

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Національна академія управління"
Освітня програма	11659 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
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	339
Повна назва ЗВО	Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Національна академія управління"
Ідентифікаційний код ЗВО	16476880
ПІБ керівника ЗВО	Єрохін Сергій Аркадійович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	http://nam.kiev.ua/

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/339>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	11659
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Повна загальна середня освіта, Фаховий молодший бакалавр, ОКР «молодший спеціаліст», Молодший бакалавр
Термін навчання на освітній програмі	3 р. 10 міс.
Форми здобуття освіти на ОП	очна денна, заочна
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	<i>Кафедра фінансів, обліку та фундаментальних економічних дисциплін; Кафедра міжнародних економічних відносин; Кафедра соціально-гуманітарних дисциплін та іноземних мов; Кафедра комп'ютерних наук, інформаційних технологій та системного аналізу; Кафедра теорії та історії держави і права; Кафедра кримінального права, кримінології, цивільного та господарського права</i>
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	м. Київ, вул. Ушинського, 15, 03151
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація,	

яка присвоюється за ОП (за наявності)

Мова (мови) викладання **Українська**

ID гаранта ОП у ЄДЕБО **219124**

ПІБ гаранта ОП **Серкутан Тетяна Вікторівна**

Посада гаранта ОП **Доцент**

Корпоративна електронна адреса гаранта ОП **mark1@nam.kiev.ua**

Контактний телефон гаранта ОП **+38(044)-242-10-57**

Додатковий телефон гаранта ОП **+38(050)-666-12-85**

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

Дана освітньо-професійна програма (ОП) була розроблена у 2018 році із врахуванням багаторічних освітніх традицій Академії з підготовки фахівців з економічних спеціальностей відповідно до потреб ринку та сучасних тенденцій фахової освіти в маркетингу. Метою ОП є підготовка висококваліфікованих фахівців – бакалаврів маркетингу, – які володіють сучасним управлінським та економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, що базуються на оволодінні системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення успішної роботи підприємства на засадах маркетингу.

Для розроблення ОП було створено групу забезпечення. Голова групи, гарант освітньої програми – Серкутан Тетяна Вікторівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування, на якій розроблено дану ОП. До розроблення ОП та навчального плану було залучено деканів факультетів, завідувачів інших кафедр, що забезпечують навчальний процес, начальника навчального відділу.

У процесі розроблення ОП вивчалися освітньо-професійні програми інших ЗВО, були враховані інтереси та пропозиції від роботодавців, представників академічної спільноти, випускників, здобувачів вищої освіти ВНЗ «Національна академія управління».

У 2019 році освітня програма була переглянута та вдосконалена з урахуванням затвердженого Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» (наказ МОН України від 05 грудня 2018 року № 1343). Відбулися уточнення компетентностей та програмних результатів навчання.

Група забезпечення ОП – кандидат економічних наук, доцент Серкутан Тетяна Вікторівна (гарант програми, голова групи забезпечення), доктор економічних наук, професор Ермошенко Микола Миколайович (член групи забезпечення), кандидат економічних наук, доцент Костинець Юлія Володимирівна (член групи забезпечення), кандидат економічних наук, доцент Іванишина Галина Сергіївна (член групи забезпечення).

5. Інформація про контингент здобувачів вищої освіти на ОП станом на 1 жовтня поточного навчального року та набір на ОП

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2019 - 2020	2	1	1	0	0
2 курс	2018 - 2019	1	1	0	0	0
3 курс	2017 - 2018	6	3	3	0	0
4 курс	2016 - 2017	7	3	4	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	програми відсутні

(короткий цикл)	
перший (бакалаврський) рівень	11659 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	11464 Маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	<i>програми відсутні</i>

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	3089	2115
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	0	0
Приміщення, які використовуються на іншому праві, ніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	3089	2115
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	MD5- хеш файла
Освітня програма	<i>11659 075B Osvitna programa Marketing - bakalavr.pdf</i>	36MGwIH7CV3Mputkqs7emreM8a1FWV+IDIWYALbnl8=
Навчальний план за ОП	<i>11659 075B Navchalnii plan (Marketing).pdf</i>	YjmUUpPi+2zdDCbG60Blhc4AtXTMdvMgGdxivHDUB+Q=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Recenzia_1.pdf</i>	11rM0lkqGNuQ3FAzwpVun1E07JF5SSdCKEa4MjjqA9Q=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Recenzia_2.pdf</i>	+fJvzpaftXbj2BrndIBNq8hGod5uDTM5FPuxLdMFNMk=

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Метою ОП є підготовка висококваліфікованих фахівців – бакалаврів маркетингу, – які володіють сучасним управлінським та економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, що базуються на оволодінні системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення успішної роботи підприємства на засадах маркетингу.

Особливістю програми є те, що програма передбачає практичну підготовку для формування навичок у сфері господарської та маркетингової діяльності сучасних підприємств та в організації, також дана ОП є багатoproфільною та передбачає опанування базових освітніх компонентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування», що дозволить сформувати високваліфікованого фахівця, готового

до викликів сучасних економічних умов, такого, що володіє компетентностями в суміжних сферах господарської діяльності, відповідно здатен приймати ефективні та виважені рішення

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

Цілі освітньо-професійної програми «Маркетинг» повністю відповідають місії та стратегії розвитку ВНЗ «Національна академія управління». Так, у Стратегії розвитку Академії, яка розміщена на сайті Академії у відкритому доступі, визначено місію Академії: «Підготовка глобально конкурентоздатних, інноваційних та адаптивних професіоналів, які представлятимуть національну кадрову еліту для вирішення соціально-економічних завдань, що стоять перед Україною та міжнародною спільнотою» <https://nam.kiev.ua/files/mono/strategia.pdf>

Відповідно до місії основними стратегічними орієнтирами ВНЗ «Національна академія управління» є: служити всебічному вдосконаленню суспільства, стверджувати ідеали свободи, демократії та вільної конкуренції; сприяти інтелектуальному, соціально-економічному, культурному і етнічному розвитку України через експансію знань і нових технологій, втіленню їх у реальному житті. Активно сприяти прогресивним цивілізаційним трансформаціям України в глобалізаційному світі, зростанню інтелектуального капіталу для будівництва інноваційної економіки. Формувати найвищі стандарти в професійній підготовці фахівців, конкурентоздатних на ринку праці.

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

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

Представники від кожної з груп зацікавлених сторін надавали пропозиції до освітньо-професійної програми, що були враховані на етапі її розробки та в процесі уточнення. Інтереси здобувачів вищої освіти та випускників програми були враховані при формулюванні цілей та програмних результатів навчання шляхом визначення загальних та спеціальних компетентностей. В процес підготовки та обговорення змісту і наповнення освітньо-професійної програми відповідними освітніми компонентами та формулювання додаткових компетентностей у 2019 році були залучені здобувачі вищої освіти та випускники програми шляхом запрошення до колективного обговорення через офіційний сайт Академії nam.kiev.ua. Також відбувалися усні бесіди із окремими студентами та випускниками та були розглянуті пропозиції від студентського самоврядування на засіданнях Вченої ради Академії, окремі з яких були враховані.

- роботодавці

Роботодавці залучаються до процесу створення освітніх програм, навчальних планів та висловлюють свої побажання щодо організації та змісту освітнього процесу, а також визначення цілей і програмних результатів навчання, шляхом запрошення до колективного обговорення через офіційний сайт Академії nam.kiev.ua. Пропозиції роботодавців щодо спеціальних (фахових) компетентностей визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю, а також спеціальних (фахових) компетентностей визначених ВНЗ «Національна академія управління» були розглянуті на засіданнях кафебри та засіданнях Вченої ради Академії.

Сформульовані пропозиції надали змогу побудувати освітньо-професійну програму у відповідності до вимог професійних стандартів, потреб ринку праці та забезпечити конкурентоспроможність випускників.

Роботодавці, які були залучені до розроблення та рецензування ОП "Маркетинг" (рецензії яких додані до даної ОП), відзначили, що Національна академія управління є таким закладом вищої освіти, що традиційно готує висококваліфікованих фахівців з основних економічних спеціальностей, зокрема з маркетингу

- академічна спільнота

При розробці освітньо-професійної програми враховано пропозиції членів групи забезпечення, викладачів кафедр Національної академії управління, що забезпечують освітній процес за даною ОП, та інших представників академічної спільноти.

Крім членів групи забезпечення та кафебри при розробці освітньо-професійної програми враховано пропозиції інших представників академічної спільноти. Сформульовані пропозиції надали змогу побудувати освітньо-професійної програми на засадах органічного поєднання освітньої, наукової та практичної діяльності, забезпечити єдність та узгодженість етапів освітнього процесу, удосконалення системи компетенцій на основі гармонізації з професійними стандартами роботодавців, набуття здобувачами вищої освіти комунікативної компетентності, утвердження їх соціальної активності, самоорганізації, відповідальності тощо.

- інші стейкхолдери

На ОП отримано позитивну рецензію від д.е.н., професора Кендюхова О.В., Президента Асоціації сприяння глобалізації освіти і науки «Спейстайм», який підтвердив, що дана ОП розроблена з

урахуванням міжнародних вимог та вимог, що висувуються до майбутніх фахівців з маркетингу, а також базується на дисциплінах, які орієнтовані на теоретичні та практичні досягнення в галузі маркетингу, а потреби роботодавців відображені в програмних результатах навчання за рецензованою освітньо-професійною програмою, відповідно дана ОП може бути рекомендована для підготовки фахівців з маркетингу

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

Цілі та програмні результати навчання освітньо-професійної програми узгоджуються з тенденціями розвитку спеціальності у напрямі здобуття майбутніми фахівцями поглиблених теоретичних знань, умінь і навичок практичної діяльності, інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання професійних завдань, у тому числі й інноваційного характеру з урахуванням сучасних тенденцій та особливостей вітчизняного та міжнародного ринків праці, зокрема ПР7. "Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію" надає додаткову перевагу практикуючому маркетологу в сучасних умовах діджиталізації суспільного життя та економічних відносин

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

Під час формулювання цілей освітньо-професійної програми та програмних результатів навчання в Академії враховувалися галузеві та регіональні потреби у фахівцях за спеціальністю 075 "Маркетинг". Під час моніторингу особлива увага акцентувалася на забезпеченні фахівцями з маркетингу окремих підрозділів органів державної влади та управління, місцевого самоврядування, підприємств та організацій різних форм власності та видів бізнесової і комерційної діяльності, банків, страхових компаній, аудиторських фірм та експертних установ, закладах вищої освіти, фондах, благодійних товариствах тощо, що представляють галузевий та регіональний контекст спеціальності на ринку праці.

Окрім того, здобувачі освіти за ОП регулярно беруть участь у регіональних та міжнародних маркетингових заходах, зокрема у спеціалізованих виставках, що проходять у виставкових центрах м. Києва

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

При розробці освітньо-професійної програми вивчався досвід університету-партнеру Академії WSB University (Польща), співробітництва ректора Єрохіна С.А. з Вищою школою ім. Богдана Янського у Варшаві (Польща) як візитуючого професора та інших вітчизняних ЗВО.

Досліджувалися освітньо-професійні програми вітчизняних закладів вищої освіти з дотриманням академічної доброчесності. Цілі та програмні результати навчання за освітньо-професійною програмою у ВНЗ «Національна академія управління» були сформовані з метою досягнення студентами здатності ефективно використовувати професійні знання та навички в подальшій професійній та/або науковій діяльності.

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

ОП та програмні результати навчання відповідають Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського) рівня освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" та зорієнтовані на дескриптори Національної рамки кваліфікацій. Навчальний план та робочі програми навчальних дисциплін освітньої програми спрямовані на досягнення програмних результатів навчання, а структурно-логічна схема ОП та матриці відповідності свідчать про відповідність програмних результатів освітнім компонентам.

Так, зокрема ПР7. "Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію" відповідає спеціальним компетентностям, визначеним ЗВО, зокрема СК 20 "Здатність застосовувати технологічний підхід до організації процесу аналізу даних; знання особливостей інформаційних технологій, що застосовуються при аналізі даних; уміння виявляти основні етапи й операції в технології розв'язання задач аналізу за допомогою засобів автоматизації" та СК 21. "Застосування принципів роботи, можливостей і обмежень програмно-технічних пристроїв, призначених для автоматизованої підтримки аналізу даних; знання особливостей автоматизованого виконання процесів аналізу даних; уміння оцінювати клас задач, які можуть бути розв'язаними з використанням конкретного комп'ютерного обладнання залежно від його основних характеристик", досягнення яких забезпечується, зокрема, вибірково дисциплінами професійної підготовки, зокрема ВПП-9 "Інтелектуальний аналіз даних (Data Mining)" та ВПП-10 "Інформаційні системи управління підприємствами"

Якщо стандарт вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти відсутній,

пояснить, яким чином визначені ОП програмні результати навчання відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня?

Програмні результати навчання, які визначені освітньо-професійною програмою (ОП), відповідають Стандарту (наказ МОН України від 05.12.2018 р. №1343), та узгоджені із вимогами Національної рамки кваліфікацій (НРК). Так за ОП Академії перший (бакалаврський) рівень вищої освіти відповідає 7 рівню згідно з НРК. Порівняння компетентностей фахівця за ОП і НРК не вказує на наявність відхилень між їх змістовим наповненням.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

240

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)?

180

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

60

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

Зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», галузі знань 07 Управління та адміністрування, що регламентується Стандартом вищої освіти за вказаною спеціальністю. Особливістю програми є те, що програма передбачає практичну підготовку для формування навичок у сфері господарської та маркетингової діяльності сучасних підприємств та в організацій, також дана ОП є багатопрофільною та передбачає опанування базових освітніх компонентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування», що дозволить сформувати високваліфікованого фахівця, готового до викликів сучасних економічних умов, такого, що володіє компетентностями в суміжних сферах господарської діяльності, відповідно здатен приймати ефективні та виважені рішення. ОП спеціалізується на ідентифікації та вирішенні складних спеціалізованих та управлінських завдань і проблем професійної сфери та містить такі професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях

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

В Академії забезпечена можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, що регламентується ст. 62 ЗУ «Про вищу освіту», відповідно до якої для вибіркового дисциплін в ОП та навчальному плані передбачений бюджет часу, що становить не менше 25% загальної кількості кредитів ЄКТС. Формування індивідуальної освітньої траєкторії реалізується через право на: - вибір навчальних дисциплін; - самостійний вибір місця проходження практики; - вибір теми кваліфікаційної роботи; - вільне відвідування лекційних занять у зв'язку із працевлаштуванням за спеціальністю, доглядом за дитиною до 3-х або у разі потреби – 6-ти річного віку, доглядом за хворим родичем тощо. Проблем з формуванням індивідуальної освітньої траєкторії з боку здобувачів вищої освіти не виникало.

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

В Академії формування індивідуальних навчальних планів здобувачами вищої освіти здійснюється відповідно до принципів альтернативності та академічної відповідальності (недопущення нав'язування здобувачам вищої освіти певних вибіркового дисциплін в інтересах кафедр та окремих викладачів). Вибір навчальних дисциплін регламентується Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління». Дисципліни вільного вибору обираються здобувачами вищої освіти із запропонованого Академією структурованого переліку освітніх компонентів. Вибір дисциплін здобувачами вищої освіти першого курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти на весь термін навчання здійснюється протягом тижня від початку освітнього процесу. Вибір дисциплін передбачає такі етапи і процедури:

- у визначений період кожен здобувач вищої освіти під керівництвом куратора (тьютора) має можливість індивідуально ознайомитися з навчальними дисциплінами, які пропонуються для вибору - до завершення визначеного періоду здобувач вищої освіти має подати куратору (тьютору) заяву з переліком обраних навчальних дисциплін. Подані здобувачами вищої освіти заяви аналізуються навчальним відділом із залученням представників здобувачів цієї ОП (у кількості не менше ніж 2 особи). Після цього навчальні дисципліни у визначеному обсягу кредитів (годин), які обрали більшість здобувачів вищої освіти даного року набору, включаються до індивідуального навчального плану та доводиться до відома усіх здобувачів ОП. Здобувач вищої освіти, який не зробив свій вибір, вивчає навчальні дисципліни обрані більшістю інших здобувачів вищої освіти на ОП. Цей перелік враховується під час складання робочого навчального плану та розкладу навчальних занять. Вибрані здобувачем вищої освіти дисципліни включаються до індивідуального плану здобувача вищої освіти, є обов'язковими для вивчення та формують його індивідуальну освітню траєкторію. Здобувач вищої освіти в односторонньому порядку не може відмовитись від узгодженого переліку дисциплін. Крім цього, Академія може додатково надати здобувачу можливість вивчення будь-якої навчальної дисципліни на власний вибір здобувача з усіх, що викладаються у межах поточного навчального року в рамках інших ОП, рівнів освіти. Загальний обсяг вибіркових навчальних дисциплін за цією ОП складає 60 кредитів ЄКТС, що становить 25% від загального обсягу кредитів, що передбачені програмою підготовки.

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

ОП передбачено проходження ознайомчої та навчальної практики (разом 12 кредитів ЄКТС), практичні заняття з навчальних дисциплін. Також відбуваються зустрічі з роботодавцями та ознайомчі екскурсії на підприємства, установи, а також відвідання міжнародних та регіональних галузевих виставкових заходів.

У ході практичної підготовки формуються спеціальні (фахові) компетентності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності) та спеціальні (фахові) компетентності за вибірковим блоком (визначені закладом вищої освіти). Наприклад, ОП та навчальний план передбачають формування такої спеціальної (фахової) компетентності (визначеної стандартом вищої освіти спеціальності): СК6. "Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності" забезпечується викладанням таких обов'язкових компонентів циклу загальної та практичної та професійної підготовки ОП як ОЗП-10 "Статистика", ОПП-10 "Маркетингові дослідження" та ОПП-12 "Поведінка споживача".

Останні тенденції свідчать, що сучасна економічна сфера потребує фахівців, здатних не просто обраховувати значення певних показників, аналізувати їх динаміку тощо, а розробляти на цій основі обґрунтовані управлінські рішення. Це також відрізняє спрямування практичної підготовки за ОП від суто креативно-маркетингових освітніх програм.

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

Вивчення освітніх компонентів упродовж навчання на ОП відбувається за допомогою активних тренінгових форм та методів, що сприяє максимальному використанню потенціалу, знань і досвіду кожного здобувача вищої освіти. Активно застосовуються такі методи навчання як дискусії, робота з кейсами, імітаційні та ділові ігри тощо. Соціальні навички розвиваються за рахунок участі здобувачів вищої освіти у бізнес-форумах, професійних конференціях, формуванні сприятливого психологічного клімату на факультеті та в Академії, відсутності психологічних та адміністративних бар'єрів у спілкуванні з керівництвом факультету та Академії. Навички соціальної взаємодії, активної комунікації, відстоювання власної позиції та інші соціальні навички також відточуються під час публічних виступів на лекційних та семінарських заняттях, науково-дослідній практиці, захисту кваліфікаційної роботи.

Академія застосовує компетентнісний підхід для забезпечення набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills).

Яким чином зміст ОП враховує вимоги відповідного професійного стандарту?

Для визначення компетентностей/результатів навчання, що визначають присвоювану після завершення навчання на ОП професійну кваліфікацію, Академія орієнтується на Національну рамку кваліфікацій, затверджену постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 та Стандарт вищої освіти, затверджений наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343. На міжнародному рівні EQF – European Marketing Qualification Framework (Європейська маркетингова рамка кваліфікацій), яка розроблена Європейською маркетинговою конфедерацією (EMC), і яка враховує рекомендації Європейської рамки кваліфікацій (EQF) та інших європейських кваліфікаційних проектів. Перелік компетентностей та програмних результатів відповідає дескрипторам НРК, яка, в свою чергу співвідноситься із Європейською рамкою кваліфікацій (EQF), чим забезпечується відповідність критеріям EQF.

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

При формуванні аудиторного навантаження студента на 1 кредит ЄКТС виділяється від 30 до 50% аудиторного навантаження, решта часу – на самостійну роботу. На ОП здобувачі мають приблизно 16-18 годин аудиторного навантаження в робочому тижні. Такий розподіл, на наш погляд, є оптимальним з точки зору можливості створення умов для оволодіння матеріалом навчальних дисциплін. Аналіз обсягу навантаження здобувачів вищої освіти на конкретній ОП відбувається за результатами анкетування усіх здобувачів вищої освіти, що проводиться навчальним відділом, а також опитувань, що здійснюються науково-педагогічними працівниками у ході вивчення кожного окремого освітнього компонента. Питання навантаження у розрізі кожного освітнього компонента обговорюється на засіданнях кафедр та Вченої ради Академії та за необхідності вносяться зміни.

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

Дуальна форма освіти в Академії не використовується

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://nam.kiev.ua/pravylyla-pryyomu.html>

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

Правила прийому на навчання до ВНЗ «Національна академія управління» щорічно розроблюються Приймальною комісією відповідно до чинного законодавства, в тому числі Умов прийому на навчання до закладів вищої освіти України. Програми вступних випробувань формуються гарантом освітньо-професійної програми та провідними фахівцями із цієї спеціальності з урахуванням змін та тенденцій в освітньому середовищі, змін у правовому полі, досвіду інших ЗВО тощо. До початку вступної кампанії програми вступних випробувань переглядаються та затверджуються у встановленому порядку. Розробники програми вступних випробувань намагаються максимально врахувати специфіку освітньої програми (спеціальності), програми містять орієнтовний перелік питань для підготовки, список рекомендованої літератури. Для вступу за цією ОП правилами прийому передбачено складання Єдиного вступного іспиту та фахового вступного випробування. Для осіб, які вступають на основі здобутого рівня вищої освіти (освітньо-кваліфікаційного рівня), передбачено складання додаткового фахового випробування. Вступ здійснюється на конкурсній основі. Правила прийому на навчання до ВНЗ «Національна академія управління» із усіма додатками розміщено на сайті Академії.

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

ВНЗ «Національна академія управління» спирається на «Положення про організацію освітнього процесу», що включає порядок поновлення та відрахування студентів, затверджене у встановленому порядку та розміщене на офіційному веб-сайті, з урахуванням «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12 серпня 2015 р. № 579 на виконання п.23 частини першої статті 13 Закону України «Про вищу освіту». Окремі питання вступу для здобуття вищої освіти у ВНЗ «Національна академія управління» за результатами навчання в інших ЗВО визначається Правилами прийому.

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

Для студентів цієї освітньо-професійної програми у Національній академії управління такі практики наразі не застосовувались.

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті регулюється Положенням

про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління» Положення доступне у відкритому доступі на сайті Академії за посиланням <https://nam.kiev.ua/files/mono/organ-osvit-prots.pdf>

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

Практика застосування даних правил на ОП наразі відсутня. Процедура визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління»

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

Підготовка фахівців за ОП здійснюється за денною та заочною програмами навчання відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління» <https://nam.kiev.ua/files/mono/organ-osvit-prots.pdf>. Вибір методів навчання проводиться відповідно до змісту та особливостей кожної освітньої компоненти ОП. Основними формами організації освітнього процесу на ОП, які сприяють досягненню програмних результатів є:

- навчальні заняття, основними видами яких на ОП є: лекція (проводяться з використанням словесних, наочних, інтерактивних методів і прийомів);
- семінарські, практичні заняття (проведення навчальних дискусій, імітаційні та ділові, тренінги);
- індивідуальні заняття;
- консультації;
- самостійна робота (із застосуванням практичного, пошукового, науково-дослідницького методів задля виконання завдань здобувачем вищої освіти під керівництвом викладача);
- практична підготовка, в тому числі науково-дослідна практика (має за мету набуття здобувачем вищої освіти професійних навичок і вмінь для подальшого використання їх у реальних виробничих умовах, виховання потреби систематично поновлювати свої знання і творчо їх застосовувати в практичній діяльності);
- контрольні заходи (поточний та підсумковий контроль – заліки, екзамени).

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?

В Академії застосовується студентоцентрований підхід у виборі форм і методів навчання. Навчання студентів здійснюється за індивідуальними навчальними планами, які розробляються на підставі робочого навчального плану з урахуванням принципів академічної свободи. Навантаження студента по кожному компоненту складається з аудиторних занять, самостійної роботи та контрольних заходів. Студенту на основі принципів альтернативності та відповідальності надається можливість вибору дисциплін із вибіркового блоку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу. Під час проведення навчальних занять науково-педагогічні працівники застосовують активні методи навчання – ділові та дидактичні ігри, проблемні лекції, які сприяють особистісному розвитку студентів та формуванню атмосфери взаєморозуміння і довіри, налаштовують студентів на більш активний процес пізнання та самостійну роботу. Навчальний відділ, враховуючи побажання студентів, складає розклад навчальних занять, надаючи більше часу для виконання самостійної роботи та стимулювання наукової. В Академії існує практика проведення індивідуальних консультаційних днів для здобувачів вищої освіти по всіх навчальних дисциплінах ОП. Опитування здобувачів вищої освіти за ОП показали, що обрані традиційні та інтерактивні методи навчання викликають у студентів інтерес та відзначаються ними як ефективні.

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

У процесі навчання відповідно до принципів академічної свободи забезпечується вільний вибір форм та методів навчання усіма учасниками освітнього процесу. Для досягнення мети заняття науковопедагогічні працівники за принципами академічної свободи самостійно, враховуючи відповідні форми навчання, визначають доцільність використання методів та обирають їх для проведення лекцій, семінарських, практичних занять і передбачають їх застосування під час вивчення дисципліни. Важливою є можливість використання результатів власних наукових досліджень учасників освітнього процесу під час обговорення проблемних питань та обґрунтування власної думки. Формування навчального плану здобувачів вищої освіти передбачає перелік обов'язкових та вибіркового дисципліни з метою задоволення їхніх освітніх потреб та посилення конкурентоспроможності та затребуваності на ринку праці. Академічна свобода здобувачів освіти проявляється також при вільному обранні ними бази науково-дослідної практики, тем курсових та індивідуальних робіт.

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 *

Завдяки розміщенню ОП, навчального плану та робочих програм у відкритому доступі на сайті Академії здобувачі вищої освіти мають можливість до початку навчання отримати вичерпну інформацію щодо освітніх компонентів ОП, її цілей та змісту.

Інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів подано у робочих програмах дисциплін, які також розміщені на сайті Академії, а також наведені у додатках до цього Звіту.

Також здобувачі вищої освіти мають безкоштовний цілодобовий доступ до мережі Інтернет, електронного каталогу бібліотеки та інших ресурсів, що містять необхідну навчальну та наукову інформацію.

ОП розміщена на сайті НАУ за посиланням <https://nam.kiev.ua/files/osvitna-programa-marketing-bakalavr.pdf>

Також до початку навчального семестру працівники деканату надають інформацію здобувачам вищої освіти щодо загальних відомостей ОП, а науково-педагогічні працівники на першій лекції роз'яснюють цілі, зміст та очікувані результати навчання, особливості оцінювання, форми поточного та семестрового контролю тощо.

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

Під час реалізації ОП здобувачі вищої освіти беруть участь у процесі пізнання, обмінюються інформацією, аналізують її, зважають альтернативні думки, дискутують, моделюють ситуації, оцінюють дії інших і свою власну поведінку, приймають продумані рішення, тобто спільно розв'язують навчальні і наукові проблеми, занурюючись у реальну атмосферу наукового співробітництва.

Реалізувати на практиці отримані під час навчання і дослідження знання здобувачі вищої освіти можуть приймаючи участь у науково-практичних конференціях, семінарах, круглих столах тощо, публікуючи матеріали власних досліджень у фахових виданнях. Здобувачі вищої освіти за ОП беруть участь у конференціях, що проводяться Академією та іншими університетами і науково-дослідними установами, також і на міжнародному рівні, за результатами яких друкують тези доповідей

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

В Академії систематично оновлюють зміст освітніх компонентів на основі впровадження наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі та з дотриманням принципу академічної свободи.

Зміст освітніх компонентів ОП, за потреб, оновлюють та корегують викладачі у відповідності до здійснених ними самостійно або у співпраці зі стейкхолдерами наукових досліджень, оновлення законодавчої та нормативно-правової бази. Процедура затвердження, моніторингу і періодичного перегляду освітніх компонентів включає такі кроки: 1) формулювання цілей і завдань ОП (обґрунтування своєрідності кожної освітньої компоненти з урахуванням думок роботодавців, фахівців і академічної спільноти; визначення в кожній програмі підготовки загальних і фахових компетентностей) 2) визначення кінцевих результатів навчання (опис того, що здобувач вищої освіти повинен знати, уміти і бути здатним продемонструвати після завершення навчання).

Також при оновленні освітніх компонентів ОП враховуються: сучасні тенденції в маркетингу в результаті тісної співпраці з професіоналами-практиками, наукові досягнення у педагогічній галузі після проходження підвищення кваліфікації викладачів та міжнародного стажування, зміни до законодавства у відповідній галузі та з дотриманням принципу академічної свободи. Викладачі аналізують компоненти освітніх програм та розробляють рекомендації щодо оновлення змісту, методів навчання і методичного забезпечення. Так, наприклад, прийняття змін до закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.11.18р. зумовили необхідність оновлення змісту дисципліни "Бухгалтерський облік", а широке розповсюдження електронної комерції зумовило зміни у змістовному наповненні окремих тем дисциплін "Інфраструктура товарного ринку" та "Поведінка споживачів"

На кафедрі проводиться постійна робота щодо уникнення дублювань змістовних частин різних освітніх компонентів та налагодження взаємозв'язку задля забезпечення структурно-логічної схеми викладання у контексті цілісності ОП.

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

В Академії підписані та реалізуються договори (меморандуми) про співробітництво з такими зарубіжними закладами освіти: WSB University (Польща) та JiangXi Fenglin College of Foreign Economy and Trade (Китай).

На основі підписаного меморандуму з JiangXi Fenglin College of Foreign Economy and Trade (Китай) була проведена II Міжнародна інтернет-конференція «Національна безпека у фокусі викликів глобалізаційних процесів в економіці» (12-14 жовтня 2018 року), в якій взяли участь та опублікували матеріали досліджень викладачі та студенти Академії.

Гарант програми Т.В. Серкутан та члени групи забезпечення Костинець Ю.В. та М.М. Єрмошенко регулярно відвідують закордонні ЗВО (Віденський університет, (Австрія), Веронський та Падуанський університети (Італія)) та міжнародні організації (зокрема, ЮНЕСКО) з метою вивчення кращих зарубіжних практик вищої освіти та сучасних напрямів наукових досліджень

Відповідно до Статуту та Стратегії розвитку ВНЗ «Національна академія управління» здійснення заходів інтернаціоналізації діяльності закладу забезпечується у напрямках організації і проведення міжнародних конференцій, участі у міжнародних освітніх та наукових програмах, налагодження партнерських стосунків із зарубіжними ЗВО, здійснення обміну інформацією з напрямів освітньої діяльності, відрядження за кордон науково-педагогічних працівників для стажування, науково-педагогічної та наукової роботи.

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?

В умовах реалізації компетентнісного підходу в Академії і під час контрольних заходів оцінюється рівень засвоєння студентом компетентностей та програмних результатів, що передбачені ОП. Усі завдання, що виконуються під час контрольних заходів, зорієнтовані на перевірку досягнення програмних результатів, передбачених РП навчальних дисциплін та ОП. Вони включають як практично-орієнтовані, розрахунково-аналітичні, так і теоретичні та дослідницькі аспекти. Вибір форми контролю за кожним освітнім компонентом зумовлений його місцем у формуванні програмних результатів ОП. На ОП до контрольних заходів належить поточний і підсумковий контроль. Поточний контроль застосовується з метою перевірки ступеня засвоєння матеріалу, розглянутого та обговореного під час навчальних занять, а також опрацьованого самостійно. Завданням поточного контролю також є вироблення навичок проведення розрахункових робіт, уміння усно чи письмово презентувати опанований матеріал, відстоювати власну позицію. Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання студентів на певному освітньому ступені або на окремих його завершених етапах і передбачає семестровий контроль (залік або екзамен) та атестацію здобувачів. Завданням підсумкового контролю є перевірка розуміння студентами програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими темами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо. Підсумкова атестація здобувачів освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі комплексного кваліфікаційного екзамену зі спеціальності, що відповідає вимогам Стандарту

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

Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти забезпечується за рахунок прозорості, відкритості та максимальної об'єктивності відповідних процедур. Порядок поточного і підсумкового оцінювання знань студентів Академії регламентується відповідно Положення про організацію освітнього процесу <https://nam.kiev.ua/files/mono/organ-osvit-prots.pdf>

Оцінювання результатів навчання в Академії відбувається відповідно до вимог Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи та Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти. Форми контрольних заходів за освітніми компонентами визначаються в ОП та навчальних планах. Форми проведення заліків, екзаменів (усних, письмових) та критерії оцінювання уточнюються у робочій програмі та навчально-методичних вказівках з кожного освітнього компонента.

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

Інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання доводиться до здобувачів вищої освіти на початку навчального року, перед початком вивчення кожного окремого освітнього компонента науково-педагогічними працівниками, кураторами (тьюторами) курсів, деканом факультету. Здобувачі вищої освіти мають можливість ознайомитись на офіційному сайті Академії зі змістом ОП, навчальними планами, робочими програмами та навчально-методичними вказівками з навчальних дисциплін, у яких визначені форми контрольних заходів, конкретизовані критерії оцінювання.

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

Форма атестації здобувачів вищої освіти у повній мірі відповідає вимогам Стандарту вищої освіти, затвердженому Наказом МОН України № 1343 від 05.12.2018 р.

Комплексний кваліфікаційний екзамен за ОП передбачає оцінювання результатів навчання,

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

Проведення контрольних заходів регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління», яке доступне для учасників освітнього процесу на офіційному веб-сайті Академії <https://nam.kiev.ua/files/mono/organ-osvit-prots.pdf>

Порядок здійснення атестації здобувачів вищої освіти регулюється Положенням про порядок створення, організації і роботи Екзаменаційної комісії у ВНЗ «Національна академія управління». Положення доступне для учасників освітнього процесу на офіційному веб-сайті Академії <https://nam.kiev.ua/files/mono/dek.pdf>

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

Об'єктивність екзаменаторів забезпечується наявністю чітких правил, процедур та критеріїв оцінювання, з якими ознайомлюються усі учасники освітнього процесу на початку вивчення освітнього компонента; уникненням неточних, абстрактних, некоректних завдань під час контрольних заходів, переважанням тестових технологій та розрахункових задач; валідністю, адекватністю за часом, обсягом, рівнем складності усіх завдань.

Об'єктивність екзаменаторів також забезпечується через доступність інформації щодо змісту контролю і критеріїв оцінювання, що дозволяє здобувачам своєчасно провести самоперевірку результатів навчання і самооцінювання можливостей.

За незгоди з оцінкою за захист кваліфікаційної роботи здобувач вищої освіти має право не пізніше наступного робочого дня, що слідує за днем оголошення результату захисту кваліфікаційної роботи, подати апеляцію на ім'я ректора.

Усі процедури, які стосуються запобігання та врегулювання конфлікту інтересів регулюються Положенням про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління» та Положенням про організацію освітнього процесу.

Прикладів застосування цих процедур на ОП не було.

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

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління», повторне складання екзамену або заліку з однієї і тієї ж дисципліни допускається не більше 2 разів: перший раз – викладачу, який проводив лекції з навчальної дисципліни, другий раз – комісії, у разі невдалої спроби перекласти екзамен чи залік викладачу. Повторна ліквідація академічної заборгованості приймається комісією, яка призначається деканом факультету, як правило, під головуванням декана, у складі завідувача відповідної кафедри та викладача(ів) дисципліни. Повторне вивчення дисциплін регламентує процедуру ліквідації академічної заборгованості студентами Академії, які не виконали індивідуальний навчальний план семестру з навчальних дисциплін і під час семестрового контролю отримали оцінку «F» за шкалою ЄКТС, або не переклали в установлені терміни дисципліни, з яких вони під час семестрового контролю отримали оцінку «FX» за шкалою ЄКТС.

Процедура повторного проходження контролю на дисциплінах ОП за перший рік навчання здобувачів не застосовувалась.

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

Право здобувача вищої освіти на апеляцію в разі виникнення сумнівів щодо оцінювання знань та об'єктивності виставленої оцінки передбачене у Положенні про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління». Оскарження процедури проведення та результатів контрольних заходів здобувачем вищої освіти відбувається на підставі письмової мотивованої заяви здобувача вищої освіти на ім'я ректора, погодженої деканом факультету. Прикладів застосування відповідних правил на ОП за перший рік навчання здобувачів не застосовувались.

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

Політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності містить Положення про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління», яке доступне на офіційному сайті за посиланням <https://nam.kiev.ua/files/ak-dobrochesnist.pdf>

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

Для виявлення порушень принципів академічної доброчесності зі сторони здобувачів вищої освіти за ОП, після подачі здобувачем на кафедру курсової чи проектної роботи у відповідних один одному друкованому та електронному варіантах, виконується експертна оцінка та технічна перевірка роботи (за допомогою спеціалізованих програмних засобів, онлайн ресурсів для перевірки робіт на унікальність та наявність академічного плагіату <https://nam.kiev.ua/akademichna-dobrochesnist.html>) щодо ознак академічного плагіату. Науково-педагогічний працівник, який керує курсовою роботою, приймає роботу до захисту роботи за умови позитивного висновку щодо відсутності у роботі, що подається до захисту, плагіату чи некоректних запозичень.

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

У своїй діяльності ВНЗ «НАУ» керується непорушними принципами академічної доброчесності та неухильним дотриманням вимог нормативно-правових актів.

Академія популяризує академічну доброчесність серед здобувачів вищої освіти ОП шляхом:

- роз'ясненням здобувачам вищої освіти цінностей академічної доброчесності;
- поясненням здобувачам вищої освіти видів порушень та відповідальності за порушення академічної доброчесності

Керівництво академії, а також куратори (тьютори) регулярно проводять роз'яснювальну роботу зі здобувачами. Для запобігання недотримання норм і правил академічної доброчесності серед здобувачів вищої освіти за ОП у Національній академії управління створена Комісія з питань академічної доброчесності та здійснюються наступні заходи:

- розміщення у відкритому доступі інформації про необхідність дотримання та наслідки порушення принципів академічної доброчесності на офіційному сайті Академії, у тому числі із розміщенням Положення про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління» та прямих посилань на безкоштовні онлайн ресурси для перевірки робіт на унікальність та наявність академічного плагіату;
- проведення тематичних семінарів та розповсюдження роз'яснювальних матеріалів щодо важливості дотримання принципів академічної доброчесності, професійної етики для здобувачів вищої освіти, педагогічних, науково-педагогічних та наукових працівників;
- ознайомлення здобувачів вищої освіти з правилами написання наукових і навчальних робіт, а також правилами опису джерел та оформлення цитувань.

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

Реакція на порушення академічної доброчесності унормована Положенням про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління». За порушення норм учасники освітнього процесу притягаються до відповідальності відповідно до Положення про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління» та вимог чинного законодавства України. Зокрема, здобувач може отримати: зауваження, попередження, догану, скасування результатів оцінювання.

У випадках порушення принципів академічної доброчесності здобувачами вищої освіти за ОП з ними проводиться виховна бесіда та надається 2 тижні на усунення недоліків.

6. Людські ресурси

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

Конкурсний добір викладачів ОП здійснюється у відповідності до Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників Вищого навчального закладу «Національна академія управління» <https://nam.kiev.ua/files/mono/konkurs.pdf>. До рівня кваліфікації осіб, які можуть обіймати посади науково-педагогічних працівників Академії встановлені вимоги, що викладені у розділі 3 «Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників Вищого навчального закладу «Національна академія управління». Додатково для оцінки рівня професіоналізму викладачів ОП проводяться такі заходи: під час конкурсного відбору учасником відбору (викладачем) проводиться пробне семінарське, практичне або лекційне заняття у присутності представника навчального відділу, завідувача кафедри, гаранта ОП; в Академії проводиться анкетування здобувачів вищої освіти за ОП з питань професійної діяльності викладача та якості викладання ним навчальних дисциплін.

Науково-педагогічні працівники, що забезпечують підготовку за ОП відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної та/або досвід практичної роботи, а також володіють достатньою кількістю критеріїв визначених в переліку пункту 30 Ліцензійних умов.

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

ВНЗ «Національна академія управління» активно залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу, у тому числі за ОП «Облік і оподаткування». Академія має договори про співпрацю з можливістю організації виробничої та науково-дослідної практики з такими підприємствами та організаціями як: Saturn Data International, компанією «Криптомір», інвестиційною компанією «КІНТО Інвест», Центральним казенним підприємством пробірною контролю, АТ «БАНК ФОРВАРД».

Здобувачі вищої освіти ВНЗ «Національна академія управління» беруть участь у днях кар'єри та ярмарках вакансій, під час яких вони можуть безпосередньо поспілкуватися з роботодавцями, заповнити заявки, подати резюме та працевлаштуватися <https://nam.kiev.ua/zaproshuiemo-na-den-kariery.html>

До прикладу 9 листопада 2018 року у Національній академії управління відбулася робоча нарада з питань підвищення рівня практичної спрямованості освітніх програм за участю керівництва Академії та генерального директора компанії "Криптомир". Під час наради були обговорені питання плану проведення спільних заходів між закладом вищої освіти і бізнес-компанією з метою підвищення якості підготовки фахівців. <https://nam.kiev.ua/osvitnia-spivpratsia.html>

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

ВНЗ «Національна академія управління» активно залучає до аудиторних занять на ОП професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців. Серед таких:

Відкрита лекція для здобувачів вищої освіти на тему «Податкова та валютна політика України на сучасному етапі» від заслуженого економіста України Кірша О.В.

<https://nam.kiev.ua/podatкова-ta-valiutna-polityka-ukrainy-na-suchasnomu-etapi.html>

Відкрита лекція для студентів та викладачів Академії на тему «Проблеми становлення сучасної економічної системи України» від д.е.н., проф., академіка Гайдуцького Павла Івановича

<https://nam.kiev.ua/lektsiia-problemy-stanovlennia-suchasnoi-ekonomichnoi-systemy-ukrainy.html>

Практичні семінари «Старт бізнесу» від бізнес-консультанта, засновника он-лайн бізнес-школи «Fast Management» Нестерова Федора Володимировича

<https://youtu.be/u2Z2XrzZigE>

Відкрита лекція «Україна: від занепаду до процвітання» від відомого українського політика, економіста, голови Комітету Верховної Ради України з питань промислової політики та підприємництва Галасюка Віктора Валерійовича

<https://www.youtube.com/watch?v=YeAAtr-PNrl&feature=youtu.be>

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

Відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Вищому навчальному закладі «Національна академія управління» Академія забезпечує підвищення кваліфікації та стажування усіх науково-педагогічних працівників ОП не рідше одного разу на 5 років як в Україні, так і за кордоном. Гарант програми Серкутан Т.В. та члени групи забезпечення Єрмошенко М.М, Костинець Ю.В. відвідують закордонні ЗВО (Відень (Австрія), Верона, Падуя (Італія)) та наукові установи (ЮНЕСКО, Франція) з метою вивчення кращих зарубіжних практик надання вищої освіти. Науково-педагогічні працівники, котрі забезпечують освітній процес на даній ОП та які мають педагогічний стаж до 10 років, підвищують кваліфікацію в Школі педагогічної майстерності Академії. Метою школи є вдосконалення психолого-педагогічної майстерності науково-педагогічних працівників, оволодіння сучасними освітніми технологіями, формування індивідуального стилю професійної діяльності. Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників щодо організації та володіння технологіями інтерактивного навчання проводиться на спеціальних тренінгах та майстер-класах Академії, наприклад <https://nam.kiev.ua/treninh-po-roboti-zi-scopus.html>
<https://nam.kiev.ua/kruhlyj-stil-didzhytalizatsiia-osvity.html>

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Складовою системи моніторингу якості освітньої діяльності та стимулювання розвитку викладацької майстерності є щорічні Академічні конкурси: на здобуття премій Академії – «Меріголд» за різними номінаціями: кращий викладач, кращий науковець тощо. Мета конкурсів – підтримати підрозділи й окремих науково-педагогічних працівників, які мають суттєві здобутки у різних напрямках навчальної та виховної роботи. Конкурси проводяться відповідно до Положень та наказів ректора. Результати конкурсів оприлюднюються на офіційному сайті Академії. За результатами конкурсів проводиться урочисте нагородження найкращих викладачів дипломами переможців та преміювання.

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

Матеріально-технічна база Академії повністю пристосована для підготовки фахівців за ОП. Цілі та програмні результати навчання забезпечуються за рахунок наявності у Академії навчального корпусу, мультимедійних навчальних аудиторій, комп'ютерних класів, бібліотеки, читального залу, спортивної зали, гуртожитку, стовідсоткового забезпечення наявного контингенту здобувачів вищої освіти базами для проходження науково-дослідної практики. Освітній процес також повністю забезпечено навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях завдяки фондам наукової бібліотеки Академії, діяльності власного видавничого центру Академії та офіційного веб-сайту. Учасники освітнього процесу мають вільний доступ до електронних ресурсів, який може здійснюватися як у комп'ютерних класах з підключенням до локальної мережі, так і через Wi-Fi мережу Академії.

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?

Задоволення потреб та інтересів здобувачів вищої освіти за ОП проводиться, у першу чергу, за рахунок впровадження елементів тьюторської системи викладання навчальних дисциплін, що забезпечує потреби здобувача вищої освіти у самовдосконаленні та всьляко сприяє його подальшому інтелектуальному, особистісному і професійному розвитку. Здобувачі вищої освіти Академії завжди мають можливість отримати допомогу та консультацію з будь-яких академічних та особистих питань, існують програми по наданню грантів та знижок на навчання. Здобувачі вищої освіти забезпечуються навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях, гуртожитком, мають можливість проходження військової кафедри, можливість займатися спортом, брати участь у науково-практичних конференціях, бізнес-форумах, професійних тренінгах та інших заходах організованих Академією та її партнерами. Офіційний сайт Академії та її соціальні мережі надає здобувачам ОП усю необхідну та актуальну інформацію, зокрема, своєчасно розміщує у вільному доступі розклад занять. Виявлення потреб та інтересів здобувачів вищої освіти відбувається за рахунок особистого спілкування та під час письмових опитувань

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

Санітарно-технічний стан усіх навчальних приміщень Академії відповідає вимогам чинних норм і правил експлуатації. Із здобувачами освіти проводиться профілактична, роз'яснювальна робота щодо поведінки у разі виникнення ситуацій, які загрожують їх безпеці та здоров'ю. Додатково моніторинг безпеки освітнього середовища здійснюється через постійне індивідуальне спілкування кураторів (тьюторів) із здобувачами вищої освіти. Випадків загрози життю та здоров'ю, у тому числі психічному, здобувачів вищої освіти у межах освітнього середовища ВНЗ «Національна академія управління» не зафіксовано.

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?

Академія надає здобувачам вищої освіти всебічну підтримку у інтелектуальному, професійному, соціальному розвитку та самовдосконаленню. Освітня підтримка здобувачів вищої освіти Академії здійснюється через тьюторську систему викладання, до кожного здобувача застосовується особистісно-орієнтований, студентоцентрований підхід. Консультативна підтримка здійснюється через кураторів (тьюторів), викладачів навчальних дисциплін і керівників кваліфікаційних робіт. Організаційна підтримка проводиться шляхом повного матеріально-технічного та навчально-методичного забезпечення освітнього процесу і активного електронного супроводження освітньої діяльності, допомога здобувачам в управлінні послідовністю і часом навчання. Інформаційна підтримка також активно здійснюється шляхом розміщення інформації на офіційному веб-сайті та соціальних мережах Академії. Соціальна підтримка здійснюється через надання знижок та грантів на навчання.

Для врахування думки здобувачів щодо якості та об'єктивності системи оцінювання проводяться щорічні опитування здобувачів вищої освіти і випускників, а також моніторинг якості освітнього процесу, за результатами якого складається рейтинг за визначеними номінаціями (кращий студент року; кращий викладач року тощо).

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)

Здобувачів вищої освіти з особливими освітніми потребами на ОП не було.

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?

Політика та процедури врегулювання конфліктних ситуацій у ВНЗ "Національна академія управління" регулюються відповідно до чинного законодавства України, а також Положенням про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління» <https://nam.kiev.ua/akademichna-dobrochesnist.html> та Положенням про процедуру розгляду заяв, скарг, пропозицій учасників освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління» <https://nam.kiev.ua/files/polozhennia-rszp.pdf>, що опубліковані у відкритому доступі на веб-сайті Академії. Випадків виникнення конфліктних ситуацій вищезазначеного характеру під час реалізації ОП не було.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Процедури регулюються Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління» <https://nam.kiev.ua/files/organ-osvit-prots.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 освітніх програм відбувається за необхідності за результатами їх щорічного моніторингу. Критерії, за якими відбувається перегляд освітніх програм, формуються як у результаті зворотного зв'язку із науково-педагогічними працівниками, здобувачами вищої освіти, випускниками і роботодавцями, так і внаслідок прогнозування розвитку галузі та потреб суспільства.

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 вищої освіти можуть долучитися до перегляду ОП кількома способами:

1. Взяти участь у публічному обговоренні ОП, запрошення до якого розміщено на сайті Академії <https://nam.kiev.ua/uvahazaproshuiemo-do-obhovorennia.html>
 2. Висловити свої пропозиції та побажання щодо організації освітнього процесу та змісту ОП під час анкетування усіх здобувачів вищої освіти, що проводиться навчальним відділом, а також опитувань, що здійснюються кураторами (тьюторами), науково-педагогічними працівниками у ході вивчення кожного окремого освітнього компонента ОП.
 3. Передати представникам студентського самоврядування, котрі винесуть дане питання на розгляд Вченої ради Академії
 4. Подати їх до адміністрації Академії згідно з Положенням про процедуру розгляду заяв, скарг, пропозицій учасників освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління»
- Після обробки матеріалів зведена інформація передається на розгляд Вченої ради Академії.

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

Студентське самоврядування у ВНЗ «Національна академія управління» діє на основі Положення про студентське самоврядування ВНЗ «Національна академія управління». Голова студентського самоврядування входить до складу Вченої ради ВНЗ «Національна академія управління», що дозволяє мати зворотній зв'язок із здобувачами вищої освіти, у тому числі, здобувачами вищої освіти за ОП "Маркетинг", та розглядати питання організації та кадрового забезпечення освітнього процесу, навчально-виховної роботи, вдосконалення навчальних планів, програм, практичної підготовки здобувачів вищої освіти тощо за участі студентського самоврядування

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

ВНЗ «Національна академія управління» має договори про науково-технічне співробітництво з різними організаціями та підприємствами. Згідно з ними керівники підприємств та провідні фахівці залучаються до процесу створення освітніх програм, навчальних планів та висловлюють свої побажання щодо організації і змісту освітнього процесу.

Окрім того, ректор Єрохін С.А. є віце-президентом Спілки орендарів та підприємців України, що дозволяє залучати членів Спілки у процес перегляду ОП. Участь роботодавців у процесі періодичного перегляду підтверджується відповідними договорами про співпрацю та рецензіями на ОП.

Також роботодавці можуть надати свої пропозиції та рекомендації щодо ОП через запрошення до участі у публічному обговоренні ОП на сайті Академії або безпосереднього подання на розгляд керівництву Академії під час щорічної зустрічі випускників, роботодавців та студентів.

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

У ВНЗ «Національна академія управління» функціонує Асоціація випускників. Кількість членів асоціації налічує кілька тисяч осіб. Інформація щодо кар'єрного шляху та траєкторії працевлаштування випускників збирається шляхом опитування на щорічній Зустрічі випускників Академії <https://nam.kiev.ua/vidbulasia-zustrich-vypusknykiv.html>; опитування на зустрічах роботодавців та здобувачів вищої освіти Академії; збиранням інформації у соціальних мережах; заповненням анкет та Google-form.

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?

Суттєвих недоліків у реалізації ОП виявлено не було. Але, у ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості освіти було виявлено, що здобувачі вищої освіти за ОП, як правило, пасивно відносяться до обрання дисциплін за власним вибором, та, в цілому, задоволені запропонованим ВНЗ «Національна академія управління» переліком навчальних дисциплін, відповідно до якого вони і обрали Академію серед інших ЗВО. Також у здобувачів вищої освіти за ОП виникають складності пов'язані з тим, що переважна кількість здобувачів-магістрів розпочинають роботу за спеціальністю ще під час навчання.

Зі сторони Академії була підсилена роз'яснювальна робота з питань вибіркового вибору дисциплін загальної підготовки і дисциплін професійної та практичної підготовки, обрання індивідуальної освітньої траєкторії.

Для ефективного поєднання навчання та роботи вже працюючих здобувачів вищої освіти-магістрантів була запропонована можливість складання гнучкого індивідуального навчального графіку та збільшена кількість індивідуальних консультацій від викладачів.

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

ОП вноситься на акредитацію вперше, тому результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти, що беруться до уваги під час удосконалення ОП, немає. Однак, керівництво Академії слідкує та бере активну участь у заходах з питань акредитації. Зокрема, гарант програми Серкутан Т.В. брала участь у нарадах з питань акредитації, які були організовані Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти. Також, керівництво ЗВО та члени проектної групи ОП оперативно реагують на всі новації в процесі акредитації

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

Учасники академічної спільноти змістовно залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП шляхом участі в обговоренні ОП та надання пропозицій до неї. Серед них проводяться відповідні опитування, засідання кафедр присвячуються питанням якості і процедурам її забезпечення. До розгляду даної ОП було залучено представника академічної спільноти, д.е.н., професора Кендюхова Олександра Володимировича, Президента Асоціації сприяння глобалізації освіти і науки «Спейстайм»

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

Заходи щодо здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти здійснюються: ректором, проректорами, деканами, навчальним відділом. До процесу формування та реалізації політики забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти обов'язково залучаються здобувачі вищої освіти, студентське самоврядування, роботодавці та випускники Академії. Усі структурні підрозділи Академії у межах своїх компетенцій несуть відповідальність за здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти. Розподіл відповідальності регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління».

9. Прозорість і публічність

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

Права та обов'язки учасників освітнього процесу регулюються Статутом ВНЗ «Національна академія управління», Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління»

Усі документи розміщені у відкритому доступі на веб-сайті Академії з посиланням:
<https://nam.kiev.ua/vchena-rada.html>

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

<https://nam.kiev.ua/uvahazaproshuiemo-do-obhovorennia.html>

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

Освітня програма "Маркетинг" розміщена за посиланням <https://nam.kiev.ua/files/osvitna-programa-marketing-bakalavr.pdf>

Навчальний план підготовки фахівців зі спеціальності "Маркетинг" - за посиланням <https://nam.kiev.ua/files/navchalnii-plan-marketing-bakalavr.pdf>

10. Навчання через дослідження

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

-

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

-

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

-

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

-

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)

-

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

-

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

-

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

-

Продемонструйте, що ЗВО вживає заходів для виключення можливості здійснення наукового

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

До сильних сторін освітньо-професійної програми слід віднести наступне:

1. розроблена ОП відповідає вимогам Стандарту вищої освіти та має мету, що відповідає стратегії ВНЗ «Національна академія управління»;
2. ОП має зв'язок з практикою, в той же час є уніфікованою та широкогалузевою, що дає змогу готувати фахівців більш широкого профілю, що досягається мультидисциплінарністю програми;
3. Дисципліни загальної підготовки забезпечують компетенції належного рівня розвитку інтелектуального потенціалу для вирішення проблемних професійних завдань у певній галузі національної економіки. Дисципліни професійної підготовки забезпечують здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі професійної діяльності з фокусуванням на науковій, дослідницькій, освітній, методичній та консалтинговій основах майбутньої професії
4. ОП має високий академічний потенціал, до групи забезпечення ОП входить доктор наук, професор та два кандидати економічних наук;
5. до викладання навчальних дисциплін залучені кваліфіковані викладачі-практики;
6. завдяки використанню у освітньому процесі елементів тьюторства в межах Академії як закладу вищої освіти, та на ОП у тому числі, вдалося встановити відкриту та тісну комунікацію між кураторами (тьюторами), викладацьким складом і здобувачами вищої освіти, що в результаті сприяє реальним крокам в напрямі імплементації студентоцентрованого підходу в реалізації ОП;
7. результати опитування здобувачів вищої освіти за ОП свідчать, що вони задоволені запропонованим ВНЗ «Національна академія управління» переліком навчальних дисциплін, формами, методами та засобами навчання і контролю на ОП.

До слабких сторін ОП можна віднести:

1. відсутність практики викладання навчальних дисциплін англійською мовою, що посилює програмні результати навчання та значно розширило можливості академічної мобільності й більш широкого набору контингенту на ОП;
2. відсутність дистанційної програми навчання.

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

Планується підготовка за ОП іноземних громадян та осіб без громадянства, впровадження дистанційної форми навчання, що дасть змогу кількісно збільшити контингент здобувачів вищої освіти за ОП та вирішити питання здобувачів вищої освіти, які мають поєднувати навчання та роботу. Для цього ВНЗ «Національна академія управління» планує введення профільних навчальних дисциплін англійською мовою та поглибити практику використання комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, які забезпечують інтерактивну взаємодію викладачів та здобувачів вищої освіти на різних етапах освітнього процесу. Окрім того, планується впровадження окремих форм дуальної освіти для розширення можливості отримання нових компетентностей та результатів навчання і, як результат, більшої зацікавленості у них здобувачів вищої освіти. Також слід підсилити складову комп'ютерної підготовки здобувачів вищої освіти та оновити відповідне програмне забезпечення Академії з метою впровадження інноваційних навчальних дисциплін, зокрема цифрового маркетингу, електронної комерції, та розширення змісту існуючих дисциплін професійної підготовки

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: Єрохін Сергій Аркадійович

Дата: 22.02.2020 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	MD5- хеш файла	
Маркетинг	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Marketing.pdf	gXoh/GPMQbB5tRdxhTSS3uYb0A8/VguWF24YBZTmKk0=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Філософія	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Filosofia.pdf	gMStHE+o2o+OMHFHEo9JGjvASZPcoCurnU8mrXRu0KA=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Українська мова (за професійним спрямуванням)	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Ukrainska mova.pdf	x3EaQ9H9MQFBsZjDwc4PG0YGMNz6aGRqqkIRn3gVdJQ=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Теорія ймовірності та математична статистика	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Teoria imovirnosti ta matemat statistik.pdf	IL3nCaRskNLTnBwnBP3x1kmVa9TuYXgAlStUBI2yGDc=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Статистика	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Statistika.pdf	xHwNn+/if2tWy0alrabGlbDjIP5rfhpi2cg20QB44U=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Регіональна економіка	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Regionalna ekonomika.pdf	fTUKs9tpU7IdYkDn/lwYGGuN+fy1aHAIWL2+S0Fp3l=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Політологія	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Politologia.pdf	wAICq8MvpCB01xoquhQLjdrNbzEP9TnZGm2EZxZdXI=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Мікроекономіка	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Mikroekonomika.pdf	fvhwWRobjrkZ0l8fokKKH0gjW8MzQnmZ32AvuejSj20=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Макроекономіка	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Makroekonomika.pdf	3k/3sNlyegwz5rCHX8kRNBryE6e+x50H+DsOoE+S4us=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Історія України	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Istorja Ukraini.pdf	ECvo0syh31SHjRyo+byaQ0aeUeFccwZV8sHTSn2Y0Fo=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Історія економіки та економічної думки	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Istorja ekonomiki ta ekonomichnoi dymki.pdf	xSs1FTANrfPgNI84HapKXHzoCmK4HmapjXQP6VLIZc=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Іноземна мова (англійська)	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Inozemna mova.pdf	x3le7W1pb0q+t72iH0egQwV6mYuGS6ti+Lj3lc1clw=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Вища математика	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Vicha matematika.pdf	c+bzyE6Owynfk/xal5L0h1OAOcY37i3+bgCZtprZs40=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Економетрика	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Ekonometrika.pdf	p9EVt3pkKNMEMRsO/q+2NJWLaTbd0PXIXfnFUpK6cyg=	Комп'ютерний клас з мережею та виходом до Інтернет (кількість комп'ютерів - 13), монітори 19" LG L194 WTS, вільно поширене ПЗ хмарної платформи Office Online, інженерно-математична програма Mathcad Express та її аналог SMath Studio Cloud

				для мобільних пристроїв на Android, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран
Аналіз господарської діяльності	навчальна дисципліна	075B. PPP. Rob. progr. Analiz gospodarstvoskoj dialnosti.pdf	1+t4ltr8xlRtiwGyA+JHOCR1sghYPah3xaSTnNncTnk=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Бухгалтерський облік	навчальна дисципліна	075B. PPP. Rob. progr. Byhgalterskii oblik.pdf	ROj6yEf1WfyxReblWKRx3LxpBEo6/BOUwhFhLor1TEs=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Гроші і кредит	навчальна дисципліна	075B. PPP. Rob. progr. Grohi ta kredit.pdf	+MMTrb88R00GoquYiCOC7xNn2gIK+jo3ty34H2sf6gA=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Економіка підприємства	навчальна дисципліна	075B. PPP. Rob. progr. Ekonomika pidpriemstva.pdf	TthITztTmCZFEEmeMsQA3aTlzSQRiZNXGRjSh7Izg=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Податкова система	навчальна дисципліна	075B. PPP. Rob. progr. Podatkova sistema.pdf	Zmyr40+6nEc0QOCbZwB2iv4ZjxWVoxyanghf2Xyc8DU=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Національна економіка	навчальна дисципліна	075B. PPP. Rob. progr. Nasionalna ekonomika.pdf	nphZ+PTtBlwuRHpAwomBZ+HA5rjPrkdIYgctxNaOKSM=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Міжнародна економіка	навчальна дисципліна	075B. PPP. Rob. progr. Mignarodna ekonomika.pdf	YajzprDNWPHfgnHFOaJokNkPues3EQUamQcZDLioztLQ=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Менеджмент	навчальна дисципліна	075B. PPP. Rob. progr. Menedjment.pdf	z1t2hp0VgFmDndyQGCjkiWrsrIFRXFa/i4NcgLvbcWA=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Маркетингова політика розподілу	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Marketing politika rozpodilu.pdf	/k1xun14n6dPrTdk5XfjBP3HTci0ZUKzol1DRUT5IjM=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Міжнародний маркетинг	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Mijnarodnii marketing.pdf	atTOq2PUHYHaXasf4McvC+rpBI8C+KDiZmTpXb5wtDk=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Логістика	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Logistika.pdf	qK1hsz7qGbSm4q09w44qmUUKs67SxwWDHC6n8/4pzy4=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Поведінка споживача	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Povedinka spogivaha.pdf	HZApMoHbRqRS/GcKGVLO4uQiA3ElgLLoWbSp5t4wW5I=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Маркетингова товарна політика	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Marketingova tovarna politika.pdf	cGoJcqt+1oSXye2q9YTFmGHZX1r/qz/6s/BZqEYt5qY=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Маркетингові дослідження	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Marketingovi doslidjenna.pdf	91DLV80JGjCW08U6+clruaHdcuSEyF8ij4fiQsICRU=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Маркетингове ціноутворення	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Marketingove sinoutvorennja.pdf	clM7rbje3bnm2dkyLc7yqAe0FpXC7QvqgOcsSIkrF4=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Маркетингові комунікації	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Marketing komynikasii.pdf	UAwR/LONaG0Rs+W7b+yNdaFLFdpbXcZyuGDhBjyBd8=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проєктор ViewSonic PJ5111ID, проєкційний екран, вільний

Маркетинг промислового підприємства	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Marketing promislavogo pidpriemstva.pdf	rlcz00ltz3Bzd+CntH7PalucSNsgTQ3o3VPeXbwkT00=	доступ до Wi-Fi Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Маркетинг послуг	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Marketing poslug.pdf	wjay9lBfVGdjtJOF+CjfwqsNdcIDb+eKy0jK7hldV4=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Фінанси	навчальна дисципліна	075B. PPP. Rob. progr. Finansi.pdf	/LGExNzve/QnFOenINifaXKK9yJUDK6rL/tdVxzT6jQ=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Оптимізаційні методи та моделі	навчальна дисципліна	075B. PPP. Rob. progr. Optimizasionni metodi ta modeli.pdf	4eMSKFX7ozB7kFnx6g3+FRRokcjalABPF0HeOaZln60=	Комп'ютерний клас з мережею та виходом до Інтернет (кількість комп'ютерів - 13), монітори 19" LG L194 WTS, вільно поширене ПЗ хмарної платформи Office Online, інженерно-математична програма Mathcad Express та її аналог SMath Studio Cloud для мобільних пристроїв на Android, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран
Інфраструктура товарного ринку	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Infrastruktura tovarnogo rinku.pdf	TP3DBbCRqfLnofQ6kjjwP1MhN0v8x8dUSEeMLbLPriTw=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Товарознавство	навчальна дисципліна	075B. DZP. Rob. progr. Tovaroznavstvo.pdf	b4+IRVke8UL5ZqQXXgsbnxfmQSSRCIkNIFbMfgcyfss=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi

* 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
214937	Костюк Валентин Романович	Доцент				Історія економіки та економічної думки	Підпункти 1,3,8,10,13 пункту 30 Ліцензійних умов
102649	Єрмошенко Микола Миколайович	Завідувач кафедри				Маркетингове ціноутворення	Підпункти 1,2,3,4,8,10,11,13,15,16,17 пункту 30 Ліцензійних умов
216622	Штулер Ірина Юріївна	професор				Мікроекономіка	Підпункти 1,2,3,4,7,8,10,11,13,15,16,17,18 пункту 30 Ліцензійних умов
123788	Баранівський Василь Федорович	Професор				Філософія	Підпункти 2,3,10,13,15 пункту 30 Ліцензійних умов
181285	Пилипенко Лілія Іванівна	Старший викладач				Історія України	Підпункти 3,10,13,16 пункту 30 Ліцензійних умов
276576	Сугак Тетяна Михайлівна	Старший викладач				Бухгалтерський облік	Підпункти 2,3,7,8,10,13,15,17, 18 пункту 30 Ліцензійних умов
197036	Антонова Олена Михайлівна	В. о. доцента				Аналіз господарської діяльності	Підпункти 1,2,3,8,10,13,15,17 пункту 30 Ліцензійних умов
345892	Трофімова Галина Григорівна	Доцент				Статистика	Підпункти 3, 13, 17. 18 пункту 30 Ліцензійних умов
217673	Костинець Юлія Володимирівна	Доцент				Маркетинг послуг	Кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством Диплом ДК № 026614 від 26.02.2015 Тема дисертації: «Маркетингове управління розвитком ринку посередницьких послуг в Україні» Доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування Атестат АД №002225 від 23.04.2019 ВНЗ «Національна академія управління» за спеціальністю «Фінанси» Диплом магістра з відзнакою КВ №25720129 від 06.07.2004 Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні

						<p>дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 107-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016</p> <p>Сертифікат B2 Zentrum Jezykowe LANGO w Chechle Spoleczna Akademia Nauk від 20.09.2018 No. 31/18/19/k Відповідає підпунктам 1,2,3,8,10,11,13,15,16 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
219124	Серкутан Тетяна Вікторівна	Доцент			Маркетинг	<p>Кандидат економічних наук Спеціальність: Організація управління, планування і регулювання економікою Диплом ДК № 016103 від 09.10.2002 Тема дисертації: «Механізм управління інформаційним забезпеченням маркетингу промислових товарів»</p> <p>доцент кафедри маркетингу та підприємництва атестат 02ДЦ № 012058 від 20.04.2006</p> <p>Київський інститут народного господарства Спеціальність: Економіка праці Кваліфікація: економіст Диплом спеціаліста ПВ № 685661 30.06.1988</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 112-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016 Відповідає підпунктам 2,3,10,13,14,15,16,17,18 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
213970	Неговська Юлія Миколаївна	Доцент			Регіональна економіка	<p>Кандидат економічних наук Спеціальність: Економіка та управління національним господарством Диплом ДК № 028062 від 28.04.2015 Тема дисертації: "Державні засади формування інноваційно-інтелектуального потенціалу національної економіки"</p> <p>Вищий заклад освіти "Національна академія управління" Спеціальність: Фінанси Кваліфікація: магістр з фінансового менеджменту Диплом магістра: КВ № 11815209 від 28.06.1999</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 110-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016</p> <p>Перший MIND-тренінг лідерів освіти 2016, Всеукраїнський інститут розвитку інтелекту (15-17.03.2016 р.); Сертифікат від 16.03.2016 р. Відповідність підпунктам 1,3,8,10,13,16,17, 18 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
5317	Громова Ярослава Андріївна	Старший викладач			Маркетингова товарна політика	<p>Київський національний економічний університет Спеціальність: Маркетинг Кваліфікація: магістр з маркетингу Диплом магістра КВ № 23521717 від 27.09.2003</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 103-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09-28 від 4.05.2016 Відповідає підпунктам 1,8,13,17,18 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
338551	Стежко Світлана Орестівна	Доцент			Українська мова (за професійним спрямуванням)	<p>Кандидат філологічних наук Спеціальність: 10.01.01 – українська література Тема дисертації: «Концепція історичного минулого в українській драматургії 1920-1930-х років (с. Черкасенко, Л. Старицька-Черняхівська, І. Микитенко, М. Ірчан)» Диплом ДК № 047110 від 16.05.2018 р.</p>

						<p>Київський національний університет імені Тараса Шевченка Спеціальність: Українська мова та література Кваліфікація: філолог, викладач української мови та літератури Диплом Серія КВ № 16051129 від 26.06.2001</p> <p>Свідоцтво В2 № 25377 Комунальний Позашкільний навчальний заклад "Перші Київські державні курси іноземних мов" (курс англійської мови) 21 червня 2019 року</p> <p>Підвищення кваліфікації. Київський національний університет імені Тараса Шевченка На кафедрі української та російської як іноземних мов Сертифікат № 056/402 з 01.03.2018 по 30.05.2018</p> <p>2. Науково-методичне стажування в Академії рекреаційних технологій та права на кафедрі документознавства та інформаційної діяльності м. Луцьк Сертифікат № 16/17 з 30.03.17 по 30.06.17 (108 ГОДИН)</p> <p>Відповідає підпунктам 3, 6, 10, 15 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
29547	Лопатін Олексій Костянтинович	Професор			Економетрика	<p>Доктор фізико-математичних наук, спеціальність: 01.01.05-диференційні рівняння та математична фізика Диплом ФМ № 004555 від 13.01.1989 Тема дисертації: «Теоретико-групові методи асимптотичних методів нелінійної механіки».</p> <p>Професор кафедри інформаційних технологій та математики Аттестат 02П № 004254 від 15.06.2006</p> <p>Кандидат фізико-математичних наук Спеціальність: Диференційні рівняння та математична фізика Диплом МФМ № 009329 від 25.12.1968.</p> <p>Старший науковий співробітник за спеціальністю: Диференційні рівняння та математична фізика Аттестат СН № 010134 від 06.02.1986</p> <p>Київський ордена Леніна державний університет ім.Т.Г. Шевченка . спеціальність: математика, кваліфікація: математик обчислювач Дплом спеціаліста У №928253 від 15.06.1965</p> <p>Державна премія України в галузі науки і техніки 1996 року- за цикл праць «Нові математичні моделі в нелінійному аналізі», посвідчення № 4120, присвоєно указом Презтдента України №1190/96, 11.12.1996</p> <p>Відмінник освіти України, 2002</p> <p>Академік Академії наук вищої школи України по відділенню інформатики та системного аналізу, 2010</p> <p>Підвищення кваліфікації: Компанія «Сатурн Дейта Інтернешенл» Сертифікат підвищення кваліфікації (професійного стажуванні) науково-педагогічних працівників (викладачів) у галузі «Системний аналіз та інформаційні технології» № ПС-17 02-10/2017 від 10.10.2017 Відповідність підпунктам 1,2,3,8,10,11,15 пункту30 Ліцензійних умов</p>
317208	Радзівська Світлана Олександрівна	Доцент			Іноземна мова (англійська)	<p>Кандидат економічних наук, 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини, діплом ДК № 062854 від 22.12.2010 р. Тема дисертації: "Вплив регіональної інтеграції на конкурентоспроможність економіки України", 2010</p> <p>Доцент кафедри «Економічна теорія» Аттестат 12 ДЦ №044756 від 15 грудня 2015 року.</p> <p>Київський національний економічний університет, 2004 р., спеціальність – "Міжнародна економіка"; кваліфікація – магістр з міжнародної економіки. Диплом з відзнакою КВ №25836675 від 25.09.2004 р.</p> <p>Кандидат філологічних наук, 10.02.04 – германські мови (англійська), діплом ДК № 051977 від 28.04.2009 р. Тема дисертації: "Семантичний простір концепту ДІМ в американській поезії ХХ століття"</p> <p>Доцент кафедри "Іноземні мови" Аттестат 12 ДЦ №028616 від 10 листопада 2011 року.</p> <p>Київський національний лінгвістичний університет, 2000 р., спеціальність – "Мова та література (англійська мова)"; кваліфікація – філолог, викладач англійської мови та зарубіжної літератури КВ №12637831 від 05.06.2000 р.</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ДВНЗ "КНЕУ імені Вадима Гетьмана" Свідоцтво про підвищення кваліфікації 12СС 02070884/068775-18 03–19 грудня 2018 р.</p>

						<p>в Інституті післядипломної освіти за програмою "Міжнародні економічні відносини" тема "Якісна та кількісна оцінка процесів регіоналізації та глобалізації"</p> <p>Українська асоціація економістів-міжнародників, ІМВ КНУ ім.Тараса Шевченка, Міжнародна літня школа "Міжнародна торгівля: вільна торгівля, протекціонізм, справедлива торгівля - за і проти" 25-27 червня 2018 року</p> <p>МЗС, Дипломатична академія України імені Геннадія Удовенка Тематичний семінар підвищення кваліфікації працівників дипломатичної служби на тему "Security in the Eastern European neighbourhood. Theories and practices" тривалістю 18 годин. (Реєстраційний № 82 від 5 квітня 2018 р.)</p> <p>Відповідність підпунктам 1,2,3,13,15 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
338543	Жебка Вікторія Вікторівна	Доцент				<p>Теорія ймовірності та математична статистика</p> <p>кандидат технічних наук спеціальність: Інформаційні технології диплом ДК № 031754 від 29.09.2015 Тема дисертації: «Методика підвищення якості функціонування системи передачі інформації в інформаційних мережах на основі методів векторного синтезу»</p> <p>доцент кафедри інженерії програмного забезпечення атестат АД № 003036 від 15.10.2019</p> <p>Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка Спеціальність: Математика Кваліфікація: математик, вчитель математики Диплом: КС№ 43663087 від 31.05.2012 Відповідність підпунктам 1,2,8,11,13,14, 15,16 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
117234	Браславець Олексій Юрійович	Старший викладач				<p>Податкова система</p> <p>Київський державний торговельно-економічний університет Спеціальність: Фінанси Кваліфікація: економіст-фінансист Диплом спеціаліста: КВ № 11945293 від 31.01.2000</p> <p>Вищий навчальний заклад "Національна академія управління" Спеціальність: Правознавство Кваліфікація: юрист Диплом магістра з відзнакою КВ № 43701791 від 04.06.2012</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики» (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 102-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016-</p> <p>програма "Нова українська школа", курс розроблений Міністерством освіти і науки України та студією онлайн-освіти EdEra й громадською спілкою "Освіторія", тривалість 60 годин; сертифікат виданий 07.07.2019 р., у базі проекту EdEra: https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/ed-era/cert/a287c5a3a9af4a86807ce951d488e3c2/valid.html</p> <p>1.Податковий регламент як норма публічних фінансів щодо особливої процедури розробки й ухвалення податкових законопроектів/Актуальні проблеми економіки. - 2019. - №6. - с. 97-106 2.Браславець О.Ю.Концептуальні засади вдосконалення форм захисту інтересів платників податків у податковому процесі" Актуальні проблеми економіки. - 2019. - №12. - с. 78-85</p> <p>Відповідність підпунктам 3,10,13,14 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
51086	Ерохін Сергій Аркадійович	Професор				<p>Міжнародна економіка</p> <p>доктор економічних наук Спеціальність: Економічна теорія Диплом ДД № 004510 від 15.12.2005 Тема дисертації: "Теорія структурного реформування національної економіки"</p> <p>професор кафедри фінансів та банківської справи Атестат 12ПР №005033 від 24.10.2007</p> <p>кандидат економічних наук Спеціальність: Політична економія Диплом ЕК № 015822 від 21.12.1983 Тема дисертації: "Механізм взаємодії продуктивних сил та виробничих відносин"</p> <p>Доцент по кафедрі політичної економії Атестат ДЦ № 030144 від 31.01.1991</p> <p>Київський інститут народного господарства ім. Д.С. Коротченка Спеціальність: Планування народного господарства Кваліфікація: Економіст Диплом спеціаліста з відзнакою Б-1 № 602584 від 30.06.197</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних</p>

						дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 105-18/E від 06.07.2018 Відповідає підпунктам 1,2,3,4,6,8,10,11, 15, 16 пункту 30 Ліцензійних умов
353800	Павлов Владислав Владиславович	Доцент			0	Міжнародний маркетинг Кандидат економічних наук Спеціальність: 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) Диплом ДК № 030667 від 29.09.2015 Тема дисертації: «"Стратегічні вектори розвитку інноваційної економіки"» Доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування Атестат АД № 003509 від 16.12.2019 Київський національний університет технологій та дизайну Спеціальність: Менеджмент організацій Кваліфікація: магістр з менеджменту організацій Диплом магістра КВ № 41114663 від 30.06.2011 Сертифікат В2 Київський інститут перекладачів при Національній академії наук України Кваліфікація: спеціаліст-філолог, перекладач (англійська мова) Диплом спеціаліста 12ДСК №168419 від 02.02.2015 Міжнародне стажування - Wyzsza Szkola Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku, Польща «Сучасні методи викладання та інноваційні технології у вищій освіті: Європейський досвід та глобальні тренди»; Сертифікат № IFC-WSSG/wk/2019-412, 08/2019, Przeworsk, Poland
213970	Неговська Юлія Миколаївна	Доцент			0	Економіка підприємства Кандидат економічних наук Спеціальність: Економіка та управління національним господарством Диплом ДК № 028062 від 28.04.2015 Тема дисертації: "Державні засади формування інноваційно-інтелектуального потенціалу національної економіки" Вищий заклад освіти "Національна академія управління" Спеціальність: Фінанси Кваліфікація: магістр з фінансового менеджменту Диплом магістра: КВ № 11815209 від 28.06.1999 Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 110-18/E від 06.07.2018 Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016 Перший MIND-тренінг лідерів освіти 2016, Всеукраїнський інститут розвитку інтелекту (15-17.03.2016 р.); Сертифікат від 16.03.2016 р. Відповідність підпунктам 1,3,8,10,13,16,17, 18 пункту 30 Ліцензійних умов
213970	Неговська Юлія Миколаївна	Доцент			0	Національна економіка Кандидат економічних наук Спеціальність: Економіка та управління національним господарством Диплом ДК № 028062 від 28.04.2015 Тема дисертації: "Державні засади формування інноваційно-інтелектуального потенціалу національної економіки" Вищий заклад освіти "Національна академія управління" Спеціальність: Фінанси Кваліфікація: магістр з фінансового менеджменту Диплом магістра: КВ № 11815209 від 28.06.1999 Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 110-18/E від 06.07.2018 Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016 Перший MIND-тренінг лідерів освіти 2016, Всеукраїнський інститут розвитку інтелекту (15-17.03.2016 р.); Сертифікат від 16.03.2016 р. Відповідність підпунктам 1,3,8,10,13,16,17, 18 пункту 30 Ліцензійних умов
213970	Неговська Юлія Миколаївна	Доцент			0	Фінанси Кандидат економічних наук Спеціальність: Економіка та управління національним господарством Диплом ДК № 028062 від 28.04.2015 Тема дисертації: "Державні засади формування інноваційно-інтелектуального потенціалу національної економіки" Вищий заклад освіти "Національна академія

						<p>управління" Спеціальність: Фінанси Кваліфікація: магістр з фінансового менеджменту Диплом магістра: КВ № 11815209 від 28.06.1999</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 110-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016</p> <p>Перший MIND-тренінг лідерів освіти 2016, Всеукраїнський інститут розвитку інтелекту (15-17.03.2016 р.); Сертифікат від 16.03.2016 р. Відповідність підпунктам 1,3,8,10,13,16,17, 18 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
219124	Серкутан Тетяна Вікторівна	Доцент			0	<p>Маркетинг промислового підприємства</p> <p>Кандидат економічних наук Спеціальність: Організація управління, планування і регулювання економікою Диплом ДК № 016103 від 09.10.2002 Тема дисертації: «Механізм управління інформаційним забезпеченням маркетингу промислових товарів»</p> <p>доцент кафедри маркетингу та підприємництва атестат 02ДЦ № 012058 від 20.04.2006</p> <p>Київський інститут народного господарства Спеціальність: Економіка праці Кваліфікація: економіст Диплом спеціаліста ПВ № 685661 30.06.1988</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 112-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016 Відповідає підпунктам 2,3,10,13,14,15,16,17,18 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
219124	Серкутан Тетяна Вікторівна	Доцент			0	<p>Маркетингові дослідження</p> <p>Кандидат економічних наук Спеціальність: Організація управління, планування і регулювання економікою Диплом ДК № 016103 від 09.10.2002 Тема дисертації: «Механізм управління інформаційним забезпеченням маркетингу промислових товарів»</p> <p>доцент кафедри маркетингу та підприємництва атестат 02ДЦ № 012058 від 20.04.2006</p> <p>Київський інститут народного господарства Спеціальність: Економіка праці Кваліфікація: економіст Диплом спеціаліста ПВ № 685661 30.06.1988</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 112-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016 Відповідає підпунктам 2,3,10,13,14,15,16,17,18 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
219124	Серкутан Тетяна Вікторівна	Доцент			0	<p>Маркетингова політика розподілу</p> <p>Кандидат економічних наук Спеціальність: Організація управління, планування і регулювання економікою Диплом ДК № 016103 від 09.10.2002 Тема дисертації: «Механізм управління інформаційним забезпеченням маркетингу промислових товарів»</p> <p>доцент кафедри маркетингу та підприємництва атестат 02ДЦ № 012058 від 20.04.2006</p> <p>Київський інститут народного господарства Спеціальність: Економіка праці Кваліфікація: економіст Диплом спеціаліста ПВ № 685661 30.06.1988</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 112-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський</p>

						національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016 Відповідає підпунктам 2,3,10,13,14,15,16,17,18 пункту 30 Ліцензійних умов
217673	Костинець Юлія Володимирівна	Доцент			0	<p>Поведінка споживача</p> <p>Кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством Диплом ДК № 026614 від 26.02.2015 Тема дисертації: «Маркетингове управління розвитком ринку посередницьких послуг в Україні»</p> <p>Доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування Атестат АД №002225 від 23.04.2019</p> <p>ВНЗ «Національна академія управління» за спеціальністю «Фінанси» Диплом магістра з відзнакою КВ №25720129 від 06.07.2004</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики» (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 107-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016</p> <p>Сертифікат B2 Zentrum Jezykowe LANGO w Chechle Spoleczna Akademia Nauk від 20.09.2018 No. 31/18/19/k Відповідає підпунктам 1,2,3,8,10,11,13,15,16 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
338543	Жебка Вікторія Вікторівна	Доцент			0	<p>Вища математика</p> <p>кандидат технічних наук спеціальність: Інформаційні технології диплом ДК № 031754 від 29.09.2015 Тема дисертації: «Методика підвищення якості функціонування системи передачі інформації в інформаційних мережах на основі методів векторного синтезу»</p> <p>доцент кафедри інженерії програмного забезпечення атестат АД № 003036 від 15.10.2019</p> <p>Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка Спеціальність: Математика Кваліфікація: математик, вчитель математики Диплом: КС№ 43663087 від 31.05.2012 Відповідність підпунктам 1,2,8,11,13,14, 15,16 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
217673	Костинець Юлія Володимирівна	Доцент			0	<p>Інфраструктура товарного ринку</p> <p>Кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством Диплом ДК № 026614 від 26.02.2015 Тема дисертації: «Маркетингове управління розвитком ринку посередницьких послуг в Україні»</p> <p>Доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування Атестат АД №002225 від 23.04.2019</p> <p>ВНЗ «Національна академія управління» за спеціальністю «Фінанси» Диплом магістра з відзнакою КВ №25720129 від 06.07.2004</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики» (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 107-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016</p> <p>Сертифікат B2 Zentrum Jezykowe LANGO w Chechle Spoleczna Akademia Nauk від 20.09.2018 No. 31/18/19/k Відповідає підпунктам 1,2,3,8,10,11,13,15,16 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
5317	Громова Ярослава Андріївна	Старший викладач			0	<p>Логістика</p> <p>Київський національний економічний університет Спеціальність: Маркетинг Кваліфікація: магістр з маркетингу Диплом магістра КВ № 23521717 від 27.09.2003</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики» (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 103-18/E від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський</p>

						національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09-28 від 4.05.2016 Відповідає підпунктам 1,8,13,17,18 пункту 30 Ліцензійних умов
123788	Баранівський Василь Федорович	Професор		0	Політологія	<p>доктор філософських наук спеціальність: Філософія диплом ДН № 003185 від 24.01.1997 Тема дисертації: "Соціальний механізм розвитку духовності особистості"</p> <p>кандидат філософських наук спеціальність: Філософія диплом ФС № 007705 від 30.03.1989 Тема дисертації: «Соціально-політичні засади підвищення ефективності ідеологічної роботи в сучасних умовах»</p> <p>Київський орденена Леніна Державний університет ім. Т.Г. Шевченка Спеціальність: Філософія Кваліфікація: філософ, викладач філософських дисциплін та суспільствознавства Диплом спеціаліста В-1 № 627757 від 28.06.1977</p> <p>Військово-політична орденів Леніна і Жовтневої революції Червонознаменна академія імені В.І. Леніна Спеціальність: Військово-педагогічна, суспільні науки Кваліфікація: офіцер з вищою військовою освітою, викладач партійно-політичної роботи диплом спеціаліста КВ № 023197 від 25.06.1984</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 124-18/Г від 06.07.2018 Підпункти 2, 3, 10, 13, 15 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
68514	Ермошенко Микола Миколайович	Професор		0	Маркетингові комунікації	<p>Доктор економічних наук, Спеціальність: 08.00.26. - економіка, планування та організація управління науково-технічним прогресом. Диплом ЕК №001613 від 16.05.1986 Тема дисертації: «Системная организация управления научно-техническим прогрессом в регионе»</p> <p>Професор за кафедрою «Економіка СРСР» Атестат професора ПР 007033 від 13.12.1990 р.</p> <p>кандидат економічних наук диплом ЕК № 004622 від 22.03.1978</p> <p>Старший науковий співробітник за спеціальністю "Економіка, організація управління і планування народного господарства" Спеціальність: Економіка, організація управління і планування народного господарства Атестат СН № 007958 від 01.03.1984</p> <p>Харківський інженерно-економічний інститут Спеціальність: Економіка та організація машинобудівної промисловості Кваліфікація: інженер-економіст Диплом спеціаліста Щ № 145210 від 27.06.1970</p> <p>Почесне звання «Заслужений діяч науки і техніки України» Диплом № 313 від 22.10.1992 Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 104-18/Е від 06.07.2018 Відповідність підпунктам 1, 2, 3, 4, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 17 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
214937	Костюк Валентин Романович	Доцент		0	Менеджмент	<p>Кандидат економічних наук Спеціальність: Політична економія Диплом ЕК № 027960 від 17.11.1988 Тема дисертації: «Госпрозрахунковий механізм використання закону розподілу за працею»</p> <p>доцент кафедри економіки підприємств Атестат ДЦ № 007240 від 17.04.2003</p> <p>Київський інститут народного господарства ім. Д.С. Коротченка Спеціальність:Планування промисловості Кваліфікація: економіст Диплом спеціаліста з відзнакою Я № 788849 від 30.06.1973</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 108-18/Е від 06.07.2018 Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016 Відповідає підпунктам 1, 3, 8, 10, 13 пункту 30 Ліцензійних умов</p>

214937	Костюк Валентин Романович	Доцент		0	Макроекономіка	Кандидат економічних наук Спеціальність: Політична економія Диплом ЕК № 027960 від 17.11.1988 Тема дисертації: «Госпрозрахунковий механізм використання закону розподілу за працею» доцент кафедри економіки підприємств Атестат ДЦ № 007240 від 17.04.2003 Київський інститут народного господарства ім. Д.С. Коротченка Спеціальність: Планування промисловості Кваліфікація: економіст Диплом спеціаліста з відзнакою Я № 788849 від 30.06.1973 Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 108-18/Е від 06.07.2018 Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016 Відповідає підпунктам 1, 3, 8, 10, 13 пункту 30 Ліцензійних умов
105346	Нам Вікторія Геннадіївна	Старший викладач			Гроші і кредит	Київський державний економічний університет Спеціальність: Фінанси і кредит, програма - Банківський менеджмент Кваліфікація: магістр ділового адміністрування Диплом магістра ДМ № 000410 від 30.06.1996 Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 109-18/Е від 06.07.2018 Семинар НБУ «Реформи у нагляді та запровадження макропруденційного регулювання в банківському секторі України», Київ, жовтень 2017 року Наказ Національного банку України Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016 Відповідність підпунктам 3,13,17,18 пункту 30 Ліцензійних умов
5317	Громова Ярослава Андріївна	Старший викладач		0	Товарознавство	Київський національний економічний університет Спеціальність: Маркетинг Кваліфікація: магістр з маркетингу Диплом магістра КВ № 23521717 від 27.09.2003 Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 103-18/Е від 06.07.2018 Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09-28 від 4.05.2016 Відповідає підпунктам 1,8,13,17,18 пункту 30 Ліцензійних умов
338543	Жебка Вікторія Вікторівна	Доцент		0	Оптимізаційні методи та моделі	кандидат технічних наук спеціальність: Інформаційні технології диплом ДК № 031754 від 29.09.2015 Тема дисертації: «Методика підвищення якості функціонування системи передачі інформації в інформаційних мережах на основі методів векторного синтезу» доцент кафедри інженерії програмного забезпечення атестат АД № 003036 від 15.10.2019 Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка Спеціальність: Математика Кваліфікація: математик, вчитель математики Диплом: КС№ 43663087 від 31.05.2012 Відповідність підпунктам 1,2,8,11,13,14, 15,16 пункту 30 Ліцензійних умов

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

Програмні результати навчання ОП	Методи навчання	Форми оцінювання
<i>Маркетинг</i>		
ПР1. Демонструвати знання і розуміння	Лекції, практичні заняття, семінарські	Поточний та підсумковий контроль

<p>теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефакхівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>	<p>заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>
---	---	---

Філософія

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефакхівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18.</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, екзамен</p>
---	---	---

Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності		
<i>Українська мова (за професійним спрямуванням)</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефхівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. особистості. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>	Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, екзамен
<i>Теорія ймовірності та математична статистика</i>		
<p>ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p>	Лекції, практичні заняття, індивідуальна робота, консультації	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), екзамен
<i>Статистика</i>		
<p>ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР7. Використовувати</p>	Лекції, практичні заняття, індивідуальна робота, консультації	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), залік

<p>цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p>		
--	--	--

Регіональна економіка

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), екзамен</p>
---	---	--

Політологія

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, екзамен</p>
--	---	---

<p>завдань у сфері маркетингу. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>		
<i>Мікроекономіка</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, екзамен</p>
<i>Макроекономіка</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль</p>

<p>теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>	<p>заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, екзамен</p>
<p><i>Історія України</i></p>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, екзамен</p>

<i>Історія економіки та економічної думки</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним особистості. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, екзамен</p>
<i>Іноземна мова (англійська)</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним особистості. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, залік</p>
<i>Вища математика</i>		
<p>ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та</p>	<p>Лекції, практичні заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), екзамен</p>

здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.		
<i>Економетрика</i>		
ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	Лекції, практичні заняття, індивідуальна робота, консультації, лабораторні заняття	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), лабораторні роботи, екзамен
<i>Аналіз господарської діяльності</i>		
ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого	Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, індивідуальна робота, консультації	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), екзамен

<p>мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>		
---	--	--

Бухгалтерський облік

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефаківцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), екзамен</p>
---	---	--

Гроші і кредит

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), екзамен</p>
--	---	--

<p>маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>		
<i>Економіка підприємства</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), екзамен</p>

<p>маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>		
---	--	--

Податкова система

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), екзамен</p>
--	---	--

також належного використання професійної термінології.		
<i>Національна економіка</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), залік</p>
<i>Міжнародна економіка</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>

<p>цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>		
---	--	--

Менеджмент

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), екзамен</p>
--	--	--

<p>рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>		
<i>Маркетингова політика розподілу</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, залік</p>
<i>Міжнародний маркетинг</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>

<p>на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>		
---	--	--

Логістика

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>
--	--	--

<p>та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. PR11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. PR12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. PR13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. PR14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. PR15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. PR16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. PR17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. PR18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>		
--	--	--

Поведінка споживача

<p>PR1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. PR2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. PR3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. PR4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. PR5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. PR6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. PR7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. PR8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. PR9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. PR10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. PR11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. PR12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. PR13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. PR14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. PR15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. PR16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. PR17. Демонструвати навички письмової та</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>
--	--	--

<p>усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>		
<i>Маркетингова товарна політика</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>
<i>Маркетингові дослідження</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>

<p>аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>		
--	--	--

Маркетингове ціноутворення

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, екзамен</p>
--	--	---

<p>нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>		
--	--	--

Маркетингові комунікації

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>
--	--	--

також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності		
<i>Маркетинг промислового підприємства</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>
<i>Маркетинг послуг</i>		
<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>

<p>ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефаківцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>		
--	--	--

Фінанси

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефаківцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, індивідуальна робота, консультації</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), екзамен</p>
--	---	--

<p>ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>		
---	--	--

Оптимізаційні методи та моделі

<p>ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p>	<p>Лекції, практичні заняття, індивідуальна робота, консультації, лабораторні заняття</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), лабораторні роботи, екзамен</p>
--	---	--

Інфраструктура товарного ринку

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, ділові ігри, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, залік</p>
--	--	--

<p>середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>		
--	--	--

Товарознавство

<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з</p>	<p>Лекції, практичні заняття, семінарські заняття, інтерактивні заняття, індивідуальна робота, консультації, вирішення кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, залік</p>
--	---	--

<p>дотриманням прав і свобод особистості. ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності</p>		
--	--	--