової аудиторії як ключові елементи концепції маркетинг-мікс / О. М. Кітченко, О. К. Гринькова // Слобожанські наукові читання: соціально-економічні та гуманітарно-правові виміри [Електронний ресурс] : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 15-16 листопада 2022 р. / ред. кол.: Н. С.

Краснокутська [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2022. – С. 135-138. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61350>.

8. Кітченко О.М. E-mail маркетинг як інструмент digital стратегії. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXI міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2023, 17–20 травня 2023 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. Харків: НТУ «ХПІ», 2023. С. 728.

9. Zatyuaichenko A.V., Kitchenko O.M. Advertising on the Internet: features, advantages and disadvantages. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXI міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2023, 17–20 травня 2023 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. Харків: НТУ «ХПІ», 2023. С. 681.

П 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 проектів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних, всеукраїнських мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проектів (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;

Науковий керівник студентки гр. БЕМ-М919а Білошкуренко Н.Г., яка отримала диплом III ступеня за перемогу у IV Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг», м. Хмельницький 2020 р.

П 19. Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях: Сертифікат № 279 від 22.09.2018 р. про членство в Українській асоціації маркетингу.

1. Прийнято участь в XIV Міжнародній методичній школі-семінарі «Сучасні педагогічні технології в освіті», 2019 р.

2. Отримано диплома магістра за спеціальністю Науки про освіту, кваліфікація Педагогічний та науково-педагогічний працівник закладів освіти. Українська інженерно-педагогічна академія, 2018 р.

3. Підготовка та проведення відкритого бізнес-тренінгу

						<p>для учнів випускних класів ЗСШ м. Харкова на тему: Як завоювати глядача в рекламі: психологія реклами, креатив в рекламі та техніки розробки рекламного звернення, 24.11.2018 р. 12.00-14.00</p> <p>бібліотека НТУ «ХПІ» к. 63</p> <p>4. Прийнято участь в тренінгу «Стандарт недискримінаційної реклами: методичні рекомендації щодо включення в робочі програми навчальних дисциплін» 20-21 лютого 2019 р. організатор Громадська організація «Українська асоціація маркетингу». Диплом учасника.</p> <p>5. Прийнято участь в XIII міжнародному рекламно-маркетинговому фестивалі Remarketing 31.10.2019 р. – Диплом учасника.</p> <p>6. Підготовка та проведення відкритого бізнес-тренінгу для учнів випускних класів ЗСШ м. Харкова на тему: Як завоювати глядача в рекламі. 28.10. 2019 р. 11.00-12.00 арсенал Ідей НТУ «ХПІ».</p>	
196538	Заруба Віктор Яковлевич	Професор, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом спеціаліста, Харківський орден Ленна політехнічний інститут ім. В.І. Леніна, рік закінчення: 1974, спеціальність: Динаміка польоту та управління, Диплом доктора наук ДН 001084, виданий 01.04.1994, Диплом кандидата наук ТН 052987, виданий 21.04.1982, Атестат доцента ДЦ 002235, виданий 17.12.1987, Атестат професора ПР 001045, виданий 21.12.2001	45	Кількісні методи в управлінні маркетингом	<p>П.1, 2,3,4,6,8,11,12,19</p> <p>П1.1. Zaruba, V., Potrashkova, L., Guryanova, L., Sokol, K., Kuxa, I. (2022). Analysis of the policy of operation activity of an enterprise with product reservation. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 1 (3 (115)), 31–42. doi: https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.252667 (Scopus)</p> <p>2. Заруба В.Я. Аналіз політики оптимізації тривалості збору замовлень в умовах випадкових коливань попиту / В.Я. Заруба, І.А. Парфентенко // Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій. Серія «Економіка і управління» Вип. 51. К.: ДУІТ, 2022. С.20-32. DOI: 10.32703/2664-2964-2022-51 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65045</p> <p>3. Заруба В.Я. Аналіз інноваційної активності виробничих організацій з позиції системного підходу. / В.Я. Заруба, І.А. Парфентенко // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). – №4 (2021) – С. 12-19 ISSN 2519-4461 http://es.khpi.edu.ua/article/view/259841</p> <p>4. Заруба В. Я., Парфентенко І. А. Методи використання вебсайтів в інтегрованому просуванні бізнесу організацій/ В.Я. Заруба, І.А. Парфентенко// Економіка промисловості. 2021. № 2 (94). С. 125-140. http://doi.org/10.15407/economy2021.02.125.</p> <p>5. Заруба В.Я. Значення маркетингових досліджень в діяльності підприємств В2С сектору/ В.Я. Заруба, І.А. Парфентенко// Науковий вісник. Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія „Економічні науки“. 2019. Вип. 1 С. 76-82 http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41244</p> <p>6. Міщенко В. А., Ковальов Е.В., Заруба В.Я. Перерва П.Г. Вартісна оцінка інвестиційно-інноваційних проектів на підприємствах машинобудування та електроенергетики. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки): зб. наук. пр. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2019. – № 24 (1349). С. 44-49. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/48101</p> <p>П2. Свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір:</p> <p>1. №87406 Науковий твір «Формування іміджу підприємства у системі управління мотиваційними умовами його діяльності» від 4.04.2019;</p> <p>2. №87407 Стаття «Моделі погоджування виробничих ресурсів підприємства з поточним попитом на продукцію» від 4.04.2019;</p> <p>3. №87654 Стаття «Ціннісноорієнтоване управління мотиваційними умовами діяльності підприємства» від 11.04.2019;</p> <p>4. №87655 Стаття «Маркетинг партнерських стосунків у навчально-виховному процесі вищого навчального закладу» від 11.04.2019;</p> <p>5. №87656 Стаття «Модельовання реклами нового споживчого товару»</p>

довгострокового використання» від 11.04.2019.

ПЗ. І.Віктор Заруба, Ірина Парфентенко. Математичне моделювання в управлінні маркетингом. Навчальний посібник. – GlobeEdit, 2022. – 77с. ISBN: 978-620-0-63101. <https://drive.google.com/file/d/1RkBDrHbHLTzshXEMxrZy9FVnbSPowZKO/view?usp=sharing>

П 4. 4. 1. Заруба В. Я. Маркетинг роздрібної торгівлі : навч.- методичний посібник / В. Я. Заруба, І. А. Парфентенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – 106 с. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41625>

2. Заруба В. Я. Маркетингові комунікації : навчально-посібник / В. Я. Заруба, І. А. Парфентенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – 50 с. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41627>

3. Заруба В. Я. Кількісні методи в управлінні маркетингом. Навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей / В. Я. Заруба, І. А. Парфентенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ «ХПІ», 2020. – 106 с. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/48093>.

П 6.6. Потрашкова Людмила Володимирівна, доктор економічних наук, 08.00.11-математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці, «Моделювання соціально відповідальної діяльності підприємства», 2021 р., ДД 011059 від 15.04.2021 р., ХНЕУ ім. С. Кузнеця

П 8.8.1. Керівництво НДР за госпдоговірною тематикою «Просування бізнесу фірми за допомогою сайтів соціальних медіа», договір № 88022 від 15.07.2021 р.

2. Член редакційної колегії наукового фахового видання «Маркетинг і менеджмент інновацій»

П 11.11. ДОГОВІР № 88/246-2019 Про наукову та творчу співпрацю, 25 березня 2019 р. ТОВ «ТРАНСАВТО»

П 12.12.1. Заруба В. Я. Трансформація організацій в інформаційному суспільстві / В. Я. Заруба // New economics – 2019 : матеріали Міжнар. наук. форуму, 14-15 листопада 2019 р. – Київ : КНЕУ, 2019. – С. 90-93. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/43131>

2. Заруба В. Я., Парфентенко І. А. Уровні рефлексії управління ситуаціями бізнес-деятельности // Сучасні проблеми моделювання соціально-економічних систем. Матеріали XII міжнародної науково-практичної конференції – Мультимедійне наук. електрон. вид. – Братислава – Харків, ВШЕМ – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. ISBN 978-80-89654-65-9. <https://mpsesm.org/book/2020/thesis05-862.html#thesis05-862>

3. Viktor Zaruba, Iryna Parfentenko, "Risk management models in operative planning at an industrial enterprise". Published in: 2020 IEEE International Conference on Problems of Infocommunications. Science and Technology (PIC S&T), IEEE, October 2020. P. 33-38.

4. Заруба В. Я. Системний підхід до дослідження інноваційної активності виробничих організацій. Секція 7 "Маркетинг, інновації та креативна економіка як інструменти сталого розвитку" / В.Я. Заруба, І.А.Парфентенко // Потенціал сталого розвитку в умовах сучасних регіональних та глобальних викликів. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 11-13 травня 2022р. – Мультимедійне наук. електрон. вид. – Чернівці – Сучава, ВШЕМ – ЧНУ ім. Ю. Федьковича, 2022. С. 69-70. Ел. ресурс: <https://drive.google.com/file/d/1wHVM3-q397kRnpb0ffwhD1gM-TXZY6F-/view?usp=drivesdk>

5. Заруба В. Я. Оперативне планування виробництва в умовах випадкових коливань попиту / В. Я. Заруба, І. А.

						<p>Парфентенко // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доп. 30-ї Міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2022. – Харків : НТУ "ХПІ", 2022. – С. 527. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62531 6. Заруба В. Я. Конкуренентоспроможність та успішність бізнес організації з позиції стратегічного менеджменту. "Системний аналіз і прийняття рішень" / В.Я. Заруба, І.А.Парфентенко // Сучасні проблеми моделювання соціально-економічних систем. Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції. – Мультимедійне наук. електрон. вид. – Харків, ВШЕМ – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. https://mpsesm.org/index.php/mpsesm/mpsesm-xiv/paper/view/1049/849 7.Заруба В. Я. Процедури адаптивного планування товарної пропозиції підприємства в умовах невизначеності / В. Я. Заруба, І. А. Парфентенко // Актуальні проблеми прогнозування розвитку соціально-економічних систем : монографія / ред. : О. І. Черняк, П. В. Захарченко. – Мелітополь : Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2019. – С. 70-81. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/42438 8.Заруба В.Я., Потрашкова Л.В. Реалізація імітаційної моделі оцінювання стратегічного потенціалу підприємства. Информационные средства моделирования в информационной экономике: монографія / под ред. В.С. Пономаренко, Т.С. Клебановой. Харьков, ВШЕМ – ХНЭУ им. С. Кузнеця, 2019. С. 207-219. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/48899 П 19. Участь у роботі ВГО „Українська асоціація маркетингу” (член Ради ВГО УАМ, голова харківського обласного осередку)</p>	
349446	Ілляшенко Наталія Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом магістра, Сумський державний університет, рік закінчення: 2006, спеціальність: 050107 Економіка підприємства, Диплом доктора наук ДД 010320, виданий 26.11.2020, Диплом кандидата наук ДК 058236, виданий 10.03.2010, Аттестат доцента 12ДЦ 037594, виданий 17.01.2014	12	Маркетинг знань	<p>П. 1, 3, 4, 5, 7, 8, 12, 13, 19 П1) 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. Illiashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiashenko Natalia, Golyшева Ievgeniia. Prospects for the Development of the Digital Labour Market in Ukraine: The National and Regional Aspects. Studia Regionalne i Lokalne. 2023. Nr 2(92). 50-66. doi: 10.7366/1509499529204 (Скопус) 2. Natalia Illiashenko, Sergii Illiashenko, Yuliia Shypulina, Ievgeniia Golyшева, Natalia Tomczewska-Popowycz, Małgorzata Rutkowska and Janusz Klisinski. The Impact of COVID-19 on the Development of the Segment of the International Tourism Market in Ukraine Focused on Arab Tourists. SHS Web of Conferences 126, 07001 (2021) URL: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2021/37/shsconf_sdppp2021_07001/shsconf_sdppp2021_07001.html 3. Illiashenko, S., Illiashenko, N., Shypulina, Y., Raiko, D., Bozhkova, V. (2021). Approach to assessment of prerequisites for implementation of strategic directions of innovative development of industrial enterprises. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 3 (13 (111)), 31–46 (Scopus) 4. Illiashenko N. Knowledge management at Ukrainian industrial enterprises in the context of innovative development / S. Illiashenko, Y. Shypulina, N. Illiashenko, O. Gryshchenko, A. Derykolenko // Engineering Management in Production and Services. 2020. Vol. 12, Issue 3, pp/ 43-56. DOI: 10.2478/emj-2020-0018 (Scopus) 5. Illiashenko N. The Information Support</p>

System's Formation of Marketing Innovative Decisions in Ukrainian Companies / S. Illiashenko, Y. Shypulina, O. Gryshchenko, N. Illiashenko // International Journal of Advanced Science and Technology. 2020. Vol. 29, No. 6s, pp. 1066-1073. <http://serc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9185> (Scopus)

6. Ілляшенко Н.С. Методичні засади вибору стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислового підприємства // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2019. – Випуск 33. – С. 108-112.

7. Ілляшенко Н.С., Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Управління вибором перспективних напрямів використання знань на підприємстві / Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2019. – Випуск 23, частина 1. – С. 91-95. 8. Ілляшенко Н.С. Теоретико-методологічні засади визначення випереджуючих траєкторій інноваційного прискорення промислових підприємств // Бізнес Інформ. – 2019. – №2. – С. 95–101.

9. Методичний підхід до аналізу і задоволення інтересів суб'єктів інноваційної діяльності організації в умовах імовірнісної оцінки / Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. – Інфраструктура ринку (електр). – 2019. – №30. – С. 146-151- Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/24.pdf

10. Ілляшенко Н.С. Управління знаннями при формуванні стратегії випереджаючого інноваційного розвитку підприємства / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко // Проблеми системного підходу в економіці. – 2019. – Випуск 3 (71). Частина 1. – С. 215-223

11. Ілляшенко Н.С. Механізм управління стратегіями випереджаючого науково-технологічного інноваційного розвитку промислового підприємства. Ефективна економіка. 2020. №2. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7636>

12. Ілляшенко Н.С. Засади функціонування механізму управління стратегіями випереджаючого науково-технологічного розвитку промислового підприємства. Інфраструктура ринку. 2020. №40. С. 203-209. http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/40_2020_ukr/38.pdf

13. Ілляшенко Н.С., Мельник Ю.М. Система критеріїв оптимізації вибору стратегій випереджаючого інноваційного розвитку. Ефективна економіка. 2020. № 8. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8109> (дата звернення: 10.12.2020).

14. Ілляшенко Н.С., Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Застосування методів і інструментів маркетингу для розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. Маркетинг і цифрові технології. 2021. Т. 5. № 2. С. 14-26

15. Ілляшенко Н.С., Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Управління брендом в контексті формування конкурентних переваг закладу вищої освіти. Інфраструктура ринку. 2021. Випуск 57. С. 63-69.

16. Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко С.М. Аналітичне забезпечення планування продуктової інноваційної політики промислового підприємства в умовах трансформації технологічних укладів. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. № 5. Т. 1. С. 199-204. URL: <http://journals.khnu.km.ua/ve.stnik/?p=8552>

17. Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко С.М. Маркетингове управління

інтелектуальним капіталом підприємства в контексті його інноваційного розвитку. Маркетинг і цифрові технології. 2022. Т 6. № 1. С. 64-78. 18. Illiashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiashenko Nataliia, Golysheva Ievgeniia. Intellectual capital management of the university in the system of its innovative development. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2022. № 1. С. 74-83. URL: <http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2022-1/Illiashenko.pdf> 19. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління на засадах маркетингу стратегіями екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку в повоєнний період: національний і міжнародний аспекти. Маркетинг і цифрові технології. 2022. № 4. С. 47-60. DOI: 10.15276/mdt.6.3.2022.5 URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/276/175> 20. Illiashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiashenko Nataliia, Raiko Diana. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2022. № 2. С. 97-106. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-16-2-97-106 21. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Розвиток закладів вищої освіти в умовах четвертої промислової революції. Бізнес Інформ. 2023. № 1. С. 60-67. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-60-67> URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2023-1_0-pages-60-67.pdf 22. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Інноваційний капітал і інноваційна культура в управлінні інноваційним розвитком підприємств в умовах технологічних трансформацій. Проблеми економіки. 2023. №1. С. 96-104. 23. Illiashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiashenko Nataliia, Golysheva Ievgeniia. Digitalization as a direction of innovative development of Ukrainian universities in the conditions of technological transformations. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2023. № 1. С. 128-138. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-17-1-128-138 24. Прокопенко, О. В., Ілляшенко, Н. С., Штика Ю. М., Казаков, В. В., & Хоменко, Є. В. (2023). Стратегічні напрямки соціально-економічного розвитку освітньої сфери України та країн ЄС. Академічні візії, (15). вилучено із <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/535> DOI: 10.5281/zenodo.8311589

ПЗ) 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. Моделювання вибору стратегій інноваційного розвитку промислового підприємства: маркетингові аспекти / С.М. Ілляшенко, Н.С. Ілляшенко // Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій / за ред. д.е.н. доц. В.А. Фаловича. – Тернопіль: ФФ-П Шпак В.Б., 2019. – С. 57-66.

2. Управління розробленням орієнтованої на знання стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна,

Н.С. Ілляшенко // Тестування та оцінювання комерційних перспектив товарних інновацій: колективна монографія / за ред. Нагорного Є.І. – Суми: Триторія, 2019. – С. 193-204.

3. Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С., Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком підприємства на основі його інноваційної культури. Інституціональна модель інноваційної економіки: колективна монографія / за ред. Ляшенка В. І. Прокопенко О. В., Омелянєнко В. А. – Суми: Триторія, 2019. 97-113.

4. Ілляшенко Н. С. Управління випереджаючим інноваційним розвитком промислових підприємств : монографія. Суми : Триторія, 2019. 504 с.

5. Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко С.М. Оптимізація вибору стратегій випереджаючого інноваційного розвитку підприємства за критерієм задоволення інтересів суб'єктів інноваційної діяльності організації в умовах їх імовірнісної оцінки. Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств : монографія / за заг. ред. к. е. н., доц. Н. С. Ілляшенко. Суми : Триторія, 2019. С. 125-133.

6. Illiashenko N. S., Nagorni Y. I., Shipulina Yu. S. Prerequisites for the success of the strategies of the advancing innovation acceleration of industrial enterprises of Ukraine. Prognostication and planning of economic development: microeconomic and macroeconomic levels. – Multi-authored monograph. – Vol. 2. – Lithuania: Publishing House "Baltija Publishing", 2019. – P. 636-651.

7. Gryshchenko Olena, Illiashenko Natalia, Illiashenko Sergii, Melnyk Yuliia, Shypulina Yuliia. Fundamentals of the management mechanism of innovative production commercialization of industrial enterprise. National Development Goals: Innovation Framework: Monograph / ed. By O. Prokopenko, V. Omelyanenko. Agenda Publishing House Limited, London, United Kingdom, 2020. P. 112-132.

8. Ілляшенко Н.С. Технологічна спроможність як сприяючий фактор на шляху до сталого розвитку. Соціо-екологічно-економічне управління в Україні: проблеми і перспективи: монографія / за заг. ред. Є.О. Голишевої. – Суми: Триторія, 2020 – С.26-35.

9. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Маркетинг знань в управлінні стратегіями інноваційного розвитку промислового підприємства. Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: монографія / [Ромат Є. В., Бабаченко Л. В., Багорка М. О., Білоткач І. А. та ін.] ; за заг. ред. Є. В. Ромата та С. Ф. Смерічевського. Київ.: Студцентр, 2021. С. 120-137.

10. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С., Райко Д.В. Перспективи і проблеми інноваційного розвитку в умовах четвертої промислової революції. Управління інноваційною діяльністю: теорія і практика: колективна монографія / за заг. ред. д.е.н., професора Витвицької О.Д. Київ: ТОВ «АГРАР МЕДІА ГРУП», 2021. С. 112-131.

11. Логістика: підручник / М.А. Цейтлін, Д.В. Райко, О.А. Біловодська, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко, В.Ф. Райко – Суми: ТОВ «Триторія», 2021. – 220 с.

12. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетингові комунікації в стратегіях інноваційного розвитку підприємств. Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі: монографія / [Ромат Є. В., Віктор J. J., Ваїак М., SanaK-Kosmowska K., Багорка М. О. та ін.] ; за заг. ред. В. Ф. Іванова та Є. В. Ромата. Київ : Студцентр, 2022. С. 86-96.

13. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетинговий аналіз проблем споживачів як фактора мотивації їх поведінки і джерела ідей інноваційних розробок. 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні: монографія / [Старостіна А.О., Дьоміна О.М., Телетов О.С., Бочко О.Ю. та ін.] ; за заг. ред. А.О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. С. 173-185.

14. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С., Райко Д.В. Комерціалізація знань в інноваційному процесі промислових підприємств. Інновації і трансфер технологій: методи, моделі та механізми управління: колективна монографія. за заг. ред. Омеляненка В.А. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань. 2023. С. 102-118.

15. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління інноваційним розвитком в умовах технологічних трансформацій : монографія. Суми: Триторія, 2023. 228 с.

П4) 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. Маркетинг інновацій : електронний курс. – Режим доступу: <https://ocw.sumdu.edu.ua/content/828>
2. Маркетинг послуг : електронний курс. Режим доступу: <https://ocw.sumdu.edu.ua/content/827>
3. Маркетинг : електронний курс. – Режим доступу: <https://ocw.sumdu.edu.ua/content/830>
4. Робочі програми з дисциплін

П5) Захист дисертації на здобуття наукового ступеня – Доктор економічних наук. Спеціальність 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Тема дисертації «Управління стратегіями випереджаючого науково-технологічного розвитку промислових підприємств»

П7) 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: Носовець О.І. «Інформаційно-аналітичне забезпечення контролювання результатів інноваційної діяльності промислових підприємств» (Спеціальність 073 – менеджмент), Одеса, 2020 р.
2. Офіційний опонент: Кофанов О.Є. «Маркетингове забезпечення реалізації стартап-проектів у науково-технічній сфері» (Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Київ, 2019 р.
3. Офіційний опонент: Черненко О.В. «Реформування маркетингової інформаційної системи виробників побутових котлів в умовах цифрової економіки» (Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Київ, 2019 р.
4. Офіційний опонент: Вишнеvsька К.В. «Оцінювання та механізм адаптації за постіндустріальних умов діяльності підприємства» (Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Кривий ріг, 2019 р.

П8) 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. Керівник держбюджетної теми «Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств», ДР № 0117U003928. (2017-2020 рр.).
2. Член редколегії наукового видання «Вісник Сумського національного аграрного університету» (Категорія Б).
3. Член редколегії наукового видання «Економічний вісник НТУУ «КПІ»» (Категорія Б).
4. Член редколегії науково-практичного журналу «Цифрова економіка та економічна безпека» (Категорія Б).

П12) Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій:

1. Застосування комп'ютерних інформаційних технологій в організації самостійної роботи студентів маркетологів / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко // Модернізація вищої освіти та забезпечення якості освітньої діяльності : Перша Міжнар. наук.-метод. конф., 31 травня 2019 р. : [тези] / редкол. : О.І. Червко [та ін.]. – Х. : ХДУХТ, 2019. – С. 285-286.
2. Ілляшенко С.М. Роль виставкової діяльності у просуванні промислового підприємства на ринку / С.М. Ілляшенко, І.В. Меркун, Н.С. Ілляшенко // Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-пр. конф., м. Херсон, 25-26 квітня 2019 р. – Херсон: Видавництво ФОР Вишемирський В.С., 2019. – С. 312-315.
3. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Наукові конференції як різновид ділового туризму: маркетинговий аспект. Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації: Збірник тез IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, (Кременчук, 5-7 листопада 2019 року). Кременчук: КрНУ, 2019. 139-141.
4. Ілляшенко С., Шипуліна Ю., Ілляшенко Н. Маркетинговое обеспечение инновационного развития промышленных предприятий // Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: Зб. Матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції [Електронний ресурс] – Київ : КНЕУ, 2020. – С. 125-126.
5. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Проблеми споживачів як вектор мотивації їх поведінки і джерело ідей інновацій // Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: II Міжнародна науково-практична конференція, 20-21 лютого 2020 р. : [тези доп.]. – Рівне: О. Зень, 2020С. 6-9.
6. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Завдання маркетингу інновацій в умовах трансформації технологічних укладів. Маркетинг: виклики та рішення : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 21 квітня 2021 року) / за ред. д.е.н., проф. І.Л. Литовченко. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 51-54.
7. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Перспективы и проблемы развития общества в условиях четвертой промышленной революции. Сталий розвиток аграрної сфери: інженерно-економічне забезпечення : матеріали 3-ї Міжнар. наук.-практ. конф., [20 жовтня 2021 р.] / ред. кол.: Д.І. Шеленко [та ін.] ; відп. за вип. С.М. Судомир ; Бережан. агротех. ін-т. – Бережани : Однорог Т.В., 2021. – С. 85-87.

П13) Проведення навчальних занять іноземною мовою (крім мовних навчальних дисциплін) в обсязі не менше 50 аудиторних годин на навчальний рік:

						Innovative business development – 48 год. 2022/2023 н.р. П. 19) Участь у професійних об'єднаннях за спеціальністю: Член Української Асоціації маркетингу. Сертифікат № 402 від 22.04.2019 р.	
74494	Ларка Людмила Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом спеціаліста, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2001, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 055107, виданий 14.10.2009, Атестат доцента ІДЦ 030202, виданий 19.01.2012	17	Діагностика маркетингової діяльності підприємства	<p>П. 1, 2, 3, 4, 8, 11, 12, 19 П. 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</p> <p>1. Ларка Л.С. Маркетингові дослідження як інформаційна основа діагностики маркетингової діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 1. С. 80 – 84. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/64035</p> <p>2. Ларка Л.С. Діагностика ефективності маркетингових досліджень в системі антикризового менеджменту. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. № 6. Т. 1. С. 224 – 227. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61034</p> <p>3. Ларка Л.С. Діагностика ефективності антикризового маркетингу на підприємстві. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 4. С. 40 – 43. https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/5cb0158b-5722-49b5-80c6-ab849973fdb/content</p> <p>4. Ларка Л. С., Васильцова С.О. Управління маркетинговими дослідженнями на підприємстві: стратегічний аспект. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). 2022. № 1. С. 27 -30. DOI: 10.20998/2519-4461.2022.1.27 URL: http://es.khpi.edu.ua/article/view/262315/258796</p> <p>5. Ларка Л.С., Чернобровкіна С. В. Визначення ефективності маркетингових досліджень показників ефективності. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). 2022. № 2. С. 29 - 32. DOI: 10.20998/2519-4461.2022.2.29 URL: http://es.khpi.edu.ua/article/view/262384/258844</p> <p>6. Ларка Л. С. Проблеми організації маркетингових досліджень в умовах пандемії COVID-19. Вісник Хмельницького університету. Економічні науки. 2022. № 3. С. 56 – 59. DOI: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-306-3-8 URL: http://journals.khnu.km.ua/ve-stnik/wp-content/uploads/2022/07/2022-306-08.pdf</p> <p>П. 2. Наявність одного патенту на винахід або п'яти деклараційних патентів на винахід чи корисну модель, включаючи секретні, або наявність не менше п'яти свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір Авторське свідоцтво № 113509 від 29.06.22 на науковий твір "Посилення маркетингового потенціалу підприємства за допомогою маркетингових досліджень" Авторське свідоцтво № 113596 від 05.07.22 на науковий твір "Роль маркетингових досліджень у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю компанії" Авторське свідоцтво № 114591 від 01.09.22 на науковий твір "Особливості організації проведення маркетингових досліджень в умовах інформаційного суспільства" Авторське свідоцтво № 114592 від 01.09.22 на науковий твір "Функції маркетингових досліджень на підприємстві" Авторське свідоцтво № 114593 від 01.09.22 на науковий твір "Специфіка проведення кабінетних маркетингових досліджень в мережі Інтернет".</p> <p>П. 3. Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи</p>

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. Маркетингова діяльність підприємств : підручник за заг. ред. Косенко О. П.2-ге вид., із змінами і доповненнями. Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с. Авторський внесок: 1,93 авт. арк. (розділ 3.

2 Управління маркетинговими дослідженнями)
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62858>

2. Ларка Л.С. Розділ Роль маркетингових досліджень у забезпеченні конкурентоспроможності організації бізнесу. Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій : кол. монографія / О. П. Косенко [та ін.] ; заг. ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків: ТОВ "Оберіг", 2023. 468 с. (С.319-355). Авторський внесок – 1,57 ум. арк. URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606>

П. 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. Методичні вказівки для самостійної роботи з дисципліни «Маркетингові дослідження» для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» / уклад. Л. С. Ларка. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 44 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66501>

2. Методичні вказівки до виконання розрахунково-графічного завдання з дисципліни «Маркетингові дослідження» для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти за освітньою програмою « Маркетинг » спеціальності 075 «Маркетинг» / уклад. Л. С. Ларка. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 16 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66503>

3. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни «Маркетингові дослідження» для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» / уклад. Л. С. Ларка. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 24 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66504>

П. 8. Виконання функції (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. Відповідальний виконавець теми "Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України" (№ ДР 0123U103225 від 13.07.2023). П. 11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше. ТОВ «Спіра Сервіс», наукове консультування з 24.12.2018 – 28.12.21 (договір № 17-66/207-2018).

П. 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. Тези доповідей:

1. Ларка Л. С. Особливості організації проведення маркетингових досліджень в умовах інформаційного суспільства. Управління

							<p>соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики: збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Мукачєво, 6-7 квітня 2022 р.). Мукачєво: МДУ, 2022. 272 с. (С. 253 –256). URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/57190</p> <p>2. Ларка Л.С. Посилення маркетингового потенціалу підприємства за допомогою маркетингових досліджень. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, 27 квітня 2022 р. // Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси: ЧДТУ, 2022. – 91 с. (с. 40) URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/57192</p> <p>3. Чернишов В. О., Ларка Л. С. Роль маркетингових досліджень у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю компанії. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, 27 квітня 2022 р. // Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси: ЧДТУ, 2022. – 91 с. (с. 81) URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/57191</p> <p>4. Макєєв Д. О., Ларка Л. С. Функції маркетингових досліджень на підприємстві. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : наук. вид. : тези доп. 28-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD 2020, [28-30 жовтня 2020 р.] : у 5 ч. Ч. 3 / ред. Є. І. Сокол. Харків : Планета-Прінт, 2020. С. 189. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/50691</p> <p>5. Макєєв Д. О., Ларка Л. С. Сталий розвиток економічних систем: маркетинговий аспект. Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : матеріали 12-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 27-28 травня 2020 р. Харків : Панов А. М., 2020. С. 402-403. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/46948</p> <p>П. 19 діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях. Членство в Українській Асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (свідоцтво № 455 від 22.10.2018 р.). Членство в Українській Асоціації Маркетингу (сертифікат № 275 від 22.09.2018 р.)</p>
14477	Тараров Яків Володимирович	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут соціально-гуманітарних технологій	Диплом спеціаліста, Харківський державний університет, рік закінчення: 1996, спеціальність: астрономія, Диплом доктора наук ДД 008640, виданий 06.10.2010, Диплом кандидата наук ДК 016948, виданий 11.12.2002, Атестат доцента 02ДЦ 011220, виданий 15.12.2005, Атестат професора 12ПР 008298, виданий 13.11.2012	25	Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності	<p>П. 3, 4, 6, 7, 8, 10, 11, 12. П.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. Філософські проблеми сучасно наукового пізнання: підручник для студентів-магістрів усіх спеціальностей і форм навчання. / Я.В. Тараров; О.О. Дольська; Т.М. Дишкант та ін. Харків: Видавець Іванченко І. С., 2023. 550 с http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/61484/1/Book_2023_Tararoviev_Filosofski_problemy.pdf</p> <p>2. Tararoev J. Industrial civilization is unique. True or false? // Are we alone in the Universe? Collective monograph / Vil Bakirov, Massimo Capaccioli and Vadym Kaydash, Ed. – Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University, 2022. С.47–66.</p> <p>П.4 наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів</p>

лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування;
1. Проф.Тараров Яків Володимирович, проф. Мсисменко Надія Васильевна, проф. Назарчук Микола Миколаевич, ст.викл. Черкашина Надія Іванівна. Science Methodology // Інформаційний ресурс (дистанційний курс) Сертифікат про визнання інформаційного ресурсу системи електронного (дистанційного) навчання в якості навчально-методичної праці Інститут післядипломної освіти та заочного (дистанційного) навчання Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна Сертифікат №213/2020
2. Проф.Тараров Яків Володимирович, проф. Максименко Надія Васильевна, проф. Назарчук Микола Миколаевич, ст.викл. Черкашина Надія Іванівна. Philosophy of Science // Інформаційний ресурс (дистанційний курс) Сертифікат про визнання інформаційного ресурсу системи електронного (дистанційного) навчання в якості навчально-методичної праці Інститут післядипломної освіти та заочного (дистанційного) навчання Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна Сертифікат № 225/2020
3. Вступ до філософії: навчально-методичний посібник для студентів усіх спеціальностей і форм навчання / Владленова І.В., Годзь Н.Б., Городиська О.М. та ін. Харків, 2018. 187 с.
4. Тараров Я.В. Філософія мистецтва. Навчальна програма. Комплекс навч.мет. мат. Харків: ХНУМ ім. І.П. Котляревського, 2018 – 25 с.,

П.6 наукове керівництво (консультування) здобувача, який одержав документ про присудження наукового ступеня; Годзь Н.Б. «Філософські підстави екологічної футурології», дис. док. філос. н., 09.00.09; наук. консультант, док. філос. н., проф. Тараров Я.В. 19 квітня 2019 року, вчена рада Д 26.161.01, Інститут філософії Г.С. Сковороди НАН України диплом ДД №009534 від 15 жовтня 2019 р.
П.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. Науковий керівник наукової теми: «Філософські проблеми людини та культури», номер державної реєстрації № 0118U001574, 2018 – 2021 р.р.
2. Член редакційної колегії наукового видання: Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Філософія. Філософські перипетії». 3 2015р. до теперішнього часу.
П.10 участь у міжнародних наукових та/або освітніх проєктах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання "суддя міжнародної категорії";
1. III Italy-Ukraine Scientific Meeting – on the occasion of the Italian Research Day in the World organized by the Italian Embassy to Ukraine (Kiev), V.N.Karazin Kharkiv National University (Ukraine), and INAF – National Institute of Astrophysics (Italy). June 9 – 11, 2020 Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=xB00PyGInrQ>

						<p>П.11 наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою); Наукове консультування та співпраця з громадською організацією «Харківський науково-дослідний інститут козацтва» та Академією військово-історичних наук і козацтва (на підставі договору 25/236-2019, терміном 2018-2023 р.р.). П.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. Тараров Я.В. Світ-система, «метаекономіка обміну» та технології// Філософія в сучасному світі : Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, 18–19 листопада 2022 р. // Ред. кол. Я. В. Тараров, А. В. Кіпенський, О. О. Дольська [та ін.]. – Харків, 2022. – с. 225, С.16-20 2. Тараров Я.В. Дедуктивний метод як основа європейської раціональності у науці та праві. Філософія у сучасному світі. Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції. Харків, 2021. С. 122–126. 3. Фу Хао, Тараров Я.В. Является ли наукой «Фень шуи»? Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Актуальні проблемні розв'язки українського суспільства. 2020. № 1. С. 59 – 67 4. Тараров Я.В. Логика и рост научного знания II. Філософія в сучасному світі : Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції, 20–21 листопада 2020 р. / Ред. кол. Я. В. Тараров, А. В. Кіпенський, Н. С. Корабльова Н. С [та ін.]. – Харків : Друкарня Мадрид, 2020. С.156 – 160. 5. Владленова І. В., Ермоловський М. А., Тараров Я.В. Нові методи навчання в цифровому суспільстві. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» Збірник наукових праць. Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. 2019. № 1. С. 54-99. 6. Тараров Я.В. К вопросу о социальной обусловленности технического и научного знания. Філософія в сучасному світі : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 22–23 листопада 2019 р. // Ред. кол. Я. В. Тараров, А.В. Кіпенський, Л. В. Перевалова [та ін.]. – Харків: «Точка», 2019. – 202 с. – укр., англ. та рос. мовами. С.101–105.</p>	
384192	Кривобок Руслан Вікторович	Доцент, Сумісництво	Навчально-науковий інститут хімічних технологій та інженерії	Диплом спеціаліста, Міжгалузовий інститут післядипломної освіти при Національному технічному університеті "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2006, спеціальність: 090002 Інтелектуальна власність, Диплом спеціаліста, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2003, спеціальність: 091606 Хімічна технологія тугоплавких металевих і силікатних матеріалів, Диплом кандидата наук ДК 042631, виданий	13	Представлення наукових результатів	<p>П.1, 2, 3, 8, 9, 10, 11, 12, 14 П.1 - 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 – 6 публікацій: 1. Microwave Electrodynamic Characteristics of Ceramic Materials / V.I. Grygoruk, V.V. Oliynyk, V.V. Zagorodnii, G.V. Lisachuk, R.V. Kryvobok, A.V. Zakharov, V.V. Voloshchuk, M.S. Maistat // Journal of Nano- and Electronic Physics, 2022, Vol. 14, № 1, pp. 01016-1 - 01016-4, ISSN 20776772, https://doi.org/10.21272/jnep.14(1).01016 2. Exothermic synthesis of ceramic materials based on barium and strontium aluminosilicates / K.B. Podbolotov, A.T. Volochko, G.V. Lisachuk, R.V. Krivobok, V.V. Voloshchuk // Voprosy khimii i khimicheskoi tekhnologii, 2021, №. 6, pp. 57-64, ISSN 03214095,</p>

11.10.2007, Атестат
старшого наукового
співробітника
(старшого
дослідника) АС
007690, виданий
22.12.2010

<http://dx.doi.org/10.32434/0321-4095-2021-139-6-57-64>
3. Fedorenko E., Lisachuk G., Prytkina M., Kryvobok R., Zakharov A. Subsolidus structure of the ZnO-SrO-Al₂O₃-SiO₂ system as a base for designing radio-transparent ceramics. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 2020. Vol.6, № 6 (108), 6–14, ISSN 17293774, DOI 10.15587/1729-4061.2020.217009.
4. Lisachuk, G., Kryvobok, R., Pitak, Y., Lapuzina, O., Gusarova, I., Lisachuk, L., Grebenyuk, A. / Ceramics with adjustable dielectric properties based on the system SrO - TiO₂- SiO₂ // Przegląd Elektrotechniczny. – 2018. - Volume 94, Issue 1, p 163-166, ISSN 00332097, DOI: 10.15199/48.2018.01.40;
5. Lisachuk, G. V., Kryvobok, R. V., Zakharov, A. V., Fedorenko, O. Yu., Voloshchuk, V. V., Zhadko, M. A., Sarai, V. V. / Rheological properties of a slip based on synthesized slavonsite and properties of ceramic materials based on it. // Epitōanyag. Journal of Silicate Based and Composite Materials, Vol. 73, №. 2 (2021), 68–71. p., ISSN: 0013-970X, DOI 10.14382/epitoanyag-jsbcm.2021.11.
6. Lisachuk G.V., Kryvobok R.V., Zakharov A.V., Chefranov E.V., Lapuzina O.M., Voloshchuk V.V., Samoilenko N.N./Technological parameters of ceramics creation on the basis of slavonsite. // Epitōanyag. Journal of Silicate Based and Composite Materials. – 2019. Vol. 71, No. 2. P. 46–51, ISSN: 0013-970X, DOI 10.14382/epitoanyag-jsbcm.2019.9.

П.2 - 2) наявність одного патенту на винахід або п'яти деклараційних патентів на винахід чи корисну модель, включаючи секретні, або наявність не менше п'яти свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір - 5 патентів на корисну модель і 1 патент на винахід України:

1. Кривобок Р.В., Лісачук Г.В., Федоренко О.Ю., Захаров А.В., Шуба І.В., Чефранов Є.В., Сарай В.В. Маса для виготовлення радіопрозорої кераміки. Пат. 124213 Україна, МПК (2006) С04В 35/195, С01В 33/26. – Заявл. 18.11.2019; Опубл. 05.08.2021, Бюл. № 31/2021

2. Кривобок Р.В., Лісачук Г.В., Пітак Я.М., Захаров А.В., Карпугін Б.А., Майстат М.С., Лісачук Л.М. Керамічна маса для виготовлення радіопрозрадної кераміки. Пат. 126800 Україна, МПК (2006) С04В 35/47. – Заявл. 02.01.2018; Опубл. 10.07.2018, Бюл. № 13/2018

3. Лісачук Г.В., Пітак Я.М., Захаров А.В., Чефранов Є.В., Волощук В.В. Маса для виготовлення радіопрозорої кераміки. Пат. 136860 Україна, МПК (2006) С04В 35/47. – Заявл. 21.03.2019; Опубл. 10.09.2019, Бюл. № 17/2019

4. Кривобок Р.В., Білогубкіна К.В., Регада Н.М., Карпугін Б.А. Бетонна суміш для виготовлення люмінесцентної тротуарної плитки та бруківки. Пат. 138728 Україна, МПК (2006) С04В 28/04. – Заявл. 15.05.2019; Опубл. 10.12.2019, Бюл. № 23/2019.

5. Кривобок Р.В., Лісачук Л.М., Семьянкіова Н.Л. Літературний письмовий твір «Основи Основи природознавства. Практичні роботи: навчальний посібник для іноземних студентів». А.с. №88040 Україна, дата реєстрації 23.04.2019

6. Кривобок Р.В., Лісачук Г.В., Федоренко О.Ю., Сахненко М.Д., Олійник В.В., Загородній В.В., Волощук В.В., Майстат М.С., Романова О. Спосіб виготовлення електропровідної композиційної кераміки. Пат. 150594 Україна, МПК (2006) С04В 33/00. – Заявл. 30.11.2021; Опубл. 03.03.2022, Бюл. № 9/2022

7. Кривобок Р.В., Лісачук Г.В., Федоренко О.Ю., Захаров А.В., Волощук В.В.

Спосіб виготовлення виробів складної форми з радіопрозорого керамічного матеріалу на основі славсоніту. Пат. 150990 Україна, МПК (2006) С04В 33/00. – Заявл. 22.12.2021; Опубл. 19.05.2022, Бюл. № 20/2022

- П.3- 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) – монграфія 2 друк. арк.

Електротехнічна кераміка на основі алюмосилікатів лужних та лужноземельних металів: монографія/ Г.В. Лісачук, О.Ю. Федоренко, Р.В. Кривобок, К.Б. Богданова, А.В. Захаров. – Харків: ТОВ «Планета-Прінт», 2020. 200 с. ISBN 978-617-7751-81-5 <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI%2DPress/50712>

П.4 - 8) виконання функції (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, що індексується в бібліографічних базах – відповідальний виконавець 3 НДР:

1. Підвищення корозійної стійкості та довговічності високотемпературної радіопрозорої кераміки для об'єктів авіаційної та ракетнокосмічної техніки. № держреєстрації: 0120U001004 Прикладна робота Лісачук Георгій Вікторович, проф., д-р техн. Наук

2. Держзамовлення (Спеціальний фонд 2201040) ДЗ/54-2018 від 05.10.2018 р. «Розроблення складів та технології виготовлення керамічних радіопрозорих об'єктів для захисних елементів контролю літальних апаратів».

3. Грант Національного фонду досліджень України (Спеціальний фонд 2201040/3) №178/02.2020 від 05.11.2020 р. та №166/02/0337 від 12.05.2021 р. за темою «Композиційні матеріали на основі кераміки для захисту від електромагнітного випромінювання».

П.5 - 10) участь у міжнародних наукових та/або освітніх проєктах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання "суддя міжнародної категорії" – 1 міжнародний проєкт (Міжнародний інвестиційний фонд CIG) та суддя міжнародного конкурсу QS-Wharton Reimagine Education Awards 2022 (є відповідний сертифікат): Договір № 18/11-19 від 18.11.2019 «Про фінансування освітньо-стипендіальної програми розробки і реалізації інноваційних технологічних start-up проєктів» з ТОВ «Черновецький інвестмент груп». Куратор програми.

П.6 - 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 комісії Державної служби якості освіти із здійснення планових (позапланових) заходів державного нагляду (контролю) – є членом Координаційної ради з питань захисту прав інтелектуальної

						<p>власності при обласній державній адміністрації м. Харкова.</p> <p>П.7 - 11) наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою) – проводить наукове консультування ТОВ «Дніпрокераміка», науково-виробниче підприємство оборонно-промислового комплексу України «Радіонікс».</p> <p>Договір № 05-18 від 28.09.2018 «Про фінансування інноваційних технологічних start-up проектів» з ТОВ «Дисконт рента».</p> <p>П.8 -12) наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій</p> <p>1. Кривобок Р.В, Лісачук Г.В., Волошук В.В., Майстат М.С., Сарай В.В., Григорук В.І., Олійник В.В., Загородній В.В. Вивчення радіопоглинаючих властивостей композиційної кераміки. Створення та модернізація озброєння і військової техніки в сучасних умовах: збірник XXI науково-технічної конференції, 02-03 вересня 2021 р. / ДНДІ ВС ОВТ. – Чернігів: Видавець Брагінець О.В., 2021</p> <p>2. Кривобок Р.В, Лісачук Г.В., Волошук В.В., Григорук В.І., Олійник В.В., Загородній В.В. Вивчення радіофізичних властивостей цельзіанової кераміки. Створення та модернізація озброєння і військової техніки в сучасних умовах: збірник XXI науково-технічної конференції, 02-03 вересня 2021 р. / ДНДІ ВС ОВТ. – Чернігів: Видавець Брагінець О.В., 2021.</p> <p>3. A.V. Kryvobok., V.V. Voloshchuk, G.V. Lisachuk, A.V. Zakharov, A.S. Ryabinina, A.R. Tymchenko, R.A. Masalykin. Investigation of the influence of technological parameters on the morphological features of celsian ceramics. The International research and practice conference "Nanotechnology and nanomaterials" (NANO-2021): Abstract Book of participants of the International research and practice conference, 25 – 27 August 2021, Lviv. Edited by Dr. O. Fesenko. – Kyiv: LLC «Computer-publishing, information center», 2020.</p> <p>4. Кривобок Р.В, А.С. Рябініна, Г.В. Лісачук, В.В. Волошук, М.С. Майстат, В.В. Сарай, А.В. Захаров. Технологія виготовлення радіопоглинаючої кераміки. XV Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів «Теоретичні та практичні дослідження молодих науковців» (01–03 грудня 2021 року): матеріали конференції / за ред. проф. Є.І. Сокола. – Харків : НТУ «ХПІ», 2021.</p> <p>5. A.V. Kryvobok., V.I. Grygoruk, V.V. Oliyuk, V.V. Zagorodnii, G.V. Lisachuk, V.V. Voloshchuk, V.V. Sarai, M.S. Maistat. Design And Research Polymer Composites For Absorption Of Electromagnetic Radiation. 2022 IEEE 3rd KhPI Week on Advanced Technology, KhPI Week 2022 - Conference Proceedings, ISBN 979-835039920-2 (Scopus)</p> <p>П.9 14) керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт) – керівник переможця 1 туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з природничих, технічних і гуманітарних наук у 2022 році. http://science.kpi.kharkov.ua/wp-content/uploads/2022/08/NAKAZ-N872-studenti-Vseukr.konkurs-KhPI.doc.pdf</p>	
409346	Турлакова Наталя Борисівна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом спеціаліста, Харківський державний педагогічний	27	Іноземна мова для комунікації у науково-педагогічному	<p>П. 1, 3, 10, 12, 14</p> <p>П.1. Наявність за останні п'ять років наукових</p>

інститут, рік закінчення: 1992, спеціальність: Іноземна мова та література, російська мова та література, Диплом кандидата наук ДК 037210, виданий 01.07.2016

середовищі

публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection:
1. Tetyana Sergejeva, Dorin Festeu, Sergiy Bronin, Natalya Turlakova Student – Training Environment Interaction: Soft Skills Development within E-learning <http://ceur-ws.org/Vol-3132/> CEUR Workshop Proceedings, 2022, 3132, pp.290-298, Scopus <https://ceur-ws.org/>
2. Tetyana Sergejeva, Sergiy Bronin, Natalya Turlakova Multidisciplinary dimension of e-learning in the innovative eco-system of a modern university/ pp.251-259 International Conference on Smart Information Systems & Technologies, 28-30 April, 2022, Nur-Sultan <https://sist.astanait.edu.kz/> <https://doi.org/10.1109/SIST54437.2022.9945768> (doi: 10.1109/SIST54437.2022.9945768)
3. Tetyana Sergejeva, Sergiy Bronin, Natalya Turlakova, Stanislav Iamnytskyi Integrating Educational Components into the Metaverse/ pp.412-425 Conference: The learning ideas, NewYork 15-17 June. Track 6 Session 6c <https://www.learningideasconf.org/2022-program-02> https://doi.org/10.1007/978-3-031-21569-8_39 (doi: 10.1007/978-3-031-21569-8_39)
4. Dorin Festeu, Natalya Turlakova, Rodica Crudu. Entrepreneurship Education programme tailored to Eastern European neighbouring countries// Scientific Bulletin of the Transilvania University of Brasov/ / pp.266- 287 JEL code: I25, L26 – September, 2020. https://ejes.uaic.ro/articles/EJES2020_1102_FES.pdf
5. D. Festeu, N. Turlakova. "Entrepreneurship Education programme- students' opinions"//Bulletin of the Transilvania University of Brasov//Series V: Vol.13(62), No.2 – 2020, pp.177-190 <https://doi.org/10.31926/but.es.2020.13.62.2.19>
6. Turlakova N.B. Competence approach: identification of specialist profiles by multidisciplinary team // Збірник наукових праць «Теорія і практика сучасної психології» - № 6, 2019. Т.2. С.117-122. ISSN: 2663-6026 (print), ISSN: 2663-6034 (online). - Запоріжжя: Класичний приватний університет. <https://doi.org/10.32840/2663-6026.2020.2.8> Журнал включено до Index Copernicus, Ulrichsweb TM Global Serials Directory, OCLC WorldCat, Open Academic Journals Index (OAJI), Research Bible, BASE (Bielefeld Academic search Engine), Polska Bibliografia Naukowa, ERIH PLUS, Google Scholar. http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/6_2019/part_2/6-2_2019.pdf
7. Turlakova Natalya, Festeu Dorin. Self-cognition as a key factor of e-learning online/Natalya Turlakova, Dorin Festeu// Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Психологія. Випуск 60. Харків : ХНПУ, 2019. - 262 с. - С. 162-179. ISSN 2312-1599 (Print), ISSN 2312-9387 (Online). <https://doi.org/10.34142/23129387.2019.60.09> Збірник зареєстровано в міжнародних каталогах періодичних видань та базах даних: Index Copernicus, Ulrichsweb Global Serials Directory, OCLC WorldCat, Open Academic Journals Index (OAJI), Research Bible, BASE (Bielefeld Academic search Engine), Polska Bibliografia Naukowa, ERIH PLUS, Google Scholar. <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/psychology/article/view/2061>
П.З. 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. Сергєєва Т.В., Турлакова Н.Б., Пивоварова Н.І. Е-курс англійської мови он-лайн для студентів-іноземців «Smart English for Civil Engineers & Architects - електронний підручник- е-ресурс платформа STVteam.com -2021. - 172с.

2. Сергєєва Т.В., Турлакова Н.Б., Куценко Ж.Л., Орда О.Ф., Музалевська Я.А., Новицька Д.Є. «Розвиток мовленнєвої компетентності на рівні B2 "Smart English for architects"» / За редакцією д.п.н., проф. Т. В. Сергєєвої. Ч. I. - Харків: Видавництво ФОРМ Федорко М. Ю., 2019. - 218 с. З грифом «Затверджено Вченою радою ХНУБА» як підручник для студентів архітектурно-будівельних спеціальностей, протокол № 9 від 31.05.2019 р. ISBN 978-617-7664-36-8.

3. Сергєєва Т.В., Турлакова Н.Б., Куценко Ж.Л., Орда О.Ф., Музалевська Я.А., Новицька Д.Є. «Розвиток мовленнєвої компетентності на рівні B2 "Smart English for architects"» / За редакцією д.п.н., проф. Т. В. Сергєєвої. Ч. II. - Харків: Видавництво ФОРМ Федорко М. Ю., 2020. - 212 с. З грифом «Затверджено Вченою радою ХНУБА» як підручник для здобувачів вищої освіти архітектурно-будівельних спеціальностей, протокол № 5 від 03.07.2020 р. ISBN 978-617-7664-36-8.

П.10. Участь у міжнародних наукових та/або освітніх проєктах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання "суддя міжнародної категорії": Виконавець проєктних завдань та евалюатор якості в рамках міжнародних проєктів програм TEMPUS, ERASMUS MUNDUS, ERASMUS+:

1. Проєкт SEHUD «Архітектура та сталий розвиток міста, заснований на еко-гуманістичних принципах і провідних технологіях без втрати ідентичності» в рамках європейської освітньої програми TEMPUS № 530197-TEMPUS-1-2012-IT-TEMPUS-JPCR.

2. Проєкт SEHSI «Сталий розвиток регіону на основі еко-гуманістичної синергетичної взаємодії (мультидисциплінарний навчальний курс для магістрів, аспірантів та слухачів курсів післядипломної освіти в галузі інженерії)» в рамках європейської освітньої програми TEMPUS № 543651-TEMPUS-1-2013-1-AT-TEMPUS-JPCR.

3. Проєкт SUCSID «Створення мережі міжуніверситетських Старт-ап центрів для розвитку та підтримки студентських інноваційних проєктів» в рамках європейської освітньої програми TEMPUS № 530349-TEMPUS-1-2012-FR-TEMPUS-JPHES.

4. Проєкт INFINITY «Міжнародне міждисциплінарне партнерство» в рамках європейської програми ERASMUS MUNDUS № 545681-EM-1-2013-1-PT-ERA MUNDUS-EMA 21.

5. Проєкт міжнародної академічної мобільності в рамках програми ERASMUS+ KA1 в співробітництві з Бакінгемширським Новим Університетом (м. Хай Вікомб, Велика Британія), № 6D6CFEC2681F5043.

6. Проєкт міжнародної академічної мобільності в рамках програми ERASMUS+ KA1 в співробітництві з Бакінгемширським Новим Університетом (м. Хай Вікомб, Велика Британія), № 2018-1-UK01-KA107-046933.

7. Проєкт міжнародної кредитної мобільності в рамках програми ERASMUS+ KA1 в співробітництві з Університетом Західної Аттики (м. Афіни, Греція), № 2017-1-EL01-KA107-035970.

8. Проєкт міжнародної академічної мобільності в рамках програми ERASMUS+ KA1: Higher Education Student & Staff Mobility в співробітництві з Трансільванським університетом (м. Брашов, Румунія), № 2019-2021-1-RO-KA107.

9. Робота HR менеджера в програмі Східного партнерства (з січня 2020 в рамках міжнародних двосторонніх договорів) в співробітництві з Xipei Education Technology Co. (Hong Kong), Xipei Training Education Technology Ltd. і з Architecture and Civil Engineering College (КНР).

10. HR менеджер та виконавець міжнародного наукового проекту «Розвиток мовленнєвої компетентності на рівні FCE B2» з підвищення стандартів володіння іноземними мовами, розробки інноваційних е-курсів підготовки до складання іспиту з англійської мови на рівень B2 у версії FCE згідно з Загальноєвропейськими рекомендаціями з мовної освіти в співробітництві з Cambridge Assessment English, Національним представництвом в Україні Кембриджського Центру Оцінювання та екзаменаційним центром "GRADE" (Договір з Grade Education Centre of Global Network Cambridge Assessment English від 09.2020)

11. Експерт міжнародного фонду ім. Ромуальдо Дель Бьянко (м.Флоренція, Італія) - залучення до міжнародної експертизи.

П.12. Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій;

1. Dorin Festeu, Tetyana Sergejeva, Natalya Turlakova Students soft skills development based on interaction with training environment within e-learning/ Abstracts of the PhD Conference, Apr 2023 <https://web.kpi.kharkov.ua/mk/ia/eng/>

2. Tetyana Sergejeva, Natalya Turlakova Students social and emotional intelligence development based on eco-humanistic approach. Матеріали XXXI Міжнародної науково-практичної конференції ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: НАУКА, ТЕХНІКА, ТЕХНОЛОГІЯ, ОСВІТА, ЗДОРОВ'Я. MICROCAD 2023, - С.880, 17-20 травня, 2023 <https://web.kpi.kharkov.ua/microcad/>

3. Sergejeva T.V., Turlakova N.B, Vasylieva K.O., Iamnytskiy S.O. A multidisciplinary dimension of the architectural environment // Матеріали V міжнародної науково-практичної конференції ITAD "Інноваційні технології в архітектурі і дизайні", 20-21 травня 2021р., м. Харків, ХНУБА. - Е-збірник, с.44-49

4. Сергеева Т.В., Турлакова Н.Б., Назимко О.В. Развитие социального та емоційного інтелекту як умова особистої ефективності здобувачів // Матеріали 76 науково-методичн. конференції ХНУБА "Сучасна освіта: шляхи підвищення конкурентоспроможності університетів", 30 березня -1 квітня 2021р., м. Харків, ХНУБА. - Е-збірник.

5. Sergejeva T. V., Turlakova N. B., Nazymko O. V. (2021). STUDENTS SOCIAL AND EMOTIONAL INTELLIGENCE DEVELOPMENT BASED ON ECO-HUMANISTIC PATTERN. European scientific discussions. Abstracts of the 4th International scientific and practical conference. Potere della ragione Editore, February 26-28, 2021, Rome, Italy. 593 p., pp. 419-425. ISBN 978-88-32934-02-1. URL: <https://sci-conf.com.ua/iv-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-european-scientific-discussions-26-28-fevralya-2021-goda-rim-italiya-arhiv>.

6. Турлакова Н.Б., Новицька Д.Є. Розвиток мовленнєвої компетентності студентів через залучення у роботу університетського стартапа: досвід ХНУБА // Матеріали 75-ї науково-методичної конференції «Модернізація вищої освіти в Україні та проблеми управління якістю підготовки фахівців у технічному університеті». Присвячена 90-річчю

						<p>Харківського національного університету будівництва та архітектури, 7-9 квітня 2020 р. Харків, ХНУБА, 2020. – 198 с. - С. 39-42.</p> <p>7. Турлакова Н.Б. (2019). Ключова роль цілеспрямованого самопізнання для індивідуалізації процесу навчання студента. Science progress in European countries: new concepts and modern solutions: Papers of the 10th International Scientific Conference. October 25, Stuttgart, Germany. (pp. 286-290). Published by ORT Publishing (Germany) in association with the Center For Scientific Research "Solution" (Ukraine). ISBN 978-3-944375-22-9.</p> <p>8. Турлакова Н.Б. Планування, самоуправління та самооцінка учбової діяльності за допомогою моделі взаємодії факторів розвитку особистості – МВОР // Інновації та традиції у мовній підготовці іноземних студентів: тези доповідей міжнародного науково-практичного семінару. – Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2019. – 438 с. – С. 380-383.</p> <p>9. Турлакова Н.Б., Новицька Д.Є. Моделювання е-навчального середовища на підставі самопізнання/ Н.Б. Турлакова, Д.Є. Новицька // Матеріали 74-ї науково-методичної конференції Харківського національного університету будівництва та архітектури. - Харків: ХНУБА, 2019. – 177 с. - С. 58-60.</p> <p>П.14. Керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком: "Лідерство і командна робота" (Наказ №344 Од від 14.11.2022, п.1.8.1.1.2)</p>
409350	Сергеева Тетяна Вікторівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Міжкультурної комунікації та іноземної мови	Диплом спеціаліста, Харківський державний університет ім. О.М.Горького, рік закінчення: 1974, спеціальність: англійська мова та література, Диплом доктора наук ДД 000541, виданий 19.01.2012, Диплом кандидата наук ПС 001160, виданий 30.05.1984, Атестат доцента ДЦ 096308, виданий 28.01.1987, Атестат професора 12ПР 009770, виданий 26.06.2014	47	<p>Іноземна мова для комунікації у науково-педагогічному середовищі</p> <p>П. 1, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 12, 14</p> <p>П. 1 Наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection:</p> <p>1. Tetyana Sergejeva, Sergiy Bronin, Tadej Glazar, Vid Degleria Creating Digitized Tools for Supporting Multidisciplinary and Multi-Actor Solutions Based on Eco-Humanistic Model/ Technologies (SIST) 4-6 May, 2023, Astana, Kazakhstan * DOI:10.1109/SIST58284.2023.10223539 * Corpus ID: 261317392 IEEEIST2023-140, 140-143pp. https://www.semanticscholar.org/author/Vid-Degleria/2235651777</p> <p>2. Tetyana Sergejeva, Dorin Festeu, Sergiy Bronin, Natalya Turlakova Student – Training Environment Interaction: Soft Skills Development within E-learning Scopus http://ceur-ws.org/Vol-3132/ CEUR Workshop Proceedings, 2022, 3132, 290-298pp.</p> <p>3. Tetyana Sergejeva, Sergiy Bronin, Natalya Turlakova Multidisciplinary dimension of e-learning in the innovative eco-system of a modern university/ 251-259pp. International Conference on Smart Information Systems & Technologies, 28-30 April, 2022, Nur-Sultan https://sist.astanait.edu.kz/ https://doi.org/10.1109/SIST54437.2022.9945768 (doi: 10.1109/SIST54437.2022.9945768)</p> <p>4. Tetyana Sergejeva, Sergiy Bronin, Natalya Turlakova, Stanislav Iamnytskiy Integrating Educational Components into the Metaverse/ 412-425pp. Conference: The learning ideas, NewYork 15-17 June. Track 6 Session 6c https://www.learningideasconf.org/2022-program-02 https://doi.org/10.1007/978-3-031-21569-8_39 (doi: 10.1007/978-3-031-21569-8_39)</p> <p>5. Tetyana Sergejeva, Sergiy Bronin, Tadej Glazar, Jim Njoo E-learning research within new European paradigm/ 137-147pp. (MSCA4 Ukraine multidisciplinary teamwork). Information Technology and</p>

Implementation (IT&I-2022), November 30 - December 02, 2022, Kyiv, Ukraine
6. Sergeeva T., Vasylieva K., Iamnytskyi S. Curriculum optimization on the basis of a multidisciplinary approach // International scientific journal "Internauka". - 2021. - №2. - 42-52pp.
URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16154018045206.pdf>
<https://doi.org/10.25313/2520-2057-2021-2-6912>.

7. Сергеева Т. Дистанційне навчання, як виклик часу: досвід е-навчання під час пандемії COVID-19 // Новий колегіум. 2020. №4. С. 90-97. ISSN 1562-529X. (включено до бібліотеки України ім. В.І. Вернадського, міжнародних наукометричних баз: GoogleScholar, IndexCopernicus, Платформа «Наукова періодика України»).

8. Sergeeva T. V., Barber J. Psychological science challenges in modern digital training environment // Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Психологія. Випуск 60. - Харків: ХНПУ, 2019. - 262с. - С. 141-161. ISSN 2312-1599 (Print), ISSN 2312-9387 (Online).

9. Сергеева Т.В., Назимко О.В. Механізми формування розумових мовленнєвих дій у процесі навчання іноземної мови // Теорія і практика сучасної психології. - Вип. № 1, Т. 2, 2019 р. - 208 с. - С. 107-112. ISSN 2663-6026 (Print). ISSN 2663-6034 (Online).

10. Сергеева Т. Сучасні виклики української освіти // Новий колегіум. 2019. №3. - С.26 - 32. ISSN 1562-529X.

П.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. Сергеева Т.В., Турлакова Н.Б., Пивоварова Н.І. Е-курс англійської мови онлайн для студентів-іноземців «Smart English for Civil Engineers & Architects - електронний підручник- е-ресурс платформа STVteam.com -2021. - 172с.

2. Сергеева Т.В., Турлакова Н.Б., Куценко Ж.Л., Орда О.Ф., Музалевська Я.А., Новицька Д.Є. «Розвиток мовленнєвої компетентності на рівні B2 «Smart English for architects» / За редакцією д.п.н., проф. Т. В. Сергеевої. Ч. II. - Харків: Видавництво ФОР Федорко М. Ю., 2019. - 218 с. З грифом «Затверджено Вченою радою ХНУБА» як підручник для студентів архітектурно-будівельних спеціальностей, протокол № 9 від 31.05.2019 р. ISBN 978-617-7664-36-8.

3. Сергеева Т.В., Турлакова Н.Б., Куценко Ж.Л., Орда О.Ф., Музалевська Я.А., Новицька Д.Є. «Розвиток мовленнєвої компетентності на рівні B2 «Smart English for architects» / За редакцією д.п.н., проф. Т. В. Сергеевої. Ч. II. - Харків: Видавництво ФОР Федорко М. Ю., 2020. - 212 с. З грифом «Затверджено Вченою радою ХНУБА» як підручник для здобувачів вищої освіти архітектурно-будівельних спеціальностей, протокол № 5 від 03.07.2020 р. ISBN 978-617-7664-36-8.

П.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. Сергеева Т.В., Ковтун О.О., Музалевська Я.А. Методичні вказівки та проблемної завдання з англійської мови до курсу змішаного навчання професійного спрямування «Professional English Basics for IT Profile» для здобувачів вищої освіти

спеціальності 122 «Комп'ютерні науки», 126 «Інформаційні системи та технології», та спеціальності 151 «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» першого (бакалаврського) рівня.
Частина І. / Т. В. Сергєєва, О. О. Ковтун, Я. А. Музалевська. - Харків: ХНУБА, 2021. - 56 с. Номер в бібліотеці 4882.

2. Сергєєва Т.В., Назимко О.В., Орда О.Ф. Методичні вказівки та проблемні завдання з англійської мови до курсу змішаного навчання професійного спрямування «Professional English for Heat Power Engineering, Hydraulic Engineering, Heat-Gas Supply & Ventilation» для здобувачів вищої освіти спеціальності 144 «Теплоенергетика», 192 «Будівництво та цивільна інженерія» першого (бакалаврського) рівня.
Частина І. / Т. В. Сергєєва, О. В. Назимко, О. Ф. Орда. - Харків: ХНУБА, 2021. - 56 с. Номер в бібліотеці 4885.

3. Сергєєва Т.В., Турлакова Н.Б., Вінніченко О.І. Методичні вказівки та проблемні завдання з англійської мови до курсу змішаного навчання професійного спрямування «Professional English for Civil Engineering & Hydraulic Construction» для здобувачів вищої освіти спеціальності 192 «Будівництво та цивільна інженерія» та спеціальності 194 «Гідротехнічне будівництво, водна інженерія та водні технології» першого (бакалаврського) рівня.
Частина І. / Т. В. Сергєєва, Н. Б. Турлакова, О. І. Вінніченко. - Харків: ХНУБА, 2021. - 56 с. Номер в бібліотеці 4884.

4. Сергєєва Т.В., Ковтун О.О., Рябовол Г.С. Методичні вказівки та проблемні завдання з англійської мови до курсу змішаного навчання професійного спрямування «Professional English for Hydraulic Engineering, Water Engineering and Technology, Water Supply & Drainage» для здобувачів вищої освіти спеціальності 192 «Будівництво та цивільна інженерія», 194 «Гідротехнічне будівництво, водна інженерія та водні технології» першого (бакалаврського) рівня.
Частина І. / Т. В. Сергєєва, О. О. Ковтун, Г. С. Рябовол. - Харків: ХНУБА, 2021. - 56 с. Номер в бібліотеці 4886.

5. Сергєєва Т.В., Турлакова Н.Б. Методичні вказівки та проблемні завдання з англійської мови до курсу змішаного навчання професійного спрямування за темою «Being an architect» для здобувачів вищої освіти спеціальності 191 «Архітектура та містобудування» першого (бакалаврського) рівня / Т. В. Сергєєва, Н. Б. Турлакова. - Харків: ХНУБА, 2021. - 26 с. Номер в бібліотеці 4872.

П.6. Наукове керівництво (консультування) здобувача, який одержав документ про присудження наукового ступеня;
Назимко Олена Вікторівна, тема дисертації «Когнітивні особливості формування розумових дій породження та сприйняття іншомовного висловлювання у студентів», спеціальність 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія, диплом кандидата психологічних наук ДК № 051027 від 05.03.2019.
Дисертація http://hnpu.edu.ua/sites/default/files/files/2019/02/Dis_Nazymko.pdf
Автореферат http://hnpu.edu.ua/sites/default/files/files/2019/02/aref_Nazymko.pdf

П.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. Член спецради К 64.053.08 Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди

П.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; Член редакційної колегії наукового видання:

1. Вісник Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди. Серія «Психологія». (Свідоцтво про державну реєстрацію: КВ № 15547-4019 ПР від 13.07.2009 р.): http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=6I21DBN-UJRN&P21DBN=UJR N&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=juu all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P0I=0&S21P02=0&S21P03=PREF=&S21COLORTERMS=0&S21STR=VKhnpu_psykhol
2. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія «Психологія» 2019р.: <https://periodicals.kazazin.ua/psychology/issue/view/847/1232>

П.10. Участь у міжнародних наукових та/або освітніх проєктах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання "суддя міжнародної категорії":

- Науковий керівник, координатор з української сторони, головний виконавець:

1. Міжнародного проєкту SEHSI «Сталий розвиток регіонів на основі синергійної екогуманістичної взаємодії (мультидисциплінарний навчальний курс для магістрів, аспірантів та слухачів курсів післядипломної освіти в галузі інженерії)» в рамках європейської освітньої програми TEMPUS № 543651-TEMPUS-1-2013-1-AT-TEMPUS-JPCR.
- Головний виконавець міжнародних проєктів в рамках програми ERASMUS+ KA1:

 1. Проєкт міжнародної академічної мобільності в співробітництві з Бакінгемширським Новим Університетом (Велика Британія) № 6D6CFEC2681F5043.
 2. Проєкт міжнародної академічної мобільності в співробітництві з Бакінгемширським Новим Університетом (Велика Британія) № 2018-1-UK01-KA107-046933.
 3. Проєкт міжнародної кредитної мобільності в співробітництві з Університетом Західної Аттики (Афіни, Греція) № 2017-1-EL01-KA107-035970.
 4. Проєкт міжнародної академічної мобільності в рамках програми ERASMUS+ KA1: HigherEducationStudent&Staff obility в співробітництві з Трансільванським університетом м.Брашов (Румунія) № 2019-2021-1-RO-KA107.

- Координатор Програми Східного партнерства (з січня 2020 в рамках договорів) в співробітництві з XipeiEducationTechnologyCo. (Hong Kong), Xipei Training Education Technology Ltd. Та з Architecture and Civil Engineering College (KHP).
- Науковий керівник і головний виконавець міжнародного наукового проєкту «Розвиток мовленнєвої компетентності на рівні FCE B2» з підвищення стандартів володіння іноземними мовами, розробки інноваційних е-курсів підготовки до складання іспиту з англійської мови на рівень B2 у версії FCE згідно з Загальноєвропейськими Рекомендаціями з мовної освіти в співробітництві з Cambridge Assessment English, Національним представництвом в Україні Кембриджського Центру Оцінювання та екзаменаційним центром "GRADE" (Договір з Grade Education Centre of Global Network Cambridge Assessment English від 09.2020).
- Експерт міжнародного фонду РДЕ (Флоренція) - залучення до міжнародної експертизи.

П.12. Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних

(дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій;

1. Dorin Festeu, Tetyana Sergejeva, Natalya Turlakova Students soft skills development based on interaction with training environment within e-learning/ Abstracts of the PhD Conference, Apr 2023 <https://web.kpi.kharkov.ua/mk/ia/eng/>

2. Tetyana Sergejeva, Natalya Turlakova Students social and emotional intelligence development based on eco-humanistic approach. Матеріали XXXI Міжнародної науково-практичної конференції ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: НАУКА, ТЕХНІКА, ТЕХНОЛОГІЯ, ОСВІТА, ЗДОРОВ'Я. MICROCAD 2023, - С.880, 17-20 травня, 2023 <https://web.kpi.kharkov.ua/microcad/>

3. Tetyana Sergejeva "Pogresava svoj dom" Newspaper "Slamnik" 28. April 2022, Slovenia, p.16-17. www.kd-domzale.sl/glasilo-slamnik.html

4. Sergejeva T. "Student – training environment interaction: soft skills development within e-learning" Conference: "Information technology and implementation" Kiyev, Taras Shevchenko University. Track 5 <http://iti.fit.univ.kiev.ua/en/home-2/>

5. Sergejeva T.V., Kovtun O.O., Vinnichenko I.O. (2021). Problems of transition to distance learning format during COVID19 pandemic. VI INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE "World science: problems, prospects and innovations", February 23-25 2021, Toronto, Canada. 792 p. Pp. 108-115. ISBN 978-1-4879-3793-5. URL: <https://sci-conf.com.ua/vi-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-world-science-problems-prospects-and-innovations-23-25-fevralya-2021-goda-toronto-kanada-arhiv/>.

6. Sergejeva T. V., Turlakova N. B., Nazymko O. V. (2021). Students social and emotional intelligence development based on eco-humanistic pattern. European scientific discussions. Abstracts of the 4th International scientific and practical conference. Potere della ragione Editore, February 26-28 2021, Rome, Italy. 593 p. Pp. 419-425. ISBN 978-88-32934-02-1. URL: <https://sci-conf.com.ua/iv-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-european-scientific-discussions-26-28-fevralya-2021-goda-rim-italiya-arhiv/>.

7. Sergejeva T. V., Perelyhina O. I., Novytska D. Ye. (2021). E-technologies for transformation of acquired knowledge into automated skills // Science and education: problems, prospects and innovations. Abstracts of the 6th International scientific and practical conference. CPN Publishing Group. Kyoto, Japan. 2021. 643 p. Pp. 89-97. ISBN 978-4-9783419-5-2. URL: <https://sci-conf.com.ua/vi-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-science-and-education-problems-prospects-and-innovations-3-5-marta-2021-goda-kioto-yaponiya-arhiv/>.

8. Sergejeva T. V., Vasylieva K. O., Iamnytskyi S. O. (2021). Self-management of the process of subject competence development within blended learning courses // The world of science and innovation. Abstracts of the 7th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. London, United Kingdom. 2021. 1055 p. Pp. 198-208. ISBN 978-92-9472-197-6. URL: <https://sci-conf.com.ua/vii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-the-world-of-science-and-innovation-10-12-fevralya-2021-goda-london-velikobritaniya-arhiv/>.

9. Sergejeva T.V., Vasylieva

						<p>K.O., Iamnytskiy S.O. (2020). A new generation of multidisciplinary curricula. VI international scientific and practical conference "Perspective of world science and education", February 26-28 2020, Osaka, Japan. Pp. 232-238.</p> <p>10. Sergejeva T.V. (2019). Multidisciplinary approach for developing e-training courses. Science progress in European countries: new concepts and modern solutions: papers of the 10th international scientific conference. October 25, Stuttgart, Germany. (pp. 310-315). Published by ort publishing (Germany) in association with the centre for scientific research "solution" (Ukraine). ISBN 978-3-944375-22-9.</p> <p>11. Sergejeva T.V., Iamnytskyi S.O. (2019). Multidisciplinary approach to the construction of students' competence profiles. Proceedings of the Modern educational space: the transformation of national models in terms of integration: Conference Proceedings. October 25, 2019. Leipzig: Baltija Publishing. 180 pages. pp. 14-18. ISBN 978-9934-588-18-1.</p> <p>П.14. Керівництво постійно діючим студентським науковим Гуртком: «Міжкультурна комунікація та іноземна мова в сучасному бізнесі» (Наказ №344 ОД від 14.11.2022, п.1.8.1.1) та «Розвиток особистої ефективності» (Наказ №344 ОД від 14.11.2022, п.1.8.1.1.1)</p>	
152652	Владленова Іліана Вікторівна	Професор, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут соціально-гуманітарних технологій	Диплом спеціаліста, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, рік закінчення: 2002, спеціальність: 070105 Астрономія, Диплом доктора наук ДД 003003, виданий 14.02.2014, Диплом кандидата наук ДК 039546, виданий 15.02.2007, Агестат доцента 12ДЦ 027932, виданий 14.04.2011	18	Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності	<p>П. 1, 3, 4, 8, 10, 12, 19, 20.</p> <p>П1. 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;</p> <p>1. Владленова І. В., Дун Тінтіан. Дослідження марксизму: аналітичні підходи // Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого Серія: філософія, філософія права, політологія, соціологія. № 3 (54). 2022. С.80-92. DOI: https://doi.org/10.21564/2663-5704.54.265820</p> <p>2. Владленова І., Смоляга М. Рефлексія електорального вибору: множинність підходів та методів // Вісник ННУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, Т. 2. №53, 2022. - С.77-87. DOI: https://doi.org/10.21564/2663-5704.53.258161</p> <p>3. Владленова І., Сун Чанлун. Філософсько-концептуальні підходи до визначення глобалізації // Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна Серія «Теорія культури і філософія науки». № 64. 2021. С. 71-79. https://periodicals.karazin.ua/theprhs/issue/view/1256/1611</p> <p>4. Владленова І.В. Динаміка розвитку наук в нелінійних моделях: нові пошуки духовності, технотронне суспільство. Науковий вісник «Гілея». № 153 (№2). Київ, 2020. С. 248-251.</p> <p>5. Владленова І.В. Громадянське суспільство та фактори його розвитку. Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Сер. Філософія, філософія права, політологія, соціологія. Т.1. №40. 2019. С. 74-85. філософії. 12ДЦ № 027932, 14.04.2011. Міністерство освіти і науки України. Підвищення кваліфікації: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, кафедра теорії культури та філософії науки, 1.10.2018 – 30.11.2018 р. Тема: «Сучасні методи вивчення та викладання питань філософії науки». Свідоцтво № 1153. http://fil.nlu.edu.ua/article/view/155769</p> <p>6. Владленова І.В. Посткоронавірусний світ: кризис в національній безпеці та мрії про «суспільство споживання». Науковий вісник «Гілея». № 155. Київ. 2020. С.170- 174. 7. Владленова</p>

I.V. Идеологія як містифікація реальності. Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія «Теорія культури і філософія науки». 2020. № 61. С. 69–80
<https://periodicals.karazin.ua/thcphs/article/view/16162>

8. Vladlenova I., Kalnytskyi E. Models of the Universe: Ontological and Physical Problems V. 22, 2022. P.42-50 //Philosophy and Cosmology DOI:10.29202/phil-cosm/28/428:42-50 (2022) http://ispcjournal.org/journals/2022/01/PhC_28_VladlenovaKalnytskyi.pdf (Web of Science)

П3. 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); Владленова I.V. Космологические модели и их философская интерпретация // Від філософії науки до постмодерних студій культури: кафедра теорії культури та філософії науки в новому тисячолітті: кол. монографія. Харків: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2019. С.208–236.

П4. 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. Онтология. Философские проблемы сознания: учеб.-метод. пособ. по курсу «Философия» для студентов и аспирантов всех специальностей / И.В. Владленова, О.А. Дольская. Харьков : Издательство Иваченко И. С., 2019. 258 с.

2. Владленова I.V. Атеїзм. Принцип «Бритва Оккама». Когнітивна наука. Фаллібалізм. Філософія: терміни і поняття: Навчальний енциклопедичний словник / Під редакцією В.Л. Петрушенка. Львів: «Новий Світ-2000», 2020. – 520 с.

3. Практикум по логике (задачи и упражнения): учебное издание для студентов экономических специальностей, в тому числі иностр. студ. / Владленова I.V., Глушенко Е.В., Годзь Н.Б. Харьков : НТУ «ХПИ», 2019. 97 с.

4. Хрестоматия по философии: практические задания и вопросы: учебное издание для студентов всех специальностей, в том числе, иностранных учащихся / Владленова I.V., Глушенко Е.В., Годзь Н.Б. Харьков : НТУ «ХПИ», 2019. 77 с.

ПВ. 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, що індексується в бібліографічних базах;

1. Керівник наукової теми кафедри «Філософський аналіз людини, природи, сучасного суспільства» № 0122U001562, наказ НТУ «ХПИ» №62 ОД від 01.02.2022. 2. Відповідальний виконавець наукової теми «Філософські проблеми людини та культури» 0118U 001574, 2018–2021 рр.

3. Відповідальний виконавець наукової теми «Філософсько-методологічні засади науки в сучасному суспільстві» № 0115U003360, 2015–2018 рр.

ПІ0. участь у міжнародних наукових та/або освітніх проєктах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання “суддя міжнародної категорії”;

Міжнародний проєкт (участь): Public History Summer School. The Institute of History of the University of Wrocław, Poland (IH UWr), Zajezdnia (Depot) History Centre, and the International Federation for Public, 7–11 June. 2021

						<p>. П12. наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій;</p> <p>1. Владленова І.В., Тараров Я.В. Мифы о полной Луне. Полнолуние и здоровье. Харьковский планетарий: статьи и документы, 2019. Режим доступа: http://planetarium-kharkov.org</p> <p>2. Владленова І.В., Тараров Я.В. Подрыв доверия к науке или как можно умереть от глупости. Харьковский планетарий: статьи и документы, 2019. Режим доступа: http://planetarium-kharkov.org/?q=podriv-doverija-k-nauke-1</p> <p>3. Владленова І. В., Ермоловський М. А., Я.В. Тараров Нові методи навчання в цифровому суспільстві. Вісник НТУ «ХПІ». № 1. 2019. С. 54-99.</p> <p>4. Владленова І. В., Ермоловський М. А. Філософські аспекти гібридних війн. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей ХХІХ міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2021, 18-20 травня 2021р.: у 5 ч. Ч. ІV. / за ред. проф. Сокола Є.І. Харків: НТУ «ХПІ». С. 6.</p> <p>5. Владленова І.В., Ермоловський М.А. Когнітивна науки та проблема вивчення свідомості: експериментальний ракурс. Філософія в сучасному світі: Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції, 20-21 листопада 2020 р. / Ред. кол. Я. В. Тараров, А. В. Кіпенський, Н. С. Корабльова Н. С [та ін.]. Харків : Друкарня Мадрид, 2020. С. 76-77.</p> <p>П19. діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях; Громадське об'єднання «Фонд розвитку науки та освіти «Інтелект»».</p> <p>П20. досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності). 7 років просвітницької діяльності (Харківський планетарій ім. Ю.О. Гагаріна), спеціальність: астрономія.</p>	
346013	Ілляшенко Сергій Миколайович	Професор, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом спеціаліста, Сумський філіал Харківського політехнічного інституту, рік закінчення: 1978, спеціальність: Технологія машинобудування, металорізальні верстати та інструменти, Диплом доктора наук ДД 001650, виданий 14.02.2001, Диплом кандидата наук КН 008519, виданий 30.06.1995, Атестат доцента ДД 000093, виданий 26.02.1998, Атестат професора ПР 001571, виданий 20.06.2002	29	Інноваційний маркетинг	<p>П 1, 2,3,6,7,8,10,12,14,19 П1 1. Ілляшенко С.М. Методичний підхід до аналізу і задоволення інтересів суб'єктів інноваційної діяльності організації в умовах їх імовірнісної оцінки / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко // Інфраструктура ринку. – 2019. – Випуск 30. – С. 146-151 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/30_2_019_ukr/24.pdf</p> <p>2. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Класифікація методів комерціалізації інновацій організації в контексті обґрунтування напрямів їх інноваційного розвитку // Економіка та підприємництво, 2019. № 43. 93-103. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/43764</p> <p>3. Ілляшенко С.М., Рудь М.П. Підходи до створення маркетингових інновацій у системі комплексу маркетингу 4Р / С.М. Ілляшенко, М.П. Рудь // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. – 2020. – Т. 25. – Вип. 1 (8). – С. 121-129. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/45896</p> <p>4. Ілляшенко С.М. Інновації в товарній підприємстві: особливості вибору і реалізації / С.М. Ілляшенко, М.П. Рудь // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». – 2020. – Випуск 41. – С. 19-25. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/45770</p> <p>5. Ілляшенко С.М. Маркетинговий супровід комерціалізації інноваційної</p>

продукції підприємств / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна // Інфраструктура ринку. 2020. - Випуск 40. - С. 447-453. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/45895>

6. Ілляшенко С.М. Засади управління інформаційним забезпеченням комерціалізації інноваційної продукції підприємства / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2020. Випуск 30. 81-86. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/46832>

7. Illiashenko S. The Information Support System's Formation of Marketing Innovative Decisions in Ukrainian Companies / S. Illiashenko, Y. Shypulina, O. Gryshchenko, N. Illiashenko // International Journal of Advanced Science and Technology. 2020. Vol. 29, No. 6s, pp. 1066-1073. <http://serc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9185> (Scopus, Australia)

8. Illiashenko, S., Illiashenko, N., Shypulina, Y., Raiko, D., Bozhkova, V. (2021). Approach to assessment of prerequisites for implementation of strategic directions of innovative development of industrial enterprises. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 3 (13 (111)), 31–46. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.233520> (Scopus, Ukraine) Sergii Illiashenko, Olena Bilovodska, Tetiana Tsalko, Olesia Tomchuk, Svitlana Nevmerzhytska, Nataliia Buhas. (2022). Opportunities, Threats and Risks of Implementation the Innovative Business Management Technologies in the Post-Pandemic Period COVID-19. WSEAS Transactions on Business and Economics, vol. 19, pp. 1215-1229. (Scopus, Greece)

10. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління на засадах маркетингу стратегіями екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку в повоєнний період: національний і міжнародний аспекти. Маркетинг і цифрові технології. 2022. № 4. С. 47-60. DOI: <https://doi.org/10.15276/mdt.6.3.2022.5>

П2 1. Носирев Олександр Олександрович, Кобелева Тетяна Олександрівна, Ілляшенко Сергій Миколайович, Кармінська-Белоброва Марина Володимирівна, Глізнуца Марина Юрієвна. Конкурентні бізнес-перспективи туристичної індустрії: економіка, маркетинг, менеджмент. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 96928 від 27.03.2020 р.

2. Кобелева Тетяна Олександрівна, Ілляшенко Сергій Миколайович, Носирев Олександр Олександрович, Глізнуца Марина Юрієвна. Комплаєнс-складова конкурентних переваг та ефективність туристичного продукту. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 97073 від 07.04.2020 р.

3. Ілляшенко Сергій Миколайович, Кобелева Тетяна Олександрівна, Маслак Марія Володимирівна, Гармаш Сергій Володимирович. Роль культури екологічного туризму у забезпеченні сталого розвитку регіонів: проблеми і перспективи надавачів туристичних послуг. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 97074 від 07.04.2020 р.

4. Косенко Андрій Васильович, Носирев Олександр Олександрович, Кобелева Тетяна Олександрівна, Глізнуца Марина Юрієвна, Ілляшенко Сергій Миколайович. Інноваційні підходи до управління конфліктами при веденні туристичного бізнесу. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 96935 від 27.03.2020 р.

5. Перерва Петро Григорович, Ілляшенко Сергій Миколайович, Гармаш Сергій Володимирович, Попов Микола Олександрович.

Митне, інформаційне, фінансове, маркетингове та інноваційне забезпечення конкурентоспроможності промислових та туристичних підприємств. Свідцтво про реєстрацію авторського права на твір № 97066 від 07.04.2020 р.

ПЗ І. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Райко Д.В. Вступ до спеціальності «Маркетинг»: навчальний посібник - Суми: Триторія, 2020. - 124 с. ISBN 978-966-97985-2-7. 7,75 д.а.

П6 І. Науковий консультант докторської дисертації Біловодської Олени Анатоліївни на тему «Методологічні засади маркетингової політики розподілу інноваційної продукції промислових підприємств» (спеціальність 08.00.04), 2019 р.. Наказ МОН № 872 від 20.06.2019 р. про присудження наукового ступеня . П7 І. Член постійно діючої спецради НТУ «ХПІ» Д64.050.02

2. Опонував дисертації: - М'ячин Валентин Георгійович. Тема дисертації д.е.н. «Теоретико-методологічні засади управління процесом формування інноваційного потенціалу підприємства» за спеціальністю 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами. Захист у спецраді Д 41.052.10 в Одеському національному політехнічному університеті. 2019 р. Затверджена. - Файвішенко Діана Сергіївна. Тема дисертації д.е.н. «Стратегічне управління брендом на ринку мінеральної води», подану на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами. Захист у спецраді Д 26.055.01 Київського національного торговельно-економічного університету, 2021 р. Затверджена. - Плеханова Тетяна Євгенівна. Тема дисертації PhD «Оцінювання ризиків інноваційної діяльності у стратегічному плануванні розвитку підприємства». Захист у спецраді Харківського національного економічного університету імені С. Кузнеця. 2020 р. Затверджена. - Омаров Ельвін Шахін огли. Тема дисертації PhD «Управління поведінкою споживачів на торговельному підприємстві». Захист у спецраді Харківського національного економічного університету імені С. Кузнеця. 2021 р. Затверджена. - Сізоненко Сергій Вадимович. Тема дисертації PhD «Управлінські інновації у сфері надання адміністративних послуг в умовах діджиталізації». Захист у спецраді Національного університету "Одеська політехніка". 2021 р. Затверджена. - Марчук Леся Сергіївна. Тема дисертації PhD «Управління процесами формування та оцінювання інтелектуального потенціалу машинобудівних підприємств». Захист дисертації у Спецраді НТУ «ХПІ». 2021 р. Затверджена. (Голова разової спецради). - Величко Володимир Анатолійович. Тема дисертації д.е.н. «Теоретико-методологічні засади формування та реалізації стейкхолдерно-орієнтованої стратегії управління будівельних підприємств». 08.00.04 – економіка та управління підприємствами. Захист у спецраді Д 64.050.02 Національного технічного університету «ХПІ», 2022 р. Затверджена. (Член спецради). - Свішова Наталія Сергіївна. Тема дисертації PhD «Розвиток методів вартісного оцінювання об'єктів інтелектуальної власності». Захист дисертації у Спецраді НТУ «ХПІ». 2023 р. Затверджена. (Голова разової спецради). - Назаренко Станіслав Миколайович. Тема дисертації PhD «Економічна оцінка аутсорсингу інформаційних технологій». Захист дисертації у Спецраді НТУ «ХПІ». 2023 р. Затверджена. (Член разової спецради)

. П8 І. Науковий керівник д/б наукової теми «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції», № ДР

0118U003572. Виконувалася у СумДУ у 2018-2020 рр. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/78165>

2. Член редакційної колегії фахових журналів України: - «Маркетинг і цифрові технології» (<http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/editorgialboard>). - «Економіка: реалії часу» (<https://economics.opu.ua/journal>) - Вісник Національного технічного університету"Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). (<http://es.khpi.edu.ua/>). 3. Член редакційної колегії польського рецензованого наукового журналу: - MIND, який публікує статті з питань економіки, менеджменту та маркетингу (<https://mindjournal.wseh.pl/ru/redakcionnaya-kollegiya.html>). П9 Робота у складі НМК з маркетингу (2016-2019 рр.). Розробка стандартів освіти з маркетингу. Наказ Міністра МОНУ від 05.12.18 р., № 1343. П10 І. Науковий керівник дослідницького проекту польського університету (WSEH - Вища економіко-гуманітарна школа у м. Бельсько-Бяла). Проект «Strategie rozwoju innowacji» (Стратегії інноваційного розвитку), термін виконання 2021-2023 рр. <https://wseh.pl/pl/page/badania-naukowe-i-konferencje-badania-naukowe.html>

П12 І. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Завдання маркетингу інновацій в умовах трансформації технологічних укладів. Маркетинг: виклики та рішення : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 21 квітня 2021 року) / за ред. д.е.н., проф. І.Л. Литовченко. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 51-54. ISBN 978-966-992-536-7 <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53144>

2. Ілляшенко С.М. Завдання маркетингу на етапах інноваційного процесу на підприємстві: особливості виконання. Матеріали I Міжнародної науково-практичної дистанційної конференції «Проблематика та інноваційна парадигма розвитку економіки, бізнесу та HR-інжинірингу» : 11-12 листопада 2021 р. [Електронний ресурс] / М-во освіти і науки України, Хмельницький. нац. ун-т. – Хмельницький : ХНУ, 2021. С. 329-331. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55183>

3. Iliashenko S.M. Marketing communication policy in the management system of innovative development of enterprises. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2021). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2021). Bielsko-Biala: WSEH. P. 89-91 [E-edition]. ISBN 978-83-63649-10-4 <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55330>

4. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Наукові конференції як інструмент формування іміджу випускової кафедри університету. Журналістика та реклама: вектори взаємодії [Електрон-не видання] : тези доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 16 берез. 2022 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. С.92-95. – Укр., англ. та фр. мовами. ISBN 978-966-918-036-0 DOI: 10.31617/k.knute.2022-03-16 <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56360>

5. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Особливості управління товарною інноваційною політикою промислового підприємства в умовах четвертої промислової революції. Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Полтава, 14 – 15 квітня 2022 р. Полтава, 2022. С. 470-472. <http://repository.kpi.kharkov>

							<p>.ua/handle/KhPI-Press/56570</p> <p>6. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Цифрова трансформація освітньої діяльності закладів вищої освіти України в умовах війни. Вища освіта за новими стандартами: виклики у контексті діджиталізації та інтеграції в міжнародний освітній простір: матеріали Міжнародної науково-методичної конф., м. Харків, 10 трав. 2022 р. / ХНАДУ. Харків, 2022. С. 7-10. URL : http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56918</p> <p>7. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Маркетинг знань в системі інноваційного розвитку університету. Управління проектами. Перспективи розвитку проектного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності: збірник наукових праць за матеріалами IV Між-народної науково-практичної інтернет-конференції (24-25 березня 2022 р.). – УДУНТ, УКРНЕТ, НДІІВ НАПрН України, Дніпро: Юрсервіс, 2022. С. 204-207. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/57007</p> <p>8. Ілляшенко С.М. Перспективи розвитку системи вищої освіти України в умовах четвертої промислової революції. Міжнародні економічні відносини. Сталий розвиток України в умовах глобалізації та Європейської економічної інтеграції: проблеми, перспективи, ефективність. ФЕНІКС-2022: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (31 травня 2022 року, м. Харків). Х. : Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу, кафедра економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин, 2022. С. 126-128. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/57543</p> <p>9. Ілляшенко С.М., Ходарева В.А., Пілія Л.Т. Перспективи України на міжнародних ринках в умовах цифрової економіки. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей ХХХ міжнародної науково-практичної конференції МістоCAD-2022, 19-21 жовтня 2022 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». С. 533. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58548</p> <p>30. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Цифровий маркетинг на ринку праці України: поточні позиції і перспективи розвитку. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. С. 101-102. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/59439</p> <p>10. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Особливості підготовки фахівців з вищою освітою в умовах розвитку цифрової економіки. Актуальні проблеми освітньо-виховного процесу та шляхи їх вирішення в умовах сучасних викликів: Збірник наукових праць за матеріалами наукової інтернет-конференції з проблем вищої освіти і науки (18 листопада 2022 р.). Харків, ХНАДУ, 2022. С. 125-129. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/59656</p> <p>П14 Керував студенткою Косторноюю Світланною (СумДУ), що посіла III місце у II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг». Проходила в ОНПУ у 2019 р. П19 І. Член Громадського Об'єднання "Асоціація вчених за інноваційний розвиток України" (створена у 2018 р.), керівник Сумської обласної філії.</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

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

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначеному стандартом вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
<i>РН05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Наукова (або виробнича) практика	використання набутих знань у розв'язанні практичних завдань, проблемного вкляду, частково-пошукового та дослідницького методів	звіт та щоденник з практики, диференційований залік
<i>РН 05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Маркетинг знань	При проведенні лекційних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання задач, кейсів.	диференційований залік, поточне оцінювання на практичних заняттях
<i>РН 07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Маркетинг знань	При проведенні лекційних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання задач, кейсів.	диференційований залік, поточне оцінювання на практичних заняттях
<i>РН 04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у вкладацькій діяльності.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Маркетинг знань	При проведенні лекційних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання задач, кейсів.	диференційований залік, поточне оцінювання на практичних заняттях
<i>РН 03. Формувати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Кількісні методи в управлінні маркетингом	Застосовуються такі сучасні навчальні технології, як проблемні лекції під час проведення лекційних занять, міні-лекції та робота в малих групах під час проведення практичних занять. Проблемні лекції носять проблемно-постановний характер, проводяться у тісному контакті з аудиторією, дозволяють контролювати розуміння здобувачами навчального матеріалу. Під час роботи в малих групах здобувачам пропонується об'єднуватися у групи по 5-6 чоловік та презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу. Робота в малих групах повинна створювати можливості для участі кожного здобувача в роботі за темою заняття, забезпечувати формування особистісних якостей та досвіду роботи у професійних командах.	іспит, звіти з індивідуальних завдань, наданих на лабораторних заняттях, відповіді на питання з лекційного матеріалу у двох контрольних роботах, що проводяться наприкінці вивчення 1-го та 2-го модулів дисципліни.
<i>РН 06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Кількісні методи в управлінні маркетингом	Застосовуються такі сучасні навчальні технології, як проблемні лекції під час проведення лекційних занять, міні-лекції та робота в малих групах під час проведення практичних занять. Проблемні лекції носять проблемно-постановний характер, проводяться у тісному контакті з аудиторією, дозволяють контролювати розуміння здобувачами навчального матеріалу. Під час роботи в малих групах здобувачам пропонується об'єднуватися у групи по 5-6 чоловік та презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу. Робота в малих групах повинна створювати можливості для участі кожного здобувача в роботі за темою заняття, забезпечувати формування особистісних якостей та досвіду роботи у професійних командах.	іспит, звіти з індивідуальних завдань, наданих на лабораторних заняттях, відповіді на питання з лекційного матеріалу у двох контрольних роботах, що проводяться наприкінці вивчення 1-го та 2-го модулів дисципліни.
<i>РН 08. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Кількісні методи в управлінні маркетингом	Застосовуються такі сучасні навчальні технології, як проблемні лекції під час проведення лекційних занять, міні-лекції та робота в малих групах під час проведення практичних занять. Проблемні лекції носять проблемно-постановний характер, проводяться у тісному контакті з аудиторією, дозволяють контролювати розуміння здобувачами навчального матеріалу. Під час роботи в малих групах здобувачам пропонується об'єднуватися у групи по 5-6 чоловік та презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу. Робота в малих групах повинна створювати можливості для участі кожного здобувача в роботі за темою заняття, забезпечувати формування особистісних якостей та досвіду	іспит, звіти з індивідуальних завдань, наданих на лабораторних заняттях, відповіді на питання з лекційного матеріалу у двох контрольних роботах, що проводяться наприкінці вивчення 1-го та 2-го модулів дисципліни.

PH 04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.	<input checked="" type="checkbox"/>	Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу	роботи у професійних командах. Під час проведення лекційних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання кейсів, проведення ділових ігор.	диференційований залік у формі тестування, оцінювання завдань на практичних заняттях, поточні контролю на практичних заняттях
PH 05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.	<input checked="" type="checkbox"/>	Інноваційні технології педагогічної діяльності вищої освіти сфери маркетингу	Під час проведення лекційних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання кейсів, проведення ділових ігор.	диференційований залік у формі тестування, оцінювання завдань на практичних заняттях, поточні контролю на практичних заняттях
PH 04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.	<input checked="" type="checkbox"/>	Педагогічна практика	Під час проведення практичних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання кейсів, проведення ділових ігор.	підготовка звіту здобувачем та диференційований залік
PH 05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.	<input checked="" type="checkbox"/>	Педагогічна практика	Під час проведення практичних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання кейсів, проведення ділових ігор.	підготовка звіту здобувачем та диференційований залік
PH 06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.	<input checked="" type="checkbox"/>	Педагогічна практика	Під час проведення практичних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання кейсів, проведення ділових ігор.	Представлення звіту здобувачем та диференційований залік
PH09. Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.	<input checked="" type="checkbox"/>	Педагогічна практика	При проведенні практичних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання задач, кейсів.	Представлення звіту здобувачем та диференційований залік
PH01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.	<input checked="" type="checkbox"/>	Наукова (або виробнича) практика	використання набутих знань у розв'язанні практичних завдань, проблемного вкляду, частково-пошукового та дослідницького методів	звіт та щоденник з практики, диференційований залік
PH02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.	<input checked="" type="checkbox"/>	Наукова (або виробнича) практика	використання набутих знань у розв'язанні практичних завдань, проблемного вкляду, частково-пошукового та дослідницького методів	звіт та щоденник з практики, диференційований залік
PH06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.	<input checked="" type="checkbox"/>	Наукова (або виробнича) практика	використання набутих знань у розв'язанні практичних завдань, проблемного вкляду, частково-пошукового та дослідницького методів	звіт та щоденник з практики, диференційований залік
PH 02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні	<input checked="" type="checkbox"/>	Маркетинг знань	При проведенні лекційних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення	диференційований залік, поточне оцінювання на практичних заняттях

проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.			практичних занять передбачає розв'язання задач, кейсів.	
PH 04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.	<input checked="" type="checkbox"/>	Інноваційний маркетинг	Лекції проводяться з використанням мультимедійних засобів (Microsoft Teams), презентацій та опорних конспектів. На практичних заняттях здобувачі розв'язують типові завдання, аналізують конкретні приклади (кейси), проводиться обговорення результатів отриманих в задачах розрахунків. Використовується метод командної роботи. Навчальні матеріали (конспект лекцій, кейси, презентації) надаються здобувачам за допомогою віртуального навчального середовища.	іспит у формі тестування, оцінювання завдань на практичних заняттях, поточні контролю на практичних заняттях
PH 06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.	<input checked="" type="checkbox"/>	Діагностика маркетингової діяльності підприємства	При проведенні лекційних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання задач, кейсів.	іспит, поточний контроль у формі онлайн тестування
PH 01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.	<input checked="" type="checkbox"/>	Маркетинг знань	При проведенні лекційних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання задач, кейсів.	диференційований залік, поточне оцінювання на практичних заняттях
PH 02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.	<input checked="" type="checkbox"/>	Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності	Лекції з презентаціями, дискусії, практичні заняття (семінари, практикуми), виконання індивідуальної роботи (стаття, реферат, есе, тези та участь у конференціях та спеціалізованих семінарах, робота з оригінальними роботами з філософії тощо)	іспит, участь у дискусіях на практичних заняттях, усні відповіді з проблемних питань, виконання індивідуального завдання
PH 05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.	<input checked="" type="checkbox"/>	Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності	Лекції з презентаціями, дискусії, практичні заняття (семінари, практикуми), виконання індивідуальної роботи (стаття, реферат, есе, тези та участь у конференціях та спеціалізованих семінарах, робота з оригінальними роботами з філософії тощо)	іспит, участь у дискусіях на практичних заняттях, усні відповіді з проблемних питань, виконання індивідуального завдання
PH 07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.	<input checked="" type="checkbox"/>	Іноземна мова для комунікації у науково-педагогічному середовищі	Методи викладання іноземної мови для аспірантів спрямовані на формування науково-дослідницької та професійної компетентностей через інтерактивні завдання, що сприяють усвідомленню сенсу науково-професійної діяльності в контексті потреб сучасного світу. Завдання побудовані системно таким чином, щоб знання трансформувалися в актуальні уміння, навички і здібності здобувачів. Готовність до успішного складання іспиту на рівні B2 забезпечується завдяки налаштуванню індивідуальної програми навчання, оптимальної кількості практик та інноваційним мнемотехнікам. Мнемотехніки розроблено у форматах ментальних карт, матриць скролінгу, інтерактивних словників для мимовільного запам'ятовування великих обсягів навчального матеріалу з метою автоматизації навичок та їх використання у реальній комунікації. Методи викладання іноземної мови для аспірантів спрямовані на формування науково-дослідницької та професійної компетентностей через інтерактивні завдання, що сприяють усвідомленню сенсу науково-професійної діяльності в контексті потреб сучасного світу. Завдання побудовані системно таким чином, щоб знання трансформувалися в актуальні уміння, навички і здібності здобувачів. Готовність до успішного складання іспиту на рівні B2 забезпечується завдяки налаштуванню індивідуальної	іспит, тести, самостійна робота, індивідуальне завдання

			<p>програми навчання, оптимальної кількості практик та інноваційним мнемотехнікам. Мнемотехніки розроблено у форматах ментальних карт, матриць скролінгу, інтерактивних словників для мимовільного запам'ятовування великих обсягів навчального матеріалу з метою автоматизації навичок та їх використання у реальній комунікації. Формат завдань дозволяє їх доопрацювання на навчальній платформі в зручному індивідуальному режимі, що істотно збільшує час навчання і автоматизації навичок, якого не вистачає на заняттях в аудиторіях. Кожне завдання забезпечено підтримкою відповідно до концепції «Навчаюся навчатися», що охоплює мету, спосіб рішення і самооцінювання, а також корисні слова і вирази для здійснення комунікації. Одночасно завдання спрямовані на розвиток гіпотетичного і критичного мислення та організовані таким чином, щоб сприяти ефективному засвоєнню і запам'ятовуванню навчального матеріалу. Розвиток мовленнєвої компетентності (читання, аудіювання, письмове і усне спілкування) здійснюється в процесі рішення науково-професійних завдань, що орієнтовані на рівень B2 володіння іноземною мовою.</p>	
<p>PH 09. Організувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Іноземна мова для комунікації у науково-педагогічному середовищі	<p>Методи викладання іноземної мови для аспірантів спрямовані на формування науково-дослідницької та професійної компетентностей через інтерактивні завдання, що сприяють усвідомленню сенсу науково-професійної діяльності в контексті потреб сучасного світу. Завдання побудовані системно таким чином, щоб знання трансформувалися в актуальні уміння, навички і здібності здобувачів. Готовність до успішного складання іспиту на рівні B2 забезпечується завдяки налаштуванню індивідуальної програми навчання, оптимальної кількості практик та інноваційним мнемотехнікам. Мнемотехніки розроблено у форматах ментальних карт, матриць скролінгу, інтерактивних словників для мимовільного запам'ятовування великих обсягів навчального матеріалу з метою автоматизації навичок та їх використання у реальній комунікації. Методи викладання іноземної мови для аспірантів спрямовані на формування науково-дослідницької та професійної компетентностей через інтерактивні завдання, що сприяють усвідомленню сенсу науково-професійної діяльності в контексті потреб сучасного світу. Завдання побудовані системно таким чином, щоб знання трансформувалися в актуальні уміння, навички і здібності здобувачів. Готовність до успішного складання іспиту на рівні B2 забезпечується завдяки налаштуванню індивідуальної програми навчання, оптимальної кількості практик та інноваційним мнемотехнікам. Мнемотехніки розроблено у форматах ментальних карт, матриць скролінгу, інтерактивних словників для мимовільного запам'ятовування великих обсягів навчального матеріалу з метою автоматизації навичок та їх використання у реальній комунікації. Формат завдань дозволяє їх доопрацювання на навчальній платформі в зручному індивідуальному режимі, що істотно збільшує час навчання і автоматизації навичок, якого не вистачає на заняттях в аудиторіях. Кожне завдання забезпечено підтримкою відповідно до концепції «Навчаюся навчатися», що охоплює мету, спосіб рішення і самооцінювання, а також корисні слова і вирази для здійснення комунікації. Одночасно завдання спрямовані на розвиток гіпотетичного і критичного мислення та організовані таким чином, щоб сприяти ефективному засвоєнню і запам'ятовуванню навчального матеріалу. Розвиток мовленнєвої компетентності (читання, аудіювання, письмове і усне спілкування) здійснюється в процесі рішення науково-професійних завдань, що орієнтовані на рівень B2 володіння іноземною мовою.</p>	іспит, тести, самостійна робота, індивідуальне завдання
<p>PH 06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Світоглядні та соціокультурні основи науково-технічної діяльності	<p>Лекції з презентаціями, дискусії, практичні заняття (семінари, практикуми), виконання індивідуальної роботи (стаття, реферат, есе, тези та участь у конференціях та спеціалізованих семінарах, робота з оригінальними роботами з філософії тощо)</p>	іспит, участь у дискусіях на практичних заняттях, усні відповіді з проблемних питань, виконання індивідуального завдання
<p>PH 06. Планувати і</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Представлення наукових	інтерактивні лекції, консультації	диференційований залік, тези

виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.		результатів		доповідей на конференціях, наукові статті
PH 08. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.	<input checked="" type="checkbox"/>	Представлення наукових результатів	інтерактивні лекції, консультації	диференційований залік, тези доповідей на конференціях, наукові статті
PH 05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.	<input checked="" type="checkbox"/>	Представлення наукових результатів	інтерактивні лекції, консультації	диференційований залік, тези доповідей на конференціях, наукові статті
PH 01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.	<input checked="" type="checkbox"/>	Інноваційний маркетинг	Лекції проводяться з використанням мультимедійних засобів (Microsoft Teams), презентацій та опорних конспектів. На практичних заняттях здобувачі розв'язують типові завдання, аналізують конкретні приклади (кейси), проводиться обговорення результатів отриманих в задачах розрахунків. Використовується метод командної роботи. Навчальні матеріали (конспект лекцій, кейси, презентації) надаються здобувачам за допомогою віртуального навчального середовища.	іспит у формі тестування, оцінювання завдань на практичних заняттях, поточні контролю на практичних заняттях
PH 06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми	<input checked="" type="checkbox"/>	Інноваційний маркетинг	Лекції проводяться з використанням мультимедійних засобів (Microsoft Teams), презентацій та опорних конспектів. На практичних заняттях здобувачі розв'язують типові завдання, аналізують конкретні приклади (кейси), проводиться обговорення результатів отриманих в задачах розрахунків. Використовується метод командної роботи. Навчальні матеріали (конспект лекцій, кейси, презентації) надаються здобувачам за допомогою віртуального навчального середовища.	іспит у формі тестування, оцінювання завдань на практичних заняттях, поточні контролю на практичних заняттях
PH 02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.	<input checked="" type="checkbox"/>	Діагностика маркетингової діяльності підприємства	При проведенні лекційних занять застосовуються презентаційні матеріали, відеоматеріали. Проведення практичних занять передбачає розв'язання задач, кейсів.	іспит, поточний контроль у формі онлайн тестування