

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Освітня програма	4859 Промисловий маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

Використані скорочення:

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

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	174
Повна назва ЗВО	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Ідентифікаційний код ЗВО	02070921
ПІБ керівника ЗВО	Згуровський Михайло Захарович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	http://kpi.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/174>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	4859
Назва ОП	Промисловий маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Магістр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	кафедра промислового маркетингу
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Кафедри: англійської мови гуманітарного спрямування №3; міжнародної економіки; математичного моделювання економічних систем; менеджменту
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	03056, місто Київ, проспект Перемоги, 37, корпус №1; проспект Перемоги, 37к, корпус №7; вулиця Політехнічна, 39, корпус №19; вулиця Політехнічна, 37, корпус №20; вулиця Борщагівська, 115/3, корпус №22.
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	не передбачає
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	відсутня
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	135304
ПІБ гаранта ОП	Зозульов Олександр Вікторович
Посада гаранта ОП	Професор
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	zozulyov@ukr.net
Контактний телефон гаранта ОП	+38(050)-437-06-02
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(044)-204-98-62

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

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

Освітня програма “Промисловий маркетинг” проваджується кафедрою промислового маркетингу у КПІ ім. Ігоря Сікорського, яка створена у 1992 році як перша в Україні кафедра, яка спеціалізується саме на проблемах промислового маркетингу. Освітня програма має на меті синергетичне поєднання класичної економічної, управлінської підготовки, яка проводиться в університеті з часу його створення, з перевагами технічної складової, яку надає університет. Саме багаторічний досвід роботи із промисловими підприємствами, науково-дослідними структурами університету та НАН України створив унікальну наукову школу в сфері промислового маркетингу, нароби якої дозволили проводити якісну та цілеспрямовану підготовку за цією ОП.

За час реалізації ОП пройшла трансформацію (модернізацію та оновлення) в частині оновлення змісту, переліку дисциплін тощо з урахуванням вимог ринку праці та рекомендацій стейкхолдерів. Процес оновлення має систематичний характер у відповідності до чинного законодавства, нормативної бази університету. Кафедра за цією тематикою підготувала значну кількість кандидатів та докторів наук, виступила співзасновником Української асоціації маркетингу. Її студенти неодноразово були переможцями всеукраїнських конкурсів дипломних та наукових робіт (<http://marketing.kpi.ua/pro-kafedru/zdobutki.html>), проводяться міжнародна науково-практична конференція “В2В Маркетинг” та всеукраїнське кейс-змагання. Випускники кафедри користуються сталим ринковим попитом на ринку праці та серед кадрових агенцій.

ОП розроблена у відповідності до вимог Державного стандарту зі спеціальності 075 “Маркетинг” рівня “Магістр”, чинної законодавчої та нормативної бази з урахуванням рекомендацій роботодавців, кадрової агенції та пропозицій випускників (на кафедрі створено клуб випускників). ОП затверджено Методичною радою університету та введена в дію наказом ректора (<http://osvita.kpi.ua/sites/default/files/downloads/Наказ%201-131%20Про%20затвердження%20ОП.pdf>). При розробленні ОП враховано досвід реалізації подібних програм провідними вітчизняними та зарубіжними закладами вищої освіти.

Для реалізації ОП залучені професорсько-викладацький штат кафедри (2 доктори наук, 3 професори, все інші члени кафедри - кандидати наук) та професорсько-викладацький штат кафедр факультету менеджменту та маркетингу, інших структурних підрозділів університету (доктори та кандидати наук). Освітня програма передбачає як нормативні дисципліни, так й дисципліни вільного вибору студентами кафедри у відповідності до встановлених нормативів. Під час розробки та реалізації ОП кафедра реалізує студентоцентризований та ринковоорієнтований підхід, змінюючи перелік дисциплін вільного вибору у відповідності до вимог ринку праці.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року	У тому числі іноземців
			ОД	ОД
1 курс	2020 - 2021	8	8	0
2 курс	2019 - 2020	10	10	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	40039 Бізнес-аналітика 16478 Промисловий маркетинг
другий (магістерський) рівень	31231 Промисловий маркетинг 4859 Промисловий маркетинг 40040 Бізнес-аналітика 40041 Бізнес-аналітика
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	28775 Промисловий маркетинг 46337 Маркетинг

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	545692	168106
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	545692	168106
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	4825	0

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

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

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>ОПП Магістр 075 Маркетинг 2020_final (2).pdf</i>	o+fTrwoTrbQr5orAQwpaqJ4/SqBvl8/Cors4Jk4DK78=
Навчальний план за ОП	<i>НП 075 Магістр 2020 денна.pdf</i>	EILOToo6XSGdR/pAfinttUkpeIXowi6lokYhZ41rPzY=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>UAM 2020.pdf</i>	YZV6T5Ga8tISFQzyI93pUFVPtyoaMfrdWRQG1GNpyWo =
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Paton (2).pdf</i>	2K+QkSYVaW6f7oeQnG6oi5j2kyGXvRQqkrforWq4+zE=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Єврокар.pdf</i>	5WQemQMY1ZgrvSd/ayj4Hr1Obm12kD6B4zhVfWVxMVg=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія_НН.pdf</i>	wYzao1gXFfqX4V+rHlC79ALUsqTPtCTHrMxqlLaq9XU=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Ліза_Закон_Рецензія ОП_Магістр.pdf</i>	RYP7uRayo862rOZY018MxUL7MNLxOkDoSaO+AwmW yb0=

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Цілі освітньої програми «Промисловий маркетинг» полягають у підготовці магістрів маркетингу, які відповідають вимогам Стандарту вищої освіти України з маркетингу ступеню вищої освіти «Магістр», володіють визначеними ним компетентностями, здатні управляти маркетингом на підприємстві, що працює на промисловому ринку в умовах цифровізації.

Унікальність ОП «Промисловий маркетинг» полягає у тому, що вона:

1. орієнтована на підготовку фахівців, які володіють знаннями з управління маркетинговою діяльністю підприємств, що працюють на промисловому ринку;
2. побудована на унікальних теоретико-методичних та науково-практичних розробках колективу кафедри, який протягом 28 років займається саме проблемами промислового маркетингу, досвіді співпраці з підприємствами та науковими установами, у т.ч. НАН України, пов'язаними з виробничою та науково-технічною діяльністю; співпраці з технічними інститутами, факультетами університету, його інноваційними підрозділами;
3. проваджується кафедрою промислового маркетингу була першою в Україні та донедавна єдиною кафедрою маркетингу, яка спеціалізується саме на промисловому маркетингу;
4. має високу практичну спрямованість: індивідуальні роботи студентів виконуються по конкретним підприємством;
5. використовує унікальні власні наукові розробки, авторські методики викладачів, сучасні освітні технології.

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

Згідно зі Стратегією розвитку (<https://kpi.ua/2020-2025-strategy>) місією університету (https://kpi.ua/kpi_about) передбачено робити внесок в розвиток суспільства шляхом інтернаціоналізації та інтеграції освіти, досліджень та інноваційних розробок. Для її реалізації визначено засади функціонування, які передбачають розвиток інноваційної екосистеми (п. 1.5), забезпечення міждисциплінарності та системності підготовки (п. 1.9), швидке реагування на зміни характеру праці в умовах Індустрії 4.0 (п. 1.10), посилення взаємодії з високотехнологічним ринком праці (п. 1.11) та активізацію інноваційної діяльності (п. 1.12). Виходячи з цього формувались та уточнювались цілі ОП. Мета ОП відповідає місії та засадам (п.п. 1.5, 1.9, 1.12) Стратегії розвитку університету. Цілями ОП визначено

спроможність фахівців розробляти управлінські рішення щодо маркетингової діяльності підприємства, що працює на промисловому ринку, його товарно-інноваційної стратегії, розробки стартап-проектів, функціонування на засадах сталого розвитку (відповідає п.п. 1.11-1.12); налаштувати взаємодію з науковими та інноваційними структурами, сприяючи формуванню інноваційної екосистеми (відповідає п. 1.5).

Планом дій щодо реалізації Стратегії передбачено проведення досліджень розвитку ринку праці (п. 6), обговорення програм зі стейкхолдерами (п. 3, п. 10) та їх подальша оптимізація (п. 2). Це обумовлює необхідність відповідного розвитку ОП (<http://marketing.kpi.ua/perelik-dystsyplin-dlia-mahistriv.html>).

**Опишіть, яким чином інтереси та пропозиції таких груп заінтересованих сторін (стейкхолдерів) були враховані під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП:
- здобувачі вищої освіти та випускники програми**

У процесі розробки ОП «ПМ» залучались до обговорення представники студентства. Їх пропозиції щодо освітньої програми виявлялися в процесі опитування (<http://marketing.kpi.ua/studentam/opituvannya-studentiv.html>) та участі у засіданнях кафедри. Опитування щодо оцінювання роботи викладачів та адміністрації кафедри проводяться також: 1) Навчально-науковим центром прикладної соціології «Соціоплюс» (<http://socioplus.kpi.ua/>); 2) в електронному Кампусі університету. Процес публічних обговорень відображено у протоколі №10 від 22.04.2020 засідання кафедри. Додатково в зв'язку з введенням карантину проводилось опитування щодо якості дистанційного навчання (<http://marketing.kpi.ua/studentam/opituvannya-studentiv/11-general/articles/about-department/192-opituvannya-shchodo-yakosti-osvitnogo-protsesu.html>). Кафедра також підтримує постійний зв'язок з випускниками кафедри через спілкування під час зустрічей Клубу випускників кафедри та через його Фейсбук-сторінку (<http://marketing.kpi.ua/vypusnykam/klub-vipusknikiv-kafedri.html>). Також раз на декілька років відбуваються зустрічі в університеті, під час яких проводиться спілкування з випускниками на предмет удосконалення переліку дисциплін, їх тематичного наповнення виходячи із вимог ринку праці. Опитування випускників також проводилось через анкету на сайті кафедри (випуск 2020 р.) та сторінці Фейсбуку: <http://marketing.kpi.ua/vypusnykam/opituvannya-vipusknikiv-kafedri.html>. Їх думки були проаналізовані під час розробки ОП.

- роботодавці

Під час розробки програми відбулось обговорення з роботодавцями та представниками кадрових агенції. Отримані рецензії від них на ОП (<http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/gromadske-obgovorennya/11-general/articles/about-department/179-na-proekt-osvitnoji-programi-promisloviy-marketing-magistr-spetsialnist-075-marketing.html>). Їх пропозиції були зібрані (<http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/gromadske-obgovorennya/11-general/articles/about-department/164-gromadske-obgovorennya-osvitnikh-program-kafedri.html>) та враховані, та відображені у протоколі №10 від 22.04.2020 засідання кафедри.

На кафедрі створено Консультативну раду з розвитку спеціальності з представників роботодавців (<http://marketing.kpi.ua/pro-kafedru/konsultativna-rada-z-rozvitku-spetsialnosti.html>). Їх пропозиції враховано під час формування ОП.

Також, співробітники кафедри ведуть активну консалтингову роботу, що дає унікальний досвід та розуміння потреб підприємств. Співробітники кафедри доц. Стадніченко, доц. Писаренко, які залучені до освітнього процесу та брали участь у обговоренні ОП «ПМ» безпосередньо впливали на формування цілей та змісту ОП.

- академічна спільнота

Кафедра співпрацює із структурами НАН України, зокрема з Інститутом електрозварювання ім. академіка Є.О. Патона. Випускники магістратури кафедри працювали в економічному відділі інституту. На замовлення та у співпраці з інститутом були підготовлені дисертації з маркетингового забезпечення діяльності Інститутом електрозварювання ім. академіка Є.О. Патона. Пропозиції Інституту електрозварювання ім. академіка Є.О. Патона щодо змістового наповнення знайшло своє відображення у ОП.

Кафедра, яка є колективним членом ВГО “Українська асоціація маркетингу”, виступила одним з ініціаторів створення асоціації та активно багато років співпрацю з нею в частині розроблення професійних стандартів та формування професійного середовища в сфері маркетингу в Україні. Півс кафедри є також індивідуальними членами УАМ, беруть активну участь у роботі її органів, розробці професійних стандартів. УАМ входить до Консультативної ради кафедри. Кафедрою було отримано рецензію на ОП від ВГО “Українська асоціація маркетингу” (http://marketing.kpi.ua/files/osv_programms/2020/retsenzii/УАМ.pdf), результати аналізу та рецензування знайшли своє відображення у ОП.

- інші стейкхолдери

Протягом навчального року куратори студентських груп спілкуються з батьками студентів, отримуючи від них, у тому числі, і неформальний зворотній зв'язок щодо змісту окремих освітніх компонент, що вплинуло на формування ОП. Крім того, через Фейсбук-сторінку клубу випускників кафедри (<https://www.facebook.com/groups/1709396162709264/>) відбуваються обговорення особливостей роботи маркетолога випускниками, які діляться досвідом, розміщують вакансії та вимоги до претендентів з числа випускників кафедри, що також неформально враховується при формуванні ОП. Також на кафедрі звертаються представники підприємств за випускниками кафедри фахівцями з промислового маркетингу. В процесі співбесіди з ними, зокрема із завідуючим кафедрою, гарантими ОП кафедри, відповідальним за метод. роботу формується уявлення щодо потреб у фахівцях цієї сфери та кваліфікаційних вимог до них, що знаходить своє фактичне відображення у цілях та змісті ОП.

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

Цілі та програмні результати навчання ОП «Маркетинг» у повній мірі відображають тенденції розвитку спеціальності та ринку праці. Проведений та обговорений на засіданні кафедри (протокол №10 від 22.04.2020) моніторинг ринку праці, результати працевлаштування випускників кафедри, зацікавлених стейкхолдерів показав, що випускники кафедри користуються стійким попитом на ринку праці. Систематичний моніторинг університетом працевлаштування випускників, показав, що майже 100% з року в рік випускників кафедри працюють за отриманою спеціальністю. Проте, з метою посилення конкурентоспроможності випускників було переглянуто та розширено перелік вибіркових дисциплін. Зокрема, було враховано збільшення попиту на фахівців з цифрового маркетингу, контент-менеджменту, аудиту рекламної діяльності тощо. Процес інтернаціоналізації був врахований за рахунок введення дисциплін з євромаркетингу та стандартів ЄС (за програмою Еразмус+), турбулентність сучасного ринкового середовища була врахована у т.ч. за рахунок введення дисципліни «Прийняття маркетингових рішень в умовах невизначеності». Означене враховує останні тенденції розвитку спеціальності та ринку праці. Також було враховано аналіз ринку праці рекрутіговою компанією grc.ua: <http://marketing.kpi.ua/studentam/rinok-pratsi.html>.

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

Підготовка здобувачів за ОП здійснюється в контексті галузевої спрямованості університету, що готує фахівців для промисловості, енергетики та сфери промислових послуг. Враховуючи також, що фахівців в сфері промислового маркетингу інші університети Києва, прилеглих регіонів, а також в інших університетах України не готують, галузевий контекст та регіональний аспект повністю враховано при формуванні цілей та програмних результатів навчання. особливо враховуючи той факт, що Київ разом із містами-спутниками формують провідний в країні технополіс.

Регіональний та галузевий контексти посилюються також за рахунок вибору студентами тем індивідуальних робіт (курсівих та атестаційної робіт), розв'язанні кейсів і розгляді аналітичних ситуацій на практичних заняттях, проведенні наукових досліджень. Враховуючи той факт, що за усталеною з моменту заснування кафедри практикою, що усі індивідуальні роботи виконуються під потреби конкретних підприємства або науково-дослідних установ, що працюють на промисловому ринку, регіональний та галузевий контекст враховується у повній мірі.

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

Дослідження вітчизняного та зарубіжного освітнього ринку виявило, що освітні програми, спрямовані на підготовку маркетологів для промислового ринку, відсутні. При формулюванні цілей та ПРН ОП було проаналізовано споріднені ОП за спеціальністю 075 «Маркетинг» КНЕУ імені Вадима Гетьмана, КНУ імені Тараса Шевченка, НУ «Львівська політехніка», НУ «Києво-Могилянська академія», а також програми іноземних університетів, таких як Стокгольмський університет та Колумбійська бізнес-школа (США), бізнес-школа Влерік (Бельгія) (протокол №10 від 22.04.2020). Аналіз програм показав, що при формулюванні цілей, компетентностей та ПРН окремі вітчизняні університети орієнтуються переважно на вимоги стандарту (КНЕУ ім. Вадима Гетьмана та КНУ ім. Тараса Шевченка), а інші (НУ «Львівська політехніка», НУ «Києво-Могилянська академія») – на вимоги ринку праці. Іноземні навчальні заклади мають суто практичне спрямування, надають спеціалізовані фахові навички в галузі маркетингу, проте маркетингова діяльність на промисловому ринку представлена у вигляді або окремих курсів, або спеціалізованим поглибленим курсом для керівників бізнесу. Освітня програма «Промисловий маркетинг» використовує комплексний компетентнісний підхід та спрямована на створення навичок стратегічного, інноваційно спрямованого мислення, володіння знаннями та компетентностями, необхідними для діяльності на промисловому ринку, розуміння його трендів та перспектив в контексті особливостей розвитку національної та світової економіки.

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

В силу того, що попередня ОП «Промисловий маркетинг» розроблялась в умовах відсутності затвердженого Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» підготовка відбувалася за ОП, що була затверджена в установленому порядку і введено в дію Наказом ректора. Стандарт вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» було затверджено Наказом МОН № 960 від 10.07.2019 року зі змінами від 19.09.2019 р. (<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>) Гарант програми, Зозульов О.В., є членом (секретарем) підкомісії НМК з розробки стандарту 075 «Маркетинг», за що отримав лист заохочення від МОН України. На сьогодні кафедрою розроблено нову редакцію ОП згідно затвердженого Стандарту та внесені відповідні корективи у навчальні плани та програми. ОП була розміщена на сайті кафедри промислового маркетингу пройшла публічне обговорення (<http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/gromadske-obgovorennia.html>). Після її затвердження вона стала основою підготовки магістрів набору 2020/21 н.р. Розроблена ОП «Промисловий маркетинг» відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем освіти. Перелік загальних та фахових компетентностей, що відображені у ОП, відповідає переліку, наведеному у діючому Стандарті. Набуття зазначених компетентностей повністю забезпечується нормативною складовою ОП, що відображено у матрицях: а) відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми, б) відповідності програмних результатів навчання відповідним компонентам освітньої програми. Співвідношення зазначених у стандарті компетентностей та програмних результатів навчання відбувається відповідно до структурно-логічної схеми ОП, яка наочно презентує логіку набуття компетентностей через вивчення певних освітніх компонентів та досягнення за рахунок їх

опанування конкретних результатів навчання. Виходячи з того, що під час обговорення та прийняття Стандарту вищої освіти з маркетингу підкомісією НМК було визначено, що рівень бакалавра з маркетингу - це функціональний рівень, а магістра - це управлінський рівень, логіка побудови ОП, перелік компетентностей та програмних результатів, нормативних (обов'язкових) та вибіркових дисциплін ОП "Промисловий маркетинг" були побудовані виходячи із цих критеріїв. Таким чином, ОП "Промисловий маркетинг" другого освітнього рівня повністю відповідає духу та змісту діючого Стандарту вищої освіти з маркетингу за другим освітнім рівнем.

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

Стандарт вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» було затверджено Наказом МОН № 960 від 10.07.2019 року. Освітня програма 2020/2021 року навчання розроблена у відповідності до діючого Стандарту вищої освіти.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

90

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

65.5

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

24.5

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

Зміст освітньої програми "Промисловий маркетинг" розроблено на основі Стандарту вищої освіти, другий (магістерський), рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність «Маркетинг», затверджений і введений в дію Наказом № 960 Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. Об'єкт вивчення, цілі навчання, теоретичний зміст предметної області, методи, методики та технології, інструменти в рамках даної ОП співпадають із викладеними у Стандарті та доповнені специфікою освітньої програми кафедри промислового маркетингу КПІ ім. Ігоря Сікорського, а саме: особливостями діяльності господарюючих суб'єктів на промисловому ринку. Останнє обумовило необхідність введення, крім передбачених у Стандарті, двох загальних та двох спеціальних (фахових) компетенцій з відповідними програмними результатами навчання, а також розширення компетенцій та програмних результатів навчання, передбачених у Стандарті, за рахунок специфіки маркетингової діяльності на промисловому ринку. Таким чином, зміст освітньої програми "Промисловий маркетинг" повністю відповідає предметній області заявленої для неї спеціальності.

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

Формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачем вищої освіти в Національному технічному університеті «КПІ імені Ігоря Сікорського» регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/39>), Положенням про порядок реалізації студентами КПІ ім. Ігоря Сікорського права на вільний вибір навчальних дисциплін (<https://kpi.ua/free-choice-of-academic-disciplines-right>) та Положенням про індивідуальний навчальний план студента КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/117>). Індивідуальна освітня траєкторія здобувачів другого (магістерського) рівня формується шляхом вільного вибору студентами певних дисциплін із сформованого Ф-каталогу. Проводиться опитування, якому передують процес презентації дисциплін вільного вибору на зборах студентів. Обрані дисципліни заносяться в індивідуальний навчальний план, що визначає порядок, форму, темп та обсяг засвоєння освітніх компонентів програми студентом із метою реалізації його індивідуальної освітньої траєкторії. Вибіркові освітні компоненти складають 24,5 кредити (27,2 % від загального обсягу освітньої програми, що більше 25%) та спрямовані на поглиблення і закріплення програмних результатів навчання, сформованих обов'язковою частиною освітньої програми. Індивідуалізації освітньої траєкторії також сприяє особистий вибір керівника, підприємства, теми та напряму наукового дослідження в межах магістерської дисертації.

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

Порядок, часові межі, послідовність та особливості формування каталогів вибіркових дисциплін та вибору їх студентами регламентуються Положенням про порядок реалізації студентами КПІ ім. Ігоря Сікорського права на

вільний вибір навчальних дисциплін (<https://kpi.ua/free-choice-of-academic-disciplines-right>) та Положенням про порядок реалізації студентами факультету менеджменту та маркетингу права на вільний вибір навчальних дисциплін). Згідно цих Положень, обсяг вибіркових дисциплін має становити не менше 25% загального обсягу кредитів ЄКТС, передбачених для даного рівня освіти. Освітньо-професійна програма «Промисловий маркетинг» містить 24,5 кредити ЄКТС, передбачені для вибіркових освітніх компонентів, що складає 27,2% загального обсягу освітньої програми. Студенти обирають дисципліни відповідно до навчальних планів, за якими навчаються. При цьому вони мають право вибирати дисципліни, що пропонуються для інших ОП, за погодженням з завідувачем відповідної випускаючої кафедри. Навчальний план ОП «Промисловий маркетинг» містить вибіркові дисципліни циклу професійної підготовки (вибіркові освітні компоненти Ф-каталогу, що є систематизованим анотованим переліком дисциплін, <http://marketing.kpi.ua/studentam/opituvannya-studentiv/11-general/articles/about-department/193-opituvannya-shchodo-viboru-distsiplin-vilnogo-viboru.html>), викладання яких передбачено у другому семестрі першого року навчання. Послідовність дій з формування Ф-каталогу наступна: 1) для розробки або оновлення переліку дисциплін за ОП до 01 жовтня поточного навчального року на факультеті створюється робоча група під керівництвом голови методичної комісії ФММ; 2) робоча група аналізує забезпечення запропонованих викладачами вибіркових дисциплін щодо можливості організації освітнього процесу високої якості; 3) обраний робочою групою перелік дисциплін Ф-Каталогу затверджується Вченою радою ФММ і подається на затвердження Методичною радою Університету в листопаді; 4) затверджений Ф-Каталог протягом грудня-січня розміщується на офіційному сайті ФММ або кафедри для ознайомлення. Викладачі, разом з кураторами в позанавчальний час проводять для студентів презентації дисциплін до початку процесу вибору. За потреби надаються консультації щодо формування індивідуальної освітньої траєкторії. Вибір студентом освітніх компонентів на другий семестр першого року навчання за магістерської ОПП здійснюється на початку осіннього семестру першого року навчання. Куратори знайомлять студентів із процедурою вибору, термінами та каталогом дисциплін вільного вибору. Для вибору освітніх компонентів з Ф-Каталогу кафедра промислового маркетингу використовує анкети із фіксацією особистого вибору кожного студента. За результатами вибору формуються навчальні групи. Результати вибору студентом навчальних дисциплін зазначаються у його індивідуальному навчальному плані в розділі «Обрані дисципліни». Результати вибору представлені на сайті кафедри кафедри та у протоколі № 6 від.08.10.2020.

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

Практична підготовка фахівців здійснюється на основі підходу, що базується на послідовному формуванні загальних та фахових компетенцій та відображається у програмних результатах навчання. ОП базується на завданні-орієнтованому стилі навчання. Формування практичних навичок здійснюється на практичних і семінарських заняттях із використанням кейсів, більшість яких розроблена викладачами кафедри (вагома частина викладачів кафедри має значний досвід практичної діяльності), виконання розрахункових та курсових робіт, відвідування бізнес-семінарів (Бізнес-студії, та SMM школа), науково-практичних конференцій, що організовані кафедрою та завершується переддипломною практикою і підготовкою дисертації, яка виконується на базі підприємств і базується на інтегральній компетентності - здатності розв'язувати складні задачі і проблеми в галузі управління маркетингом (ЗК 1-8, ФК 1-7, 10) та сприяє формуванню всіх ПРН за ОПП). Важливим є проведення переддипломної практики на вітчизняних підприємствах. Організацію практики регламентує Положення про порядок проведення практики в університеті (https://document.kpi.ua/files/2020_7-172.pdf) та Методичні рекомендації з питань організації практики студентів (<http://osvita.kpi.ua/node/13>). Більшість студентів на момент захисту магістерської дисертації мають акт впровадження результатів дослідження в практичну діяльність.

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

Освітні компоненти програми передбачають формування значної кількості соціальних навичок, що є критичними в роботі сучасного керівника у сфері маркетингу, зокрема - здатність генерувати нові ідеї (креативність) та знання (ЗК 2), здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом (ФК 4), здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях (ЗК 4), здатність виявляти ініціативу та підприємливість (ЗК 7), використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу (ЗК 5, ПРН 8), презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами (ПРН 5), формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку (ПРН 14). Формування таких компетентностей здійснюється в процесі роботи студентів в міні-групах під час вирішення господарських ситуацій (кейсів), проведенні презентацій в процесі опанування навчальних дисциплін, візуальних презентацій результатів магістерської дисертації, тощо. Додатково здобувачі на кафедрі промислового маркетингу мають можливість удосконалення соціальних навичок під час презентації проєктів в рамках "Школи SMM", всеукраїнського кейс змагання "Rising industrial marketing stars", які проводить кафедра для студентів, а також під час роботи на наукових конференціях та гуртках кафедри, роботі у складі НТСА.

Яким чином зміст ОП урахує вимоги відповідного професійного стандарту?

На сьогодні професійний стандарт відсутній за галуззю знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність «Маркетинг». Згідно чинного Національного класифікатора України «Класифікатор професій ДК 003:2010» (зі змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 15.02.2019 р. №259)

кваліфікація здобувача вищої освіти за даною ОП відповідає професійній назві за кодом КП: 1233 Керівники підрозділів маркетингу (1233 Директор з маркетингу, 1233 Начальник відділу збуту (маркетингу) тощо.) та 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу.

Зав. каф. проф. Солнцев С.О. є членом робочої групи ГО «Українська асоціація маркетингу» з розробки професійного стандарту для фахівців з маркетингу. Заявка зареєстрована у Науково-дослідному інституті праці і зайнятості населення Міністерства соціальної політики України і НАН України на розробку професійного стандарту з наступних професій: 2419.2 Фахівець аналітик з дослідження товарного ринку, 1233 Директор з маркетингу, 1233 Начальник відділу збуту (маркетингу), 25 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог). Реєстр заявок на розроблення професійних стандартів №21. Робочі результати комісії знайшли своє відображення у ОП.

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

Кредитний обсяг освітніх компонентів визначається згідно колегіального рішення групи забезпечення спеціальності під час розроблення освітньої програми згідно Положенню про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/137>). В подальшому він перевіряється та погоджується навчально-методичним відділом, науково-методичною комісією Університету зі спеціальності, враховуються також рекомендації та поради Консультативної ради з розвитку спеціальності при кафедрі. Фактичне навантаження формується в межах навчального плану з урахуванням вимог Положення про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/39>). В межах обсягу окремої освітньої компоненти передбачено час на аудиторну роботу, підготовку до неї, підготовку до контрольних заходів та виконання індивідуального семестрового завдання.

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 освіта не проводилась. Проте, студенти університету за бажанням можуть отримати дуальну освіти відповідно до діючого Положення про дуальну форму здобуття вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського (https://document.kpi.ua/files/2020_7-164.pdf).

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://pk.kpi.ua/documents/>, <https://pk.kpi.ua/entry-5-course/>, <http://marketing.kpi.ua/abiturientam/umovy-vstupu-v-mahistraturu/informatsiia-dlia-vstupnykiv.html>

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

Вступ до магістратури за ОП відбувається відповідно до «Положення про прийом на навчання для здобуття ступеня магістра» (<https://pk.kpi.ua/wp-content/uploads/2019/02/rules5-2019.pdf>). Конкурсний бал при вступі для здобуття ступеня магістра саме на спеціальності галузей знань 07 (та ще кількох) розраховується за формулою: $KB = P_1 + P_2 + RA$, де P_1 – оцінка єдиного вступного іспиту з іноземної мови, P_2 – оцінка фахового вступного випробування, RA – чисельний еквівалент оцінки академічного рейтингу вступника. Так, зокрема, завдання фахового вступного випробування перевіряють компетенції вступників, що необхідні для навчання за ОП на другому рівні вищої освіти. Це зумовлено необхідністю базових знань та компетентностей, якими має володіти вступник і які є основою теоретико-методологічної бази освітньої програми. А чисельний еквівалент оцінки академічного рейтингу вступника включає в себе складову творчих досягнень, які враховуються тільки у випадку, якщо їх тематика відповідає ОП, отже в максимальній мірі враховує її особливості.

З метою врахування особливостей ОП, при вступі до магістратури студенти складають іспит зі спеціальності, який враховує як питання, які розглядає стандартний курс маркетингу, що відповідає Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського) рівня освіти, так і окремі питання що розкривають специфіку маркетингової діяльності на промисловому ринку.

Детальна інформація щодо вступу представлена на сайті приймальної комісії університету та сайті кафедри.

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

Визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулює Положення про організацію освітнього процесу в університеті (https://document.kpi.ua/files/2020_7-124.pdf), зокрема його пп. 5.11-5.13 (<https://kpi.ua/regulations-l-4-6>). Так, п. 5.12 передбачає, що визнання результатів навчання, отриманих здобувачами ВО в інших закладах ВО, зокрема і за програмами академічної мобільності, регулюється Положенням про визнання в КПІ ім. Ігоря Сікорського результатів попереднього навчання (https://document.kpi.ua/files/2020_7-157.pdf) та Положенням про академічну мобільність (<http://osvita.kpi.ua/node/124>), а п.5.13 передбачає визнання результатів навчання за програмами подвійного диплому (Положення про програми подвійного диплому: <http://osvita.kpi.ua/node/180>).

Положення про відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення здобувачів вищої освіти в КПІ (<http://osvita.kpi.ua/node/178>), зокрема розділ 4 містить деталізацію процесу переведення здобувачів ВО. Вищезгадані положення знаходяться у відкритому доступі на сайті ЗВО і з їх змістом усі бажаючі можуть ознайомитися та отримати додаткові консультації у відповідних структурах (деканат, відділ академічної мобільності). Також при введенні в полі пошуку Google «визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО» вищенаведене посилання на пп. 5.11-5.14 видається першим у органічній видачі, що забезпечує максимальну доступність даної інформації для усіх зацікавлених осіб.

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

Практики застосування вказаних правил на освітній програмі “Промисловий маркетинг” освітнього рівня «Магістр» за останні 5 років не було в зв'язку з тим, що ніхто з здобувачів вищої освіти не звертався з таким запитом. У попередні роки під час навчання за програмами подвійного диплому студентів-магістрів кафедри в університеті Ле Ман (Франція) (<http://mobilnism.kpi.ua/universite-du-maine/>), існувала практика перезарахування дисциплін, які були прослухані у вузах-партнерах.

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

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (https://document.kpi.ua/files/2020_7-124.pdf), зокрема п.5.14, Положення про визнання в КПІ ім. Ігоря Сікорського результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті (https://document.kpi.ua/2020_7-177). Розділ 2 Положення про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті містить деталізовану процедуру визнання та валідацію результатів навчання, отриманих компетенцій. Порядок передбачає визнання компетенцій як з нормативних, так й вибіркового дисциплін. Зарахована може бути як сама дисципліна повністю, так й окремі її компоненти. Зараховано в обсязі може бути не більше 10% , не більше 6 кредитів в межах навчального року. Визнання результатів, отриманих в межах формальної освіти, регламентується Положенням про визнання в КПІ ім. Ігоря Сікорського результатів попереднього навчання (https://document.kpi.ua/files/2020_7-157.pdf).

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

Практики застосування вказаних правил на освітній програмі “Промисловий маркетинг” не було в зв'язку з тим, що ніхто з здобувачів вищої освіти не звертався з такою вимогою. Проте з 2013 року студенти беруть участь у сертифікаційній програмі Української Асоціації Маркетингу, складають екзамени та отримують кваліфікаційні сертифікати УАМ “Менеджер з організації маркетингових досліджень”. Всього було отримано 56 сертифікатів (список сертифікованих спеціалістів наведено на сайті УАМ <http://www.uam.in.ua/ukr/certification-i-treningi/prof-certification/spec-list.php>)

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 магістрів здійснюється на основі Положення про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/39>), згідно з яким використовуються такі форми навчання як навчальні заняття (їх види - лекція, практичні та семінарські заняття), практика та самостійна робота студентів та контрольні заходи. Навчальні заняття проводяться в інтерактивній формі, що дозволяє формувати у студентів також soft skills. Викладачами активно стимулюється робота в командах та групове обговорення результатів практичних завдань, використовується візуалізація та проблемні дискусії в рамках проведення лекційної роботи. Самостійна робота студентів проводиться під керівництвом викладача і має на меті опанування навчально-методичною та науковою літературою, виконанні індивідуальних завдань або завдань в малих групах із розв'язання господарських ситуацій, розв'язання задач та аналітичних прикладів, виконання модульних контрольних та розрахункових робіт. В навчальному процесі активно використовуються інструменти дистанційного навчання на платформах Moodle та Google classroom на платформі дистанційного навчання Sikorsky (<https://www.sikorsky-distance.org/>), а також Електронний кампус (<https://ecampus.kpi.ua>). Форма силабуса навчальної дисципліни передбачає обов'язкове корелювання результатів навчання за дисципліною з програмними результатами навчання. Означене у поєднанні дозволяє досягти задекларовані ПРН.

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?

Задля реалізації студентоцентрованого підходу використовується комплекс заходів на основі Положення про організацію освітнього процесу (розділ 3, зокрема пп.3.15-3.23), Положення про внутрішню систему забезпечення

якості вищої освіти. Зокрема - участь студентів в процесі розвитку ОП, процесі оцінювання якості освіти, формування індивідуальних планів студентів, вибір дисциплін вільного вибору на основі ознайомлення з їх структурою, змістом та структурою рейтингової системи оцінювання, висвітленими в сілабусах, що знаходяться у вільному доступі студентів на сайті кафедри "Дисципліни кафедри". Особлива увага приділяється вибору форм та методів навчання, що відповідають особистій позиції студента - індивідуальне, дистанційне навчання та академічна мобільність, індивідуальні заняття та консультування і менторство з боку викладачів. Стимулюється розвиток партнерських відносин між викладачем та студентом, зокрема, створено канали в Телеграм для додаткової неформальної комунікації між студентами та викладачем.

Результати опитування студентів стосовно задоволеності методами навчання і викладання проводяться на двох рівнях - загально інститутському - в системі Електронного кампусу анонімно за бажанням студента по всіх навчальних дисциплінах, Навчально-науковим центром прикладної соціології «Соціоплюс» та на рівні оцінювання ОП, що проводиться кафедрою безпосередньо (<http://marketing.kpi.ua/studentam/opituvannya-studentiv.html>) та є в цілому позитивними.

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

Викладач в процесі формування програми дисципліни має повний комплекс академічної свободи. Так, Положення про організацію освітнього процесу (<https://osvita.kpi.ua/node/39>) регламентує лише кількість годин та кредитів, а форми та методи навчання, змістовне наповнення дисципліни залишається за викладачем в рамках досягнення програмних результатів навчання.

Викладач самостійно розробляє методичні матеріали, обирає види та формат завдань різного ступеню складності, формує структуру та критерії рейтингової системи оцінювання (PCO), розподіл між індивідуальною формою виконання та роботою в міні групах в залежності від цілей та завдань навчальної дисципліни. кожен викладач кафедри має можливість прийняти участь у процесі розвитку освітніх компонентів програми.

Особлива увага приділяється академічній свободі здобувача (Положення про організацію освітнього процесу (розділ 3, зокрема пп.3.15-3.23)). Зокрема, можливість обирати вибіркові освітні компоненти, можливість набирати рейтингові бали у відповідності до індивідуальних інтересів здобувача; обирати тематику індивідуальних завдань, можливість обирати команду для виконання кейсових завдань, обирати напрям та тему дослідження в рамках підготовки магістерської дисертації. Важливим є можливість студентів обирати індивідуальні позааудиторні види занять - участь у науково-практичних семінарах ("Бізнесові студії", "Школа СММ", тощо), індивідуальні консультації з викладачем, та використовувати можливості академічної мобільності.

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

Інформація щодо цілей, змісту, очікуваних результатів навчання та професорсько-викладацького складу кафедри розміщена на сайті кафедри "Інформація для вступників" і є доступною до початку вступної кампанії. Зміст освітніх програм, навчальні плани представлені на сайті кафедри (<http://marketing.kpi.ua/perelik-dystsyplin-dlia-mahistriv.html>), що дозволяє ознайомитися до початку навчального року. Силабуси дисциплін, що містять детальну інформацію стосовно цілей та структури кожного кредитного модуля, критеріїв оцінювання та очікуваних результатів навчання, також знаходяться у відкритому доступі (<http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/distsiplini-kafedri.html>). Крім того, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу на початку семестра викладач ознайомлює студентів з додатковою інформацією стосовно вивчення дисципліни, у т.ч. ще раз доводить зміст PCO. Навчально-методичні матеріали для вивчення дисциплін розміщені в системі електронного кампусу інституту, та платформі дистанційного навчання Sikorsky <https://www.sikorsky-distance.org/> (платформи Moodle та Google Classroom). Додаткова інформація для студентів - доступ до бібліотечного фонду та періодичних видань <https://www.library.kpi.ua/>; доступ до архіву наукових і освітніх матеріалів КПІ <https://ela.kpi.ua/>; інформація стосовно розкладу занять - <http://rozklad.kpi.ua/>. та на сайті кафедри <http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/elektronni-resursi-dlya-navchannya.html>

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

Дослідження викладачів та здобувачів - невід'ємна частина освітнього процесу в рамках ОП. Перш за все, здобувачі вивчають методологію наукового дослідження в межах дисципліни "Наукові дослідження в економіці". Курсова робота з дисципліни "Стратегічний маркетинг" та сама магістерська дисертація вирішують проблемні професійні завдання інноваційного і дослідницького характеру і виконуються на базі конкретних підприємств в рамках ініціативних тем кафедри: "Маркетингова інноваційна політика промислових підприємств" (0110U007960), "Маркетинг послуг на промисловому ринку" (0110U007961), "Управління маркетинговою діяльністю на виробничо-промислових підприємствах України" (0110U007962), "Маркетинг науково-технічної продукції підприємств машинобудівного, паливно-енергетично, нафтохімічного комплексів та підприємств поліграфії на промисловому ринку" (0113U006454), "Стратегічне маркетингове управління підприємствами в умовах турбулентного середовища" (0113U006455), "Маркетинг стартап-проектів" (0117U004911). Більшість робіт супроводжується актами впровадження практичну діяльність підприємства, апробуються шляхом публікації тез, статей у фахових виданнях - Економічний вісник НТУУ "КПІ" та Актуальні проблеми економіки та управління, та виступами на конференціях, зокрема Щорічній міжнародній конференції студентів та аспірантів В2В маркетинг. Започаткування SMM школа та спільної програми з компанією L`Oreal Співпраця з компаніями дозволило здобувачам реалізувати свої компетенції в рамках виконання прикладних дослідницьких проектів на основі брифів (технічних завдань) представників українського бізнесу із наступною презентацією їм результатів роботи та отриманням зворотнього зв'язку. Також здобувачі приймають активну участь в міжнародних дослідницьких проектах кафедри, зокрема ERASMUS+ в

рамках гранту Jean Monnet, 7 Рамкова програма ЄС, HORIZON 2020 Міжнародна наукова діяльність. Науково-дослідницька діяльність викладачів кафедри є однією з основних складових навчального процесу. За останні 10 років на кафедрі було захищено близько двох десятків дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. У навчально-методичну діяльність згідно ОПП другого рівня вищої освіти «Промисловий маркетинг» було впроваджено отримані за останні 5 років результати наукових розробок викладені в дисертації к.е.н. Царьової Т.О. (науковий керівник к.е.н., проф. Зозульов О.В.) «Маркетинговий підхід до проведення технологічного аудиту машинобудівних технологій в науково-дослідних організаціях» під час викладання дисципліни «Поведінка споживачів на промисловому ринку», а розроблені в дисертації к.е.н. Гнітецького Є.В. (науковий керівник д. ф.-м. н., проф. Солнцев С.О.) «Маркетинговий аспект інноваційної діяльності машинобудівних підприємств технопарку» пропозиції і методичні рекомендації впроваджено у навчальний процес викладання курсу «Стратегічний маркетинг».

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

Оновлення змісту освітніх компонентів навчальної програми відбувається на регулярній основі у відповідності до Положення про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/39>). Так, група із забезпечення спеціальності, на основі рекомендацій Консультативної ради з розвитку спеціальності <http://marketing.kpi.ua/pro-kafedru/konsultativna-rada-z-rozvitku-spetsialnosti.html>, інших стейкхолдерів, в тому числі - здобувачів вищої освіти, працює над постійним удосконаленням ОП та її освітніх компонентів, що відображено у протоколах засідання кафедри. Наприклад, результати дисертаційних досліджень співробітників кафедри та міжнародні проекти дозволили створити нові авторські курси в рамках нормативних та вибіркових дисциплін - Поведінка споживачів на промисловому ринку (дисертація к.е.н Царьової Т.О.), Євромаркетинг на основі стандартів ЄС (міжнародні проекти д.е.н. Шульгіної Л.М.). Крім того, за ініціативи викладача дисципліни кожного року оновлюється робоча програма дисципліни, її силлабус та можуть оновлюватись освітні компоненти - структура дисципліни, її зміст, зміст практичних та семінарських занять та завдання до них, система рейтингового оцінювання, методичні рекомендації та навчальні посібники до вивчення дисципліни. Зокрема, науково-дослідні розробки к.е.н Кубишиної Н.С. та Язвінської Н.В. дозволили впровадити нові освітні компоненти в авторський курс «Інноваційний маркетинг на промисловому ринку». Зміни відбуваються до початку навчального року, затверджуються протоколом засідання кафедри та розміщуються в системі електронного кампусу (<https://ecampus.kpi.ua/>). Крім викладача ініціатором змін можуть виступати гаранті ОП, Консультативна рада з розвитку спеціальності, інші кафедри, що залучені до забезпечення навчального процесу. Протягом семестру викладач також може оновлювати наповнення деяких освітніх компонентів, зокрема - нові приклади та актуальні дослідження, нові кейси, тощо в рамках затвердженої перед початком навчального року програми дисципліни. Наприклад, відвідування професійних міжнародних та українських конференцій (Digital Marketing world forum - листопад 2020 та Adsider LIVE / Digital Marketing Boost, жовтень 2020) дозволили к.е.н. Писаренко Н.Л. створити нові приклади та кейси для вивчення дисципліни «Діджитал стратегії». Такі зміни доступні через постійний доступ студентів та викладачів до системи електронного кампусу та на платформі дистанційного навчання Сікорський.

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

В університеті діє Положення про академічну мобільність та діє Центр міжнародної освіти, що дозволяє інтернаціоналізувати освітній процес. На кафедрі проводиться міжнародне стажування викладачів (проф. С. Солнцев, проф. Л. Шульгіна, доц. Н. Писаренко, доц. Н. Юдіна і ін.), проводяться наукові дослідження спільно з ученими університетів-партнерів. Результати досліджень опубліковані у співавторстві із зарубіжними вченими та впроваджені у навчальний процес. Науковці кафедри виконували проекти: Горизонт 2020: Проект - UKRAINE "Ukraine Replication, Awareness and Innovation based on EGNSS", CALL GALILEO-3-2014; Грантова Угода Європейської Комісії №225546 SSH-CE-2008-225546-FRIDA; Жан Моне Модуль "Європейські бізнес-моделі: трансформація, гармонізація та впровадження в Україні" №587138-EPP-1-2017-1-EPP-JMO-MODULE. Аспіранти, викладачі та студенти регулярно залучаються до таких заходів, презентують наукові доповіді на міжнародних конференціях. Результати знайшли відображення також у впровадження в низці дисциплін (Протокол №10 від 22.04.2020).

Студенти освітніх програм кафедри популярним є навчання за програмами академічної мобільності, а саме: Еразмус+, індивідуальними програмами, а також у рамках співробітництва між закладами: М. Солнцев і Л. Мулик - Єнський університет Ф. Шиллера, Німеччина; А. Курява - Університет Хауме, Іспанія; К. Кучмій - Університет М. Коперника, Торунь, Польща; І. Шевчук - Вища Банківська Школа у Вроцлаві, Польща (http://fmm.kpi.ua/ua/zviti_z_za_rokami)

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?

Здійснюється проведення вхідного, поточного, рубіжного, підсумкового контролю, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу <https://osvita.kpi.ua/node/39>, Положення про поточний, календарний та семестровий контроль: <https://osvita.kpi.ua/node/32>.

Форми контролю: в ОП, навчальному і робочому плані, силабусах дисциплін <https://ecampus.kpi.ua/home>, <https://ela.kpi.ua>, індивідуальних навчальних планах студентів, а також: <https://kpi.ua/regulations-8-5>,

<https://kpi.ua/regulations-8-6>, https://kpi.ua/document_control, <https://kpi.ua/diplom>,
<http://marketing.kpi.ua/studentam/rektorskij-kontrol.html> .

Оцінювання ПРН: на основі РСО (<https://kpi.ua/regulations-8-6> , <https://osvita.kpi.ua/node/37>) з розбиттям на рівні <https://kpi.ua/regulations-8-6>.

Форми та критерії оцінювання ПРН розробляються для кожної дисципліни та викладено в робочих програмах (силабусах) згідно <https://kpi.ua/regulations-5-4> і затверджуються протоколами засідання кафедри та методичної комісії ФММ.

Вхідний контроль знань проводиться НПП на початкових заняттях, забезпечує перевірку готовності до навчання та засвоєння ПРН попередніх дисциплін. Вхідний ректорський контроль здійснює перевірку якості залишкових знань для студентів 1 курсу: <https://kpi.ua/regulations-8-5> .

Поточний контроль перевіряє рівень досягнення ПРН і відбувається у формі: усних опитувань, доповідей, письмового експрес-контролю, тестування, виконання розрахункових та аналітичних завдань, кейсів – перевіряється компетенція аналізувати інформацію, розраховувати показники для обґрунтування рішень; розв'язання задач – прийняття обґрунтованих рішень, комп'ютерних практикумів – використання ІТ у сфері професійної діяльності; доповіді/захисту реферату, розрахункової роботи – здатність до проведення досліджень, узагальнення матеріалів, аналізу.

Атестація студентів (рубіжний контроль) - на основі РСО, оцінюються ПРН з позиції цілісного бачення результатів завершеної частини дисципліни.

Підсумковий семестровий контроль у формі екзаменів (усних, письмових, комбінованих), заліків, заліків для КР дає змогу наскрізно оцінити ПНР. Перевірка ПРН за курсовими роботами перед комісією дозволяє виявити здатності застосовувати методи аналізу, приймати рішення та володіння матеріалом: <https://osvita.kpi.ua/node/37> , <https://kpi.ua/regulations-7-2> . Контроль ПРН з переддипломної практики у формі заліку з захистом підготовленого звіту перед комісією: <https://osvita.kpi.ua/node/13>, https://kpi.ua/practical_training_period, <http://marketing.kpi.ua/studentam/practica.html>. Оцінювання дипломної роботи (якість її виконання та якість її публічного захисту): <https://osvita.kpi.ua/node/35> , <https://kpi.ua/diplom>, згідно з критеріями оцінювання, розробленими випусковою кафедрою: http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/MD_2018.pdf
Ректорський контроль перевіряє рівень засвоєних та збережених знань: <https://kpi.ua/monitoring-law>, <http://marketing.kpi.ua/studentam/rektorskij-kontrol.html>.

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

Забезпечується виконанням: Положення про організацію освітнього процесу <https://osvita.kpi.ua/node/39>, Положення про систему оцінювання результатів навчання <https://osvita.kpi.ua/node/37>, Положення про поточний, календарний та семестровий контроль <https://osvita.kpi.ua/node/32>, Розпорядження 5-22 http://marketing.kpi.ua/files/про_кафедру/5-22.pdf. Силабуси дисциплін знаходяться у відкритому доступі на сайті кафедри та містять повну інформацію щодо форм контрольних заходів, критеріїв оцінювання, РСО. Додатково НПП повідомляє на першому занятті РСО, критерії оцінювання, форми та терміни контролю, індивідуальні завдання та самостійну роботу, перелік питань на іспит; Положення про індивідуальний навчальний план студента https://osvita.kpi.ua/sites/default/files/downloads/Pol_pro_INPS.pdf - повідомляють куратори груп під час формування ІНП. З питань ректорського контролю та контролю якості залишкових знань повідомляють куратори, відповідальний за ректорський контроль кафедри: <http://marketing.kpi.ua/studentam/rektorskij-kontrol.html> та в Telegram- каналах: <https://kpi.ua/ru/node/2995>. З питань переддипломної практики - керівники практики (викладено у методичних рекомендаціях: <https://ecampus.kpi.ua/home> , <http://marketing.kpi.ua/studentam/practica.html>); з випускної атестації - роз'яснюють куратори, керівники дипломних робіт, викладено у методичних рекомендаціях <https://kpi.ua/diplom> та на сайті кафедри: http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/MD_2018.pdf

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

Графік навчального процесу розміщено на сайті університету: <https://kpi.ua/year> , розклад занять з'являється перед початком семестру та наявний протягом семестру: <http://rozklad.kpi.ua>. Форми та порядок інформування щодо контрольних заходів прописані у Положенні про організацію освітнього процесу , Положенні про поточний, календарний та семестровий контроль, методичному забезпеченні навчальних дисциплін <https://ecampus.kpi.ua/home>, навчальному плані та у силабусах на сайті кафедри; терміни - в Telegram-каналах: <https://kpi.ua/ru/node/2995>, (t.me/MarketingKPI), повідомляються кураторами на початку навчального року/семестру, під час формування індивідуального плану студента: <https://kpi.ua/node/328>. Критерії оцінювання розкриті у силабусах, в Електронному кампусі; перелік екзаменаційних питань – в «Електронному кампусі». РСО повідомляється НПП на першому занятті (<http://tnr.kpi.ua/images/news/5-22.pdf>), інформація щодо підсумкового контролю повторюється за місяць до його проведення, перед екзаменом проводиться консультація. Інформація у навчальних планах: <http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/navchalnyi-plan.html>. Графік проведення екзаменаційної сесії (<http://rozklad.kpi.ua>) не пізніше ніж за місяць до початку сесії. Результати поточного та рубіжного контролю відображаються в електронному журналі: <https://ecampus.kpi.ua>. На сайті кафедри <http://marketing.kpi.ua/> розміщується інформація щодо атестації, ректорського контролю, оцінювання переддипломної практики тощо.

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

Атестація здобувачів здійснюється у формі публічного захисту магістерської дисертації, що відповідає Стандарту

вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» і завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня магістра з присвоєнням кваліфікації «магістр маркетингу». Дисертація передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання в сфері сучасного маркетингу. Порядок написання та захисту магістерської роботи регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (https://document.kpi.ua/files/2020_7-124.pdf); Положенням про екзаменаційну комісію та атестацію здобувачів (<http://osvita.kpi.ua/index.php/node/35>), а також висвітлений у посібнику «Магістерська дисертація з маркетингу» (<http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/metod-matirial.html>). Кваліфікаційна робота не може містити академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Відповідно до Положення про систему запобігання академічному плагіату (<http://osvita.kpi.ua/index.php/node/47>) всі магістерські дисертації обов'язково проходять перевірку на академічний плагіат в системі «Unicheck». Після захисту кваліфікаційна робота оприлюднюється в Електронному архіві наукових та освітніх матеріалів університету (<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/21904>) та на сайті кафедри (<http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/atestatsijni-roboti/14-general/articles/students/115-atestatsiia-4-kursu-5.html>).

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

Процедуру проведення контрольних заходів регулюють положення та документи, розміщені на сайтах КПІ ім. Ігоря Сікорського та кафедри: 1) Положення про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (https://document.kpi.ua/files/2020_7-124.pdf), зокрема: п. 5 Оцінювання та визнання результатів навчання. 2) Положення про поточний, календарний та семестровий контроль: <https://osvita.kpi.ua/node/32>, в якому висвітлені загальні положення, положення щодо проміжної атестації студентів, семестрового контролю та особливостей їх проведення в онлайн режимі; 3) Положення про екзаменаційну комісію та атестацію здобувачів у КПІ ім. Ігоря Сікорського: <https://osvita.kpi.ua/node/35>; 4) Положення про рейтингову систему оцінювання результатів навчання студентів: <https://kpi.ua/ru/regulations-RSO>; 5) Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>); 6) Навчальні плани: <http://marketing.kpi.ua/perelik-dystsyplin-dlia-mahistriv.html>; 7) Графік навчального процесу: <https://kpi.ua/calendar>. Для зручності студентів означені документи продубльовані на сайті кафедри: <http://marketing.kpi.ua/studentam/ofitsijni-dokumenty.html>.

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

Забезпечуються на основі Положення про організацію освітнього процесу (<https://osvita.kpi.ua/node/39>) та Положення про поточний, календарний та семестровий контроль (<https://osvita.kpi.ua/node/32>). Під час контрольних заходів НПП повинен мати у т.ч. перелік матеріалів, користування якими дозволено студенту (за їх використання або порушення правил розпорядку/морально-етичних норм, викладач має право усунути студента від складання, подати службу на ім'я декана), його рейтинг-лист семестрової успішності; критерії оцінювання. Екзаменатор на основі РСО оголошує оцінку одразу після опитування (усний), не пізніше наступного дня (письмовий). Відмова студента від відповіді на екзаменаційний білет оцінюється як незадовільна. У випадках виникнення конфлікту, за заявою студента або викладача, декан факультету створює комісію для проведення екзамену/заліку, до якої можуть входити представники профспілкового комітету студентів та студентської ради. Для підвищення позитивної оцінки відбувається складання екзамену з дозволу декана факультету та за погодженням з завідувачем кафедри, яка забезпечує викладання дисципліни. Врегулювання конфлікту інтересів спирається на Кодекс честі: <https://kpi.ua/files/honorcode.pdf>.

Якість роботи НПП оцінюється на основі опитування студентів в «Електронному кампусі»: <https://ecampus.kpi.ua>. Відповіді студентів є конфіденційними.

Випадків порушення прав здобувачів, порядку проведення процедур та, як наслідок, врегулювання конфлікту інтересів за ОП не було.

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

Процедура повторного проходження студентом контрольних заходів визначена у Положенні про поточний, календарний та семестровий контроль: <https://osvita.kpi.ua/node/32> (зокрема, розділ 8) та Положенні про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (https://document.kpi.ua/files/2020_7-124.pdf). Наявні академічні заборгованості студенти мають ліквідувати протягом тижня після закінчення екзаменаційної сесії - в додаткову сесію. Неявка студента без поважної причини або його усунення з екзамену чи заліку визначається як заборгованість <https://osvita.kpi.ua/node/32>. Допускається не більше двох повторних складань екзаменів та заліків за кожною дисципліною. Друге перескладання екзамену чи заліку, оцінка якого є остаточною, приймає комісія, створена завідувачем кафедри.

Для підвищення позитивної оцінки з певного кредитного модуля (за винятком захисту курсових робіт і практик) допускається перескладання екзамену або заліку, але не раніше ніж у наступному семестрі, і не більше, ніж з трьох кредитних модулів. Це відбувається з дозволу декана на підставі заяви студента за погодженням з завідувачем кафедри, яка забезпечує викладання кредитного модулю. Перескладання проводить комісія у складі двох НПП. Інформація щодо прикладів проходження контрольних заходів в додаткову сесію зберігається в деканаті.

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

Права студента університету на оскарження дій органів управління університету та їх посадових осіб, НПП

визначаються п 5.10 Положення про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського https://document.kpi.ua/files/2020_7-124.pdf. Також, відповідно до Положення про випускні атестацію (<https://osvita.kpi.ua/node/35>) студент має право звертатися (в усній або письмовій формі) до голови ЕК, керівництва факультету, університету та МОН зі скаргами або апеляціями щодо порушення його прав. За виникнення конфліктної ситуації під час проведення контрольних заходів, на основі мотивованої заяви студента чи викладача, декан факультету створює комісію для проведення екзамену (заліку). До складу комісії входять: завідувач кафедри (провідний науково-педагогічний працівник), викладачі відповідної кафедри, представники деканату, студентської ради та профспілкового комітету студентів інституту/факультету. Випадків порушення прав та, як наслідок, оскарження результатів контрольних заходів за ОП не було.

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

Формування та розвиток культури академічної доброчесності є одним із пріоритетів КПІ ім. Ігоря Сікорського. Політику, стандарти і процедури дотримання визначають: 1) Кодекс честі КПІ ім. Ігоря Сікорського <https://kpi.ua/files/honorcode.pdf>; 2) Положення про систему запобігання академічному плагіату https://osvita.kpi.ua/sites/default/files/downloads/Pologen_pro_plagiat.pdf; 3) Положення про Комісію з питань етики та академічної чесності КПІ ім. Ігоря Сікорського https://data.kpi.ua/2015_1-140; 4) Нормативно-правові та регламентуючі документи з розвитку культури академічної доброчесності та запобігання плагіату в КПІ ім. Ігоря Сікорського <https://kpi.ua/academic-integrity>; 5) Положення про вирішення конфліктних ситуацій http://osvita.kpi.ua/sites/default/files/files/Проект_положення_вирішення_конфліктів.pdf. Усі академічні тексти підлягають перевірці на плагіат та розміщуються у електронному архіві наукових та освітніх матеріалів: <https://ela.kpi.ua/> у відкритому доступі. Студентські роботи містять підпис автора на титульній сторінці, про те, що у роботі «немає запозичень та праць інших авторів без відповідних посилань», та проходять перевірку на плагіат з використанням програми Unicheck. На кафедрі створена комісія із перевірки на плагіат (протокол №6 від 03.12.2019).

Матеріали щодо також представлені на сайті кафедри: <http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/akademichna-dobrochesnist.html>

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

В якості інструментів протидії порушенням академічної доброчесності застосовується перевірка академічних текстів на наявність текстових збігів та ознак академічного шахрайства з використанням Сервісу перевірки на плагіат «Unicheck» <https://unicheck.com/uk-ua> на основі Договору про співпрацю з компанією Unicheck № 32 від 08.11.2017. Система «Unicheck» здійснює технічну перевірку, виявляє та відображає текстові збіги та ознаки академічного шахрайства, що допомагає експертам зробити висновок щодо наявності/відсутності плагіату в наданій роботі. Загальні положення з перевірки академічних текстів на плагіат представлені на сайті кафедри: <http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/akademichna-dobrochesnist.html> та у вигляді презентації за посиланням: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/27452/1/unichek_kpi.pdf, відповідно загальна схема перевірки складається з таких етапів: 1) передача автором остаточного варіанту академічного тексту для перевірки на плагіат; 2) завантаження електронного варіанту академічного тексту в систему «Unicheck»; 3) перевірка академічного тексту за базами внутрішньої бібліотеки системи, електронного архіву наукових та освітніх матеріалів КПІ ім. Ігоря Сікорського: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/24917/3/Tymoshenko_ELAKPI.pdf, відкритими інтернет-джерелами та генерування звіту подібності системою «Unicheck»; 4) аналіз звіту подібності та прийняття експертного рішення щодо наявності/відсутності плагіату в роботі.

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

Популяризація академічної доброчесності в КПІ ім. Ігоря Сікорського здійснюється проведенням ряду заходів: 1) комплексом інформування студентів та НПП про необхідність дотримання Кодексу честі, академічної етики та про підвищення відповідальності за дотримання правил цитування та посилання; 2) впровадженням курсу відкритих лекцій для студентів і викладачів «Академічна доброчесність: правила гри чи справа честі»: <https://diem.studway.com.ua/d/prospekt-peremogi-37-kurs-vidkritikh-lek>, 3) створення та розповсюдження рекомендацій щодо належного оформлення посилань; 4) організації та проведенні заходів з популяризації основ інформаційної культури та академічної доброчесності; 5) розміщенням та популяризацією розміщених на сайті КПІ ім. Ігоря Сікорського інформаційних матеріалів з академічної доброчесності: <https://kpi.ua/taxonomy/term/1783>, https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/23076/1/Akademichna_dobrochesnist.pdf; 6) проведенням кураторами навчальних груп та керівниками робіт інформаційної кампанії серед студентів; 7) розміщенням матеріалів з академічної доброчесності та роз'ясненні щодо плагіату в дипломних роботах на сайті кафедри: <http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/akademichna-dobrochesnist.html>. На сайт кафедри також розміщені пам'ятка для студентів з запобігання академічного плагіату, а також пам'ятка для викладачів по роботі з системою Unicheck.

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

Відповідно Кодексу честі КПІ ім. Ігоря Сікорського: <https://kpi.ua/files/honorcode.pdf> порушення академічної доброчесності не лише паплюжить репутацію університету, а й зменшує цінність освітніх та наукових ступенів, що здобуваються в університеті. З метою моніторингу дотримання членами університетської громади моральних та правових норм Кодексу створюється Комісія з питань етики та академічної чесності, яка наділяється правом одержувати і розглядати заяви щодо порушення Кодексу честі та надавати пропозиції адміністрації університету

(факультетів та інститутів) щодо накладання відповідних санкцій. Член спільноти, який став свідком або має серйозну причину вважати, що стався факт порушення цього Кодексу, повинен повідомити про це Комісію. Студент, викладач, дослідник, керівник несуть відповідальність за дотримання академічної чесності в освітній, викладацькій та науковій діяльності і у разі її порушення – відповідальність відповідно до чинного законодавства. На ОП проводиться інформування здобувачів щодо академічної доброчесності, випадків її порушення зафіксовано не було.

6. Людські ресурси

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

Конкурсний добір викладачів, задіяних на ОП, відбувається відповідно Наказ № 7-173а від 29.09.2020 про затвердження порядку проведення конкурсного відбору (https://document.kpi.ua/2020_7-173a), оголошення про проведення конкурсу вивіщується на сайті університету (<https://kpi.ua/jobs>) та публікується у газеті “Київський політехнік” (<https://kpi.ua/kp>). Конкурсний добір спочатку проводиться експертно-кваліфікаційною комісією (ЕКК): на посади професора та завідувача кафедри – ЕКК університету; на посади доцента, старшого викладача, асистента – ЕКК факультету. Встановлюється відповідність претендентів кваліфікаційним вимогам, визначених у Положенні. У разі їх відповідності відбувається попереднє обговорення кафедрою. Заслуховується звіт за попередні роки, показники діяльності. Аналізується відповідність дипломів, атестатів, публікацій кандидата профілю ОП, дисциплінам, які буде він викладати. Особлива увага надається публікацій, в т.ч. у виданнях, що належать до науково-метричних баз даних SCOPUS, Web of Science тощо, наявність профільних до ОП монографій, підручників, посібників, інших навчально-методичних розробок. Аналізується відповідність п. 30 Ліцензійних умов. Проводиться голосування. Висновок кафедри передається до ЕКК. Далі на співбесіді ЕКК в присутності претендента розглядаються подані документи, висновок кафедри та надає рекомендації ректору щодо обрання на посаду. Таким чином, забезпечується необхідний рівень професіоналізму викладачів на ОП.

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

Роботодавці залучені до організації та реалізації освітнього процесу через (протокол №1 від 30.08.2016, протокол №2 від 31.08.2020): 1) викладання дисциплін (доц. Стадніченко, доц. Писаренко); 2) участь у формуванні тематики та присутність на захисті магістерських дисертацій; 3) проведенні бізнесових-студій (<http://marketing.kpi.ua/naukova-diialnist/biznes-studiji.html>) та SMM-школи (<http://marketing.kpi.ua/naukova-diialnist/smm-shkola.html>); 4) проведені майстр-класів на конференції кафедри; 5) формуванні тематики та участі у журі кейс-змагання; 6) рецензування ОП (надані рецензії: ГО "Українська асоціація маркетингу", Лілік І.В., к.е.н, доцент, Президент Асоціації; Інститут електрозварювання ім. Є.О. Патона, Мазур А.А., к.е.н., зав. відділу економічних досліджень, Заслужений економіст України, Лауреат Державної премії в галузі науки та техніки.; Ліга “Закон” - директор з маркетингу І. Холод; Рекрутингова компанія "GRC.UA" - керівник з маркетингу Пилипенко В.; 6) через акти впровадження на магістерські дисертації (ТОВ Ресурс Холдинг, ТОВ Наукове-виробниче підприємство Вебер компанія, Ergo Place, ТОВ Сфера-Техно.ТОВ “АНК” тощо); 7) проходження студентами переддипломної практики (бази - компанія L’oreal Україна, ТОВ «Інвестком», НВП «Вебер», підприємство «Сфера-Техно», компанія «Ergo Place», ТОВ «АСНільсен Юкрейн», ТОВ «ЛАБА», ТОВ «Ресурс Холдинг» СК «АСКА»,ТОВ «Нова пошта» тощо); 8) ярмарок вакансій, в якому приймають участь роботодавці.

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

Професіонали-практики, експерти галузі, представники роботодавців залучаються до аудиторних занять : на постійній основі: - к.е.н. доцент Стадніченко В.В. – директор компанії“ Ergo Place; к.е.н., доц. Писаренко Н.Л - ментор Української соціальної академії (<https://social-academy.com.ua/startups/se-inclusion/>); як запрошені фахівці: до проведення факультативних занять (бізнес-студії тощо) та читання окремих тем лекцій (наприклад, з діджитал-маркетингу, Андрій Безгубенко). Кафедра працює з діючими практиками, з професійними менеджерами, бізнесменами та економістами. Студенти мали змогу послухати та поспілкуватись з провідними маркетинговими директорами України. (директор з маркетингу компанії Альфа Страхування, випускницею факультету менеджменту та маркетингу Оленою Гончаренко, директор з маркетингу компанії ЛІГА:ЗАКОН Іриною Холод, директор з маркетингу мережі супермаркетів Сільпо Дмитро Циганков, директор департаменту розробки та управління продуктами компанії «Нова пошта» Денис Козлов, генеральний директор компанії Юг-контракт Микола Фаброта, бренд-менеджерами компанії. Студенти охоче відвідують подібні заняття. Інформація про це представлена на сайті кафедри. Певними проблемами залучення професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців до аудиторних занять є відсутність механізму оплати їхнього аудиторного навантаження, їх значна професійна завантаженість.

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

В університеті функціонує Навчально-методичний комплекс «Інститут післядипломної освіти» (<http://ipo.kpi.ua/>), що забезпечує безкоштовне навчання з одинадцяти програм, включаючи з англійської мови (рівень B1-B2). В КПІ

діє найбільша в Україні університетська бібліотека з безкоштовним доступом до фондів та міжнародних наукометричних баз. На базі бібліотеки працює низка міжнародних центрів, освітні центри, регулярно проводяться семінари та майстер-класи для викладачів.

Університет підтримує підвищення кваліфікації поза межами КПІ. Так, викладачі кафедри за останні п'ять років підвищували кваліфікацію в: ВГО "Українська асоціація маркетингу, ПЗВО «Міжнародний університет фінансів», Викладачі кафедри проходять стажування і за кордоном: Міжнародний інститут бізнесу, програма Чартерного інституту маркетингу (Chartered Institute Of Marketing) (США) та Emeritus Institute of Management (Сінгапур). З метою постійного моніторингу та удосконалення освітнього процесу дія система внутрішнього забезпечення якості освіти, встановлена у КПІ. Для підвищення фаховості викладачів на факультеті регулярно проводяться 9 науково-практичних конференцій, семінари, круглі столи, бізнесові студії, тренінги. Існує фаховий науковий журнал «Економічний вісник НТУУ "КПІ"» (безкоштовні публікації). Контроль за рівнем наукової та професійної активності викладачів відбувається за допомогою щорічного внутрішнього рейтингування.

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

В університеті діє Положення про підвищення кваліфікації викладачів (https://document.kpi.ua/files/2020_7-134.pdf). Підвищення кваліфікації (стажування) один раз на п'ять років є обов'язковою вимогою для участі у конкурсі (https://document.kpi.ua/2020_7-173a, додаток 6). В КПІ проводиться щорічне внутрішнє рейтингування, показники якого впливають на обрання на посаду.

В КПІ, згідно законодавства України, сплачуються надбавки до посадового окладу за наукові ступені, вчені звання та стаж роботи. Стимулювання науково-дослідної діяльності та методичної роботи викладачів університету підтримується щорічними конкурсами: «Викладач-дослідник», «Молодий викладач-дослідник» (вік до 35 років включно); «Кращий посібник/підручник/монографія». На основі рішення Вченої ради переможцям конкурсу видається Диплом та встановлюється надбавка до заробітної плати терміном на один рік: <https://kpi.ua/index.php/norma>.

Університет підтримує нематеріальне заохочення викладачів за досягнення у фаховій сфері через нагородження грамотами, подяками. Також за результатами щорічного внутрішнього рейтингування визначаються кращі НПП за посадами, яким оголошується подяка Вченої ради університету.

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?

Освітня діяльність за ОП забезпечується фінансовими ресурсами (<https://kpi.ua/estimate>) та найбільшою в Україні матеріально-технічною базою університету, що забезпечує досягнення визначених ОП цілей та ПРН. Університет має розвинуту інфраструктуру (<https://kpi.ua/location>): навчальні корпуси, найбільшу в Україні університетську бібліотеку, комп'ютерні класи, спортивний комплекс, гуртожитки тощо. Бібліотечний фонд становить понад 2582999 книжкових паперових примірників, 48069 електронних ресурсів та внутрішній репозитарій, обладнана комп'ютерами з безкоштовним виходом в Інтернет, Wi-Fi. Під час сесій бібліотека працює цілодобово. Освітній процес відбувається на базі інформаційно-телекомунікаційного середовища «Електронний Кампус» <https://esampus.kpi.ua>, що централізує оперативну комунікацію між студентами, викладачами, університетським співтовариством, для кожної дисципліни є доступ до навчально-методичного забезпечення, стану освітнього процесу (поточний і семестровий контроль, атестації, опитування студентів з оцінки якості викладання). Кампус тісно інтегрований із платформою дистанційного навчання «Сікорський» <https://www.sikorsky-distance.org/>, сайтами всіх підрозділів, електронним розкладом <http://rozklad.kpi.ua>. Кафедра промислового маркетингу має також власну навчальну лабораторію з 15 сучасними комп'ютерами з виходом в Інтернет, Wi-Fi з вільним доступом, мультимедійним обладнанням, що дає студентам змогу проводити презентації досліджень, захисти.

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?

Університет забезпечує вільний доступ студентів до інфраструктури та інформаційних освітніх ресурсів. На території університету діє вільний доступ до Wi-Fi. Користування для студентів та викладачів Бібліотекою ім. Денисенко (<https://www.library.kpi.ua>), його бібліотечним фондом, доступ до наукометричних баз даних є безкоштовним. На базі бібліотеки створено електронний архів ELAKPI (<https://ela.kpi.ua>) з безкоштовним доступом та обов'язковим розміщенням всіх навчальних та наукових матеріалів. Функціонує унікальне освітнє середовище «Електронний Кампус» (<https://esampus.kpi.ua>) для роботи студентів та викладачів, що охоплює всі необхідні навчальні, організаційно-правові та інформаційні аспекти. Для роботи в умовах карантину крім Кампусу створено Платформу дистанційного навчання «Сікорський», що базується на спеціалізованому веб-середовищі Moodle та G Suite for Education. Діють органи студентського самоврядування, Центр розвитку кар'єри, Студентська соціальна служба, Наукове товариство студентів та аспірантів, Відкритий простір для спільної студентської наукової творчості «Белка». Для гармонійного та здорового розвитку діють Центр культури та мистецтв, Арт-вежа, спорткомплекс та майданчики, комплекс харчування, бази відпочинку. В університеті підтримується активне спілкування зі студентами через телеграм-канали університету, факультету та кафедри, веб-сторінки кафедри та у Facebook. На кафедрі промислового маркетингу є наукові гуртки, проводяться наукові конференції тощо.

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

Згідно Стратегії розвитку університету на 2020-2025 рр. <https://kpi.ua/2020-2025-strategy>, постійно діє комплекс заходів, який охоплює забезпечення комфортних умов для здоров'я, навчання, проживання та дозвілля здобувачів ОП на території КПІ та у Студмістечку <https://studmisto.kpi.ua>. На території студмістечка компактно розташовані гуртожитки, спортивні майданчики, кав'ярня, пральня, хімчистка, студентські дискотеки, декілька продуктових магазинів, аптека, відділення поліції та служба безпеки університету. Медичну допомогу здобувачам надає студентська поліклініка <https://kpi.ua/d-9>. Є Центр фізичного виховання і спорту, Центр студентського харчування, для усіх бажаючих студентів організований щорічний відпочинок на базах КПІ <https://relax.kpi.ua>. Профілактику психологічних проблем та психологічну допомогу студентам надає Студентська соціальна служба <http://sss.kpi.ua>. Безпека освітнього середовища на території університету підтримується відділом охорони праці https://kpi.ua/web_or, департаментом господарської роботи <https://kpi.ua/node/6845>, департаментом безпеки https://kpi.ua/security_department, що також забезпечує відео-спостереження, проводить спільне патрулювання території університету з поліцією та Національною гвардією. Безпека інформаційно-телекомунікаційного освітнього середовища забезпечується Конструкторським бюро інформаційних систем <http://kbis.kpi.ua>, університет також співпрацює з підрозділами кіберполіції.

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

Механізми освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки є різними. Важливою ланкою є внутрішня мережа «Електронний Кампус» (<https://ecampus.kpi.ua>), що централізує організаційні, інформаційні, консультативні та освітні функції завдяки комунікаціям «викладач-студент» (сервіс «Повідомлення»), організації планування занять (сервіс «Поточний контроль» тощо), проведення атестацій (сервіс «Атестація»), семестрового контролю (сервіс «Сесія»), посилань на навчально-методичне забезпечення з кожної дисципліни, офіційні документи, реалізації оцінювання рівня задоволеності здобувачів кожним викладачем за низкою оціночних критеріїв (сервіс «Опитування»), т.ін. У цей процес інтегровані офіційні сайти університету (<https://kpi.ua>), факультету (<http://fmm.kpi.ua>) та кафедри (<http://marketing.kpi.ua>). Оперативне інформування здійснюється телеграм-каналами Деканат ФММ (t.me/dekanat_fmm), телеграм-каналом кафедри промислового маркетингу (<t.me/MarketingKPI>), зворотній зв'язок із здобувачами здійснюється завдяки телеграм-боту для консультацій, питань, пропозицій (@MarketingKPI_Bot), facebook-сторінки кафедри промислового маркетингу (<https://www.facebook.com/marketingkpi>).

Освітню функцію виконують викладачі кафедри промислового маркетингу, інших кафедр, що задіяні у підготовку здобувачів ОП «Промисловий маркетинг». Допоміжним сервісом є платформа дистанційного навчання «Сікорський» (<https://www.sikorsky-distance.org>).

Консультативну юридичну, правову і соціальну підтримку в університеті здобувачам надають юридична клініка «Defendo» (<http://defendo.kpi.ua>) та Студентська соціальна служба (<http://sss.kpi.ua>). Комплексним механізмом підтримки здобувачів є куратор групи (<https://kpi.ua/curator-about>); органи студентського самоврядування (https://kpi.ua/r-students_government); Наукове товариство студентів та аспірантів (<https://kpi.ua/ntsa>); Профком студентів (<https://studprofkom.kpi.ua>); Центр розвитку кар'єри (<http://rabota.kpi.ua>); інші загальноуніверситетські підрозділи (<https://kpi.ua/structure>).

Для консультативної підтримки здобувачів долучаються випускники та роботодавці, що беруть участь в обговореннях на конференціях кафедри «B2B-маркетинг» (<http://marketing.kpi.ua/naukova-diialnist/naukovi-konferentsii.html>), «Бізнесових студіях» (<http://marketing.kpi.ua/naukova-diialnist/biznes-studiji.html>), «Школи SMM» (<http://marketing.kpi.ua/naukova-diialnist/smm-shkola.html>), де вони діляться власним досвідом роботи.

Згідно результатам опитування студентів магістрів, більшість задоволена змістом освітньої програми (80%), інші студенти мали змогу висловити пропозиції з удосконалення освітньої програми. Обсяг вибіркових дисциплін на 60% є достатнім в освітній програмі, фахові компетенції на 70% відповідають професійним очікуванням студентів, знання та вміння на 80% відповідають її специфіці. Це підтверджує належний рівень механізмів освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти.

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)

Університет створює достатні умови щодо реалізації права на освіту для осіб з особливими освітніми потребами. Прийом на навчання таких осіб здійснюється відповідно до Правил прийому до КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://pk.kpi.ua>). Для реалізації прав на освіту вказаних осіб розроблено Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення в університеті (Наказ ректора № 1-21 від 26.01.2018 http://document.kpi.ua/2018_1-21). Згідно Статуту КПІ ім. Ігоря Сікорського <https://kpi.ua/statute>, створення необхідних умов для здобуття вищої освіти особами з особливими освітніми потребами відноситься до одного з головних зобов'язань Університету (п. 1.17), зокрема будівлі, споруди і приміщення Університету враховують потреби таких осіб, а якщо відповідні об'єкти неможливо повністю пристосувати для потреб осіб з особливими освітніми потребами, здійснюється їх розумне пристосування з урахуванням універсального дизайну (п. 5.7). П.8.10 Положення про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://kpi.ua/regulations-8>), п.8.6 Правил внутрішнього розпорядку (<https://kpi.ua/admin-rule>) роз'яснюють процес здобуття особою з особливими освітніми потребами якісної освіти. В університеті діє Положення про організацію інклюзивного навчання (https://document.kpi.ua/files/2020_7-175.pdf). Платформа дистанційного навчання «Сікорський», Електронний

Кампус дають змогу задовольнити такі потреби.

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?

В університеті діє Положення про вирішення конфліктних ситуацій (http://osvita.kpi.ua/2020_7-170). У розділі 3 наведено процедуру врегулювання конфліктів, яка, зокрема, передбачає створення Комісії з вирішення конфліктних ситуацій на рівні підрозділу чи університету. Положення про Комісію з вирішення конфліктних ситуацій (http://osvita.kpi.ua/2020_7-170) містить засади діяльності та деталізовану процедуру вирішення конфліктних ситуацій.

Діє Кодекс честі (<https://kpi.ua/code>), який встановлює загальні моральні принципи та правила етичної поведінки осіб, що працюють і навчаються в університеті, якими вони мають керуватись у своїй діяльності. З метою моніторингу дотримання членами університетської громади моральних та правових норм цього Кодексу в Університеті створено Комісію з питань етики та академічної чесності, що наділена правом одержувати і розглядати заяви щодо порушення Кодексу честі та надавати пропозиції адміністрації університету (факультетів та інститутів) щодо накладання відповідних санкцій (п. 4 Кодексу). Зокрема неприйнятними діями визначаються випадки, пов'язані з сексуальними домаганнями, будь-якими проявами дискримінації, корупції, поширення неправдивої інформації. Також Правила внутрішнього розпорядку КПІ імені Ігоря Сікорського (<https://kpi.ua/admin-rule>) чітко визначають права та обов'язки працівників (п. 5, 6), та здобувачів ВО (п. 8, 9) щодо норм поведінки учасників освітнього процесу. Права та обов'язки здобувачів також регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу (<https://kpi.ua/regulations>).

Також, інститут кураторства груп здобувачів ОП (<https://kpi.ua/curator-about>) дозволяє на ранньому етапі діагностувати потенціальні проблеми, конфліктні ситуації, питання соціально-психологічної адаптації студентів, що регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://kpi.ua/regulations>). Профілактикою конфліктних ситуацій займається Студентська соціальна служба (<http://sss.kpi.ua>). На захист прав і інтересів студентів створено: органи студентського самоврядування, що функціонують на рівні академічної групи, кафедри, факультету, університету, а також кімнати, блоку, поверху, гуртожитку, студентського містечка (https://kpi.ua/r-students_government); Наукове товариство студентів та аспірантів (<https://kpi.ua/ntsa>), Профком студентів (<https://studprofkom.kpi.ua>). Адміністрацією регулярно проводяться опитування студентів, зокрема ННЦ ПС «Соціоплюс» (https://kpi.ua/kpi_socioplus). Вченою радою університету затверджена антикорупційна програма <https://kpi.ua/program-anticor>. Освітнє середовище сприяє прозорості, довірі, доброзичливості у стосунках між студентами та викладачами. Протягом періоду провадження освітньої діяльності за ОП конфліктних ситуацій не виникало.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

КПІ ім. Ігоря Сікорського створено низку нормативних документів, якими регулюються процедури розроблення, затвердження та моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм, а саме: Положення про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/39>); Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/121>); Положенням про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/137>). Затвердження освітніх програм університету відбувається шляхом видання наказу про перелік освітніх програм (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/134>).

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

Вимоги до ОП викладені у Положенні про організацію освітнього процесу КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/39>) (пп.2.6-2.9), де зазначено види ОП, загальні вимоги до них, та відповідальний за забезпечення якості. Процедура моніторингу, перегляду та внесення відповідних змін до ОП детально викладена у Положенні про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/137>), де зазначено підстави і процедура введення нових ОП в межах спеціальності в університеті. Так, моніторинг щорічно здійснюється: безпосередньо кафедрою, що реалізує ОП, Навчально-науковим центром прикладної соціології «Соціоплюс», Інститутом моніторингу якості освіти університету (п. 4.2). Моніторинг передбачає опитування (учасників освітнього процесу (передусім студентів), випускників, роботодавців, інших стейкхолдерів) та перевірку залишкових знань (п.4.3). За результатами моніторингу проводиться оновлення, модернізація або закриття ОП (пп. 4.4-4.10). Детальна процедура проведення наведена у додатку 6 цього Положення. В процесі моніторингу, зокрема, відбувається опитування кафедрою студентів, випускників, стейкхолдерів щодо задоволеності ОП. Опитування учасників освітнього процесу проводить спеціалізований підрозділ Навчально-науковим центром прикладної соціології «Соціоплюс», який досліджує проблеми реалізації ОП (у тому числі задоволеність студентів, гендерна рівність, прозорість процесу, наявність конфліктів тощо.). Інститутом моніторингу якості освіти університету проводиться ректорський контроль, де перевіряються залишкові

знання студентів за попередній період навчання за ОП. Результати цього обговорюються на засіданнях кафедр, у т.ч. із залученням учасників освітнього процесу, стейкхолдерів та вносяться пропозиції щодо модернізації чи оновлення ОП. На підставі оновленої ОП кафедрою розробляється новий навчальний план, що визначає зміст навчання, порядок опанування освітніх компонент тощо. Останній перегляд ОП «Промисловий маркетинг» (магістри) відбувався протягом 2019/2020 навчального року у зв'язку із затвердженням Стандарту вищої освіти, та на підставі опитувань здобувачів ВО, рекомендацій Консультативної ради кафедри. За результатами роботи робочою групою було конкретизовано окремі освітні компоненти, скореговано матрицю відповідності загальних та фахових компетентностей і результатів навчання окремим освітнім компонентам, удосконалено структурно-логічну схему ОП. За результатами опитування здобувачів ВО та аналізу рекомендацій Консультативної ради було розширено перелік вибірових компонентів та уточнено їх зміст відповідно до поточних тенденцій ринку праці. Означені зміни були зумовлені необхідністю адаптації ОП до поточних тенденцій розвитку фахової галузі, вимог ринку праці, загального напряму економічного розвитку країни.

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

Інтереси здобувачів ВО представляють органи самоврядування студентів, зокрема студ.рада, профспілки, НТСА. На рівні факультету вони представляють інтереси студентів у Вченій раді, в комісії із забезпечення якості вищої освіти; на рівні університету – мають представництво у Вченій та Методичній радах. Також здобувачі вищої освіти залучені до процесу періодичного перегляду ОП шляхом участі в електронному анонімному опитуванні як щодо змісту самої ОП (<http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/gromadske-obgovorennya/11-general/articles/about-department/165-opituvannya-studentiv.html>), так і щодо якості її реалізації (оцінювання якості викладання НПП через опитування в Кампусі, <https://ecampus.kpi.ua>). Результати перегляду ОП здобувачами обговорюються на засіданнях кафедри (протокол №10 від 22.04.2020). Для проведення опитування робочою групою розробляється анкета, в якій здобувачі мають оцінити структуру, якість викладання, зміст ОП. Запитання анкети побудовані за принципом закритого вибору для оптимізації моніторингу ОП. За результатами останнього опитування частина студентів відзначила, що варіативну частину ОП бажано було б розширити, доповнивши актуальними освітніми компонентами, що відповідають змінам ринку праці. На основі цього робочою групою були внесені зміни до переліку вибірових компонентів. Також кафедрою проведено опитування щодо якості дистанційного навчання восени 2020 р. Результати розглянуто на засіданні кафедри (протокол № 11 від 25.11.2020).

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

Студенти кафедри можуть брати участь у роботі різних форм самоврядування: студентська рада, студентські профспілки тощо (<http://marketing.kpi.ua/studentam/studentske-samovryaduvannya.html>). Участь студентського самоврядування у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОП регулюється Положенням про студентське самоврядування https://kpi.ua/r-students_government. Згідно Положенню, представники Студентської ради можуть вносити пропозиції щодо контролю за якістю навчального процесу, змісту навчальних планів і програм, узагальнюють та аналізують зауваження і пропозиції студентів щодо організації навчального процесу. Представники органів студентського самоврядування задіяні у процедурах внутрішнього забезпечення якості освіти шляхом участі у засіданнях Вченої ради факультету та університету, де мають можливість ініціювати питання щодо вдосконалення процесу освіти, вносити пропозиції, ознайомлюватись із документами, брати участь в обговоренні питань внутрішнього забезпечення якості освіти. Представники Студради також є членами Консультативної ради з розвитку спеціальності кафедри. Додатково, інструментами оцінювання якості освіти в цілому та роботи НПП студентами є опитування, аналізу проводиться кафедрою на кафедральному сайті (<http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/gromadske-obgovorennya/11-general/articles/about-department/165-opituvannya-studentiv.html>) та у кампусі (<https://ecampus.kpi.ua/>).

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

Кафедрою ПМ організовано зв'язок із роботодавцями і на постійній основі через: 1) Консультативну раду з розвитку спеціальності, 2) участь у громадському обговоренні ОП, 3) постійне спілкування під час бізнес-студій кафедри і більш тривалих бізнес-сесій навчального характеру (<http://marketing.kpi.ua/naukova-diialnist/smm-shkola.html>). Роботодавці задіяні в удосконаленні освітньої програми також шляхом участі у громадському обговоренні ОП (<http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/gromadske-obgovorennya/11-general/articles/about-department/179-na-proekt-osvitnoji-programi-promislovij-marketing-magistr-spetsialnist-075-marketing.html>). За результатами громадського обговорення, аналізу відгуків роботодавців було зауважено, що ОП відповідає практичним потребам компаній, особливо тих, що працюють на промисловому ринку, є гнучкою, сучасною. Також за результатами обговорення розширено варіативну частину ОП та уточнено зміст варіативних дисциплін (протокол №10 від 22.04.2020). Додатковим зв'язком кафедри з роботодавцями є робота Клубу випускників кафедри, якому вже більше 10 років, коли випускники кафедри, а нині керівники підприємств та підрозділів надають рекомендації та пропозиції щодо удосконалення ОП.

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

Збирання та врахування інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП

відбувається кількома шляхами: 1) Через особисті зустрічі випускників (на кафедрі створено Клуб випускників, метою якого є підтримання зв'язку із випускниками, обмін досвідом та збирання пропозицій щодо вдосконалення освітніх програм кафедри, <http://marketing.kpi.ua/vypusknnykam/klub-vipuskniv-kafedri.html>). Отримана під час зустрічей інформація щодо кар'єрного зростання, особливостей реалізації в професії, останніх тенденцій зміни на ринку праці обговорюється на засіданнях кафедри та враховується при перегляді ОП (протокол №10 від 22.04.2020). 2) Електронним шляхом, через веб-сторінку кафедри та сторінку у Фейсбук (<http://marketing.kpi.ua/vypusknnykam/pratsevlashtuvannia.html>, <http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/gromadske-obgovorenyya/11-general/articles/about-department/165-opituvannya-studentiv.html>). 3) Моніторинг працевлаштування адміністрацією університету (випускники кафедри традиційно мають один із найвищих (95-100%) показників роботи за фахом диплому). В університеті діє: Положення про про сприяння в працевлаштуванні, Наказ "Про затвердження порядку співпраці КПІ ... та компаніями-партнерами/роботодавцями", Наказ про сприяння в працевлаштуванні випускників.

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?

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського (https://document.kpi.ua/files/2020_7-124.pdf) та Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/121>) в Університеті запроваджена система внутрішнього самооцінювання якості освітнього процесу за ОП, яка передбачає, починаючи з 2017 року, проведення трьох етапів внутрішньої акредитації. Критеріями, за якими здійснюється внутрішнє самооцінювання кафедр, є наступні: здійснення підготовки фахівців за схемою «бакалавр-магістр-доктор філософії»; кадрове забезпечення освітньої діяльності; ресурсне забезпечення освітньої діяльності; науково-дослідна діяльність; навчально-методична та інноваційна діяльність. У вересні-жовтні 2020 року в КПІ ім. Ігоря Сікорського проводився III етап внутрішньої акредитації, в межах якого були розглянуті матеріали самоаналізу кафедри промислового маркетингу про відповідність показників її діяльності критеріям внутрішньої акредитації. У Експертному висновку зазначено, що кафедра відповідає визначеним критеріям. Слід також зауважити, що кафедра, здійснюючи освітню діяльність, керується як внутрішніми вимогами до забезпечення якості вищої освіти, так і зовнішніми, проводячи аналіз освітніх програм інших вітчизняних та зарубіжних університетів, використовуючи систему громадського обговорення освітніх програм та відстежуючи сучасні тренди ринку праці.

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

Освітня програма «Промисловий маркетинг» другого освітнього рівня (магістр) акредитується вперше за новою процедурою проходження акредитації. Попередня акредитація відбувалась у 2011 році (акредитацію проходила спеціальність, а не освітня програма), і її вимоги відрізнялись від чинних на сьогодні вимог до освітньої програми. Через це вдосконалення ОП відбувалось на основі впровадження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого освітнього рівня, Положення про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/137>), а також на основі відгуків представників студентства та стейкхолдерів.

Проте, кафедрою було проаналізовано результати акредитації інших ОП університету. В університеті регулярно відбуваються наради з гарантантами освітніх програм, що проводить Департамент якості освітнього процесу (<https://kpi.ua/about-diaop>). За результатами аналіз, зокрема, удосконалено інформаційні ресурси, що пов'язані із реалізацією ОП, удосконалюється нормативно-правова база, тощо.

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

Залучення чітко регулюється Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти. Учасники академічної спільноти залучаються до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП через низку заходів такого характеру: 1) Робоча група, сформована із НПП кафедри, здійснює моніторинг і перегляд ОП, проводить опитування здобувачів ВО, відслідковує зміни у нормативних документах та проводить процедуру самооцінювання і забезпечує процедури зовнішнього оцінювання, переглядає і аналізує відповідність компетентностей і результатів навчання освітнім компонентам, структурі навчального плану, порядку опанування компонент, аналізує змістовне наповнення варіативної частини та загальні результати навчання разом із Консультативною радою з розвитку спеціальності. 2) Кафедра визначає форми і методи викладання в контексті студентоцентрованого підходу, контролює навчально-методичне забезпечення, аналізує кадрові можливості та ресурсне (інформаційне та матеріально-технічне) забезпечення реалізації ОП. 3) НПП відповідають за якість змістовного наповнення освітніх компонент, реалізацію результатів навчання ОП в межах своїх дисциплін, корегують наповнення освітніх компонент на основі оцінювання результатів навчання та згідно відгукам здобувачів освіти та рекомендацій Консультативної ради. 4) Здобувачі вищої освіти є безпосередніми учасниками освітнього процесу, вони приймають участь в моніторингу ОП шляхом опитування, через процедури вибору дисциплін, оцінюють якість роботи НПП в кампусі КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://ecampus.kpi.ua>).

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

Розподіл відповідальності між різними структурними підрозділами ЗВО регламентується Положенням про систему

внутрішнього забезпечення якості вищої освіти. Перший проректор контролює питання у сфері якості освіти. Методична рада забезпечує аналіз навчальної діяльності Університету й підготовку рекомендацій щодо її вдосконалення. Департамент якості освітнього процесу проводить аналіз кадрового забезпечення й підвищення кваліфікації НПП, розробляє методичне забезпечення з ліцензування та акредитації ОП. Інститут моніторингу якості освіти проводить моніторинг якості освіти. Департамент організації освітнього процесу відповідає за інформаційно-методичне забезпечення освітнього процесу. Департамент навчально-виховної роботи – за організацію позанавчальної активності студентів, створення можливостей із самореалізації та персонального зростання. Декан факультету відповідає за впровадження й реалізацію системи забезпечення якості. Вчена рада й Методична комісія факультету реалізують політику в сфері забезпечення якості освіти. Консультативна рада створена для забезпечення інноваційного внеску до освітніх програм із точки зору професіоналів галузі й зовнішніх зацікавлених сторін. Група забезпечення та/або проектна група ОП відповідає за розробку, впровадження, моніторинг, перегляд, оновлення ОП, проводить оцінювання та самооцінювання. Викладачі відповідають за якість викладання. Кафедра забезпечує попередній та поточний контроль якості.

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 всіх учасників освітнього процесу університету регулюються: 1. Статутом університету (<https://kpi.ua/statute>). 2) Кодексом честі університету (<https://kpi.ua/code>). 3. Правилами внутрішнього розпорядку університету (<https://kpi.ua/admin-rule>). 4. Положенням про організацію освітнього процесу в університеті, 5. Положення про планування та облік педагогічного навантаження викладачів, 6. Положенням про поточний календарний та семестровий контроль. 7. Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти. 8. Колективним договором КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://proffkom.kpi.ua/kolektivniy-dogovir-2020-2021-rr/>). 9. Положенням про кафедру промислового маркетингу. 10. Положенням про куратора академічної групи. 11. Контрактами здобувачів вищої освіти та іншими нормативними документами щодо організації навчального процесу: <https://kpi.ua/documents>, <https://osvita.kpi.ua/docs>, <http://marketing.kpi.ua/pro-kafedru/ofitsijni-dokument.html>, <http://marketing.kpi.ua/studentam/ofitsijni-dokument.html>. Доступність відповідних документів для учасників освітнього процесу забезпечується розміщенням їх на електронних ресурсах ЗВО та відповідних підрозділів, у т.ч. кафедри <http://marketing.kpi.ua>. Також факт впровадження документів чи внесення змін до них висвітлюється на засіданнях керівних та дорадчих органів та доводиться до відома здобувачів, НПП та інших зацікавлених сторін у т.ч. через офіційні Телеграм-канали університету, факультету, кафедри.

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

<http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/gromadske-obgovorennya/11-general/articles/about-department/164-gromadske-obgovorennya-osvitnikh-program-kafedri.html>

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

<http://marketing.kpi.ua/perelik-dystsyplin-dlia-mahistriv.html>

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

До сильних сторін ОП “Промисловий маркетинг” можна віднести унікальність її спрямованості (акцентуації на маркетингової діяльності на промисловому ринку), базування на багаторічних науково-методичних доробках професорсько-викладацького складу кафедри саме на проблемах промислового маркетингу, високу практичну спрямованість, використання сучасних методів навчання разом із поєднання з науковою складовою, широкі можливості для студентів щодо участі у наукових та практичних заходах із залученням стейкхолдерів. До умовно слабких сторін програми можна віднести бажаність збільшення залученості стейкхолдерів не тільки до факультативних заходів, але й до викладання варіативних дисциплін, що суттєво обмежує на теперішній час чинне законодавство.

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

Розвиток ОП “Промисловий маркетинг” в цілому планується в контексті засад та заходів, визначених Стратегією розвитку КПІ ім. Ігоря Сікорського на 2020-2025 роки. Він повинен базуватись на використанні потенціалу університету. Найближчими пріоритетами є доведення процесів викладання та навчання за ОП до повної відповідності рекомендаціям та стандартам Європейського простору вищої освіти. Перспективи розвитку ОП

«Промисловий маркетинг» впродовж найближчих 3 років полягають в адаптації до змін ринку праці, нових маркетингових концепцій, технологій та інструментів в силу швидкого розвитку теорії та практики маркетингу в світі. Зокрема, планується: збільшення застосування інформаційних і комунікаційних технологій в освітній процес (зокрема з використанням Платформа дистанційного навчання "Сікорський" та платформи Moodle); розширення застосування спеціалізованих пакетів прикладних програм на практичних заняття; розширення бази партнерів для проведення практики; інтернаціоналізація освітнього процесу через розширення співробітництва зі світовими університетами та програм подвійного диплому; збільшення участі стейкхолдерів в процесі реалізації ОП за рахунок читання факультативних курсів та дуальної освіти.

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: Якименко Юрій Іванович

Дата: 09.03.2021 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Наукові дослідження в економіці	навчальна дисципліна	301.pdf	OX2DCeZcncztEPZ6XBxd2jTExbNdcXJYccHchNeQpOk=	Електронний кампус КПІ ім. Ігоря Сікорського ПО «ZOOM» (ліцензійне ПО) Платформа дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform) Допоміжне презентаційне обладнання: Електронний проектор VPL-CX70 (шт. 2016 р.). Мобільний екран Reflecta
Основи сталого розвитку суспільства	навчальна дисципліна	302.pdf	/TjaUJ/GT35WzYVYXaY511Wj8PkSb8gwN7p+tkD0gZA=	Електронний кампус КПІ ім. Ігоря Сікорського ПО «ZOOM» (ліцензійне ПО) Платформа дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform) Допоміжне презентаційне обладнання: Електронний проектор VPL-CX70 (шт. 2016 р.). Мобільний екран Reflecta
Практикум з іншомовного професійного спілкування	навчальна дисципліна	303.pdf	FzGbV6HQiqr2NZtP+dFogIHZv7utQOae+cDKYrohaYc=	Не потребує. Для дистанційного навчання : ПО «ZOOM» (ліцензійне ПО) Платформа дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform) Електронний кампус КПІ ім. Ігоря Сікорського
Розробка стартап-проектів	навчальна дисципліна	304.pdf	OD215MYnNtBfY3lwmjVqt7TB001cLXX34BuXZOd5uQ=	Електронний кампус КПІ ім. Ігоря Сікорського ПО «ZOOM» (ліцензійне ПО) Платформа дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform) Допоміжне презентаційне обладнання: Електронний проектор VPL-CX70 (шт. 2016 р.). Мобільний екран Reflecta
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	ПО1.pdf	w3TM+q9jt5ECzzJs wt8ioNHPA9tTpWPMZ5y/BDuyA3o=	Електронний кампус КПІ ім. Ігоря Сікорського ПО «ZOOM» (ліцензійне ПО) Платформа дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform) Допоміжне презентаційне обладнання: Електронний проектор VPL-CX70 (шт. 2016 р.). Мобільний екран Reflecta
Курсова робота зі стратегічного маркетингу	курслова робота (проект)	ПО2.pdf	oYMbklHGhLi4o8Tr ueMOJUHiDAnYdXb8ng85r//9A78=	Інформаційні ресурси Наукової бібліотеки ім. Денисенко університету. Електронний кампус КПІ ім. Ігоря Сікорського ПО «ZOOM» (ліцензійне ПО) Платформа дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform) Допоміжне презентаційне обладнання: Електронний проектор VPL-CX70 (шт. 2016 р.). Мобільний екран Reflecta
Маркетинговий	навчальна	ПО3.pdf	rS7SV6jxvZKBFiLrc8	Електронний кампус КПІ ім.

менеджмент	дисципліна		gbQmcLeCOMRzs/P pR9vqLByVw=	Ігоря Сікорського ПО «ZOOM» (ліцензійне ПО) Платформа дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform) Допоміжне презентаційне обладнання: Електронний проектор VPL-CX70 (1шт. 2016 р.). Мобільний екран Reflecta
Поведінка споживачів на промисловому ринку	навчальна дисципліна	ПО4.pdf	903+K0QkJx3Onajr Zsz8p1kjSTiEWJHf1 oRkBPsvLs=	Електронний кампус КПП ім. Ігоря Сікорського ПО «ZOOM» (ліцензійне ПО) Платформа дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform) Допоміжне презентаційне обладнання: Електронний проектор VPL-CX70 (1шт. 2016 р.). Мобільний екран Reflecta
Товарна інноваційна політика промислового підприємства	навчальна дисципліна	ПО5.pdf	Nwe6P89gzXidMFCK UclyoajnnwTGdDgD DjtNJBcgoRo=	Електронний кампус КПП ім. Ігоря Сікорського ПО «ZOOM» (ліцензійне ПО) Платформа дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform) Допоміжне презентаційне обладнання: Електронний проектор VPL-CX70 (1шт. 2016 р.). Мобільний екран Reflecta
Інноваційний маркетинг на промисловому ринку	навчальна дисципліна	ПО6.pdf	sfP7mqmiiWptEWJa y9oWodV7IK2d+Y4l vx5uJJcW89Q=	Електронний кампус КПП ім. Ігоря Сікорського ПО «ZOOM» (ліцензійне ПО) Платформа дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform) Допоміжне презентаційне обладнання: Електронний проектор VPL-CX70 (1шт. 2016 р.). Мобільний екран Reflecta
Практика	практика	ПО7.pdf	NwsM7oZlj3Eq8Uw UL3B+2ZSq+a0A7P GuUx9cYMIVB6M=	Не потребує. Допоміжне: Електронний кампус КПП ім. Ігоря Сікорського, Інформаційні ресурси Наукової бібліотеки ім. Денисенко університету. Допоміжне презентаційне обладнання: Електронний проектор VPL-CX70 (1шт. 2016 р.). Мобільний екран Reflecta
Підготовка та захист магістерської дисертації	підсумкова атестація	ПО8.pdf	Wa5bsNjotZOyKC5+ AY5ich5UW9tWgS14 gR3fnGuZTYk=	Використання широкого переліку баз даних, відкритий доступ до яких здійснюється із Бібліотеки КПП ім. Ігоря Сікорського. Серед цих баз всесвітньовідома база SCOPUS, Web of Science, а також інші бази в галузі економічних наук: Business Source Premier (EBSCO Publishing), RePEc (Research Papers in Economics), UNdata (Social Science Research Network) тощо. Повний перелік доступних баз за посиланням URL: https://www.library.kpi.ua/resources/databases/ . Захист кваліфікаційних робіт магістрів проводиться в аудиторії з мультимедійним обладнанням: Лабораторія №193А, 100,9 кв.м. Комп., Intel C2D – 16шт. Сервер Pent 4 3.2 – 1 шт. Ноутбук Pent M1.7 – 1шт. Проектор Sony VPL CX80 – 1 шт. Проектор Sony VPL CX80 – 1 шт. Мобільний екран Reflecta

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

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

ІД викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування
135304	Зозульов Олександр Вікторович	Професор, Основне місце роботи	Факультет менеджменту та маркетингу	Диплом кандидата наук ДК 009407, виданий 14.02.2001, Атестат професора 12ПР 011455, виданий 25.02.2016	24	Поведінка споживачів на промисловому ринку	Освіта: 1. Національний технічний університет України “КПІ”, 1995 р. Спеціальність: маркетинг у виробничій сфері , кваліфікація: менеджер-маркетолог, диплом: КА 901206 2. Кандидат економічних наук, 2001 р. диплом ДК 009407 від 14 лютого 2001 р., спеціальність - 08.06.02 – підприємництво, менеджмент, маркетинг, тема дисертації «Методичні основи сегментації ринку», Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 3. Вчене звання “професор”, 2016 р., НТУУ “КПІ”, атестат 12ПР № 011455 від 25.02.2016, протокол №1/01-П Підвищення кваліфікації: 1. Отримання звання професора, 2016 р. НТУУ “КПІ”, атестат 12ПР № 011455 від 25.02.2016, протокол №1/01-П 2. Підвищення кваліфікації у ПВНЗ «Міжнародний університет фінансів», свідоцтво ПК № 21547613/000027-17 від 30.06.2017 р. за програмою «Фінансові та інформаційні технології в бізнесі в умовах невизначеності» (150 акад.год.) 3. Додатково: а) Науково-методичний семінар для викладачів з маркетингових досліджень, УАМ,

2015. сертифікат. б) Авторський навчальний курс TNS "Інтернет-дослідження", компанія Тейлор Нельсон Софрез Україна.в) Візуалізація даних маркетингових досліджень, УАМ, 2017, сертифікат. г) "Використання CRM системи Бітрікс24 в бізнесі: маркетинг, менеджмент, фінанси та управлінськи облік", 2020, сертифікат; д) Prometheus, "Маркетинг: розробка та продаж пропозиції цінності", 2020 р., е) Erasmus+, «European business models: transformation, harmonization and implementation in Ukraine», 2020. Види і результати професійної діяльності за спеціальністю відповідно до п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: (П.1):
1. Oleksii Kofanov, Oleksandr Zozul`ov. Successful development of startups as a global trend of innovative socio-economic transformations // International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences. - 2018. Vol 7, No. 2. - pp. 191-217. (Spain), (Наукометричні бази: Thomson Reuters (Web of Science), ERIHPLUS, DIALNET, DULCINEA, DOAJ (Directory of Open Access Journals), SHERPA/RoMEO) DOI: <http://dx.doi.org/10.17583/rimcis.2018.3576>
(П. 2):
1. Zozulyov O.V., Menkova K. I. Approaches to forming enterprises' business-models // Маркетинг і цифрові технології. – 2019. – Том 3. – №.4 – С. 32-397. // URL: <http://mdt-oru.com.ua/index.php/mdt/article/view/82/79> (категорія Б)
2. Афанасьєва К.О., Зозульов О.В. Розроблення стратегії просування компанії у кіберпросторі // Економічний вісник Національного

технічного
університету України
"Київський
політехнічний
інститут". – 2019. –
№16. – С. 270-287. //
URL:
<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/32704>
3. Зозульов О. В.,
Царьова Т.О.
Функціонально-
структурна модель
товару як основа для
стрес-тестування
маркетингової бізнес-
моделі компанії //
Економічний вісник
Національного
технічного
університету України
"Київський
політехнічний
інститут". – 2018. –
№15. – С. 382-391. //
URL:
<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/25409>
4. Зозульов О.В.,
Василенко А.Т. Аналіз
поведінки споживачів
на промисловому
ринку для
формування торгової
пропозиції //
Економічний вісник
Національного
технічного
університету України
"КПІ". – К.:
«Хімджест» – 2017. -
№14. – С. 307-314 (0,3
ум. друк. арк.).
5. Єремєєва Н.С.
Зозульов О.В.
Особливості
електронного бізнесу
на ринку
ветеринарних
препаратів //
Економічний вісник
Національного
технічного
університету України
"КПІ". – К.:
«Хімджест» – 2017. -
№14. – С. 299-306 (0,3
ум. друк. арк.).
(П. 3):
1. Маркетинг науково-
технічної продукції
промислового
призначення.
Науково-практичний
посібник під ред. О.А.
Мазура та О.В.
Зозульова. – К.: ІЕЗ,
2015 – 177 с. (гриф
Ученої ради ІЕЗ ім
Є.О.Патона (протокол
№1 від 30.01.2015),
Ученої ради ФММ
НТУУ «КПІ»
(протокол № 6 от
26.01.2015),
Департаменту
інноваційної
діяльності та
трансферу технологій
МОН України (лист
від 21.01.2015 №5-

4/16-11))
2. Зозулев А.В.
Промышленный
маркетинг: рыночная
стратегия: Учеб.
Пособие. – К.: Центр
учебной литературы,
2010. – 576 с. (Гриф
МОН України)
(П.4):
1) Микола Олександра
Ігорівна, тема
дисертації:
«Застосування
аутсорсингу на
промислових
підприємствах»,
спеціальність
08.00.04 – Економіка
та управління
підприємствами (за
видами економічної
діяльності), дата
захисту 19.03.2012,
диплом ДК №007934;
2) Базь Марія
Володимирівна, тема
дисертації:
«Оцінювання
конкурентоспроможн
ості інноваційних
продуктів на ринку
персональних
комп'ютерів»,
спеціальність
08.00.04 – Економіка
та управління
підприємствами (за
видами економічної
діяльності), дата
захисту 01.10.2012,
диплом ДК №011166;
3) Аршевська Марія
Володимирівна, тема
дисертації:
«Маркетингове
комунікаційне
забезпечення
інноваційних процесів
промислових
підприємств»,
спеціальність
08.00.04 – Економіка
та управління
підприємствами (за
видами економічної
діяльності), дата
захисту 28.04.2015,
диплом ДК №029350.
4) Царьва Тетяна
Олександрівна, тема
дисертації:
«МАРКЕТИНГОВИЙ
ПІДХІД ДО
ПРОВЕДЕННЯ
ТЕХНОЛОГІЧНОГО
АУДИТУ НА
МАШИНОБУДІВНИХ
ПІДПРИЄМСТВАХ»,
спеціальність
08.00.04 – Економіка
та управління
підприємствами (за
видами економічної
діяльності), дата
захисту 15.09.2015,
диплом ДК №032414.
5) Полторак Катерина
Анатоліївна, тема
дисертації:
«МАРКЕТИНГОВА

КОМУНІКАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВИРОБНИКІВ ПЛАНШЕТНИХ КОМП'ЮТЕРІВ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ», спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), дата захисту 25.03.2016.

6) Кофанов Олексій Євгенович, тема дисертації: «МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ У НАУКОВО-ТЕХНІЧНІЙ СФЕРІ», спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), дата захисту 20.06.2019, диплом ДК №053450. (П.5):

Грантова угода Європейської Комісії №222546 SSH-CT-2008-22546-FRIDA. Проект Fostering Regional Innovation and Development through Anchors and Networks в рамках 7 Рамкової програми ЄС в Університеті Катанії (Італія). До міжнародного консорціуму окрім НТУУ «КПІ» входять університети міст Болонья та Катанья (Італія), Гренобля (Франція), Катовіц (Польща), Брайтону (Велика Британія), Мангайму (ФРН).

Звіт: The transformation of Ukrainian aircraft building through the improvement of business network cooperation (П. 7):

робота у складі підкомісії 075 "Маркетинг" з розробки стандарту вищої освіти; робота у складі Акредитаційних комісій (експерт). (П.8):

науковий керівник теми № 0113U006454, «Маркетинг науково-технічної продукції підприємств машинобудівного, паливно-енергетично, нафтохімічного комплексів та підприємств поліграфії на

промислового ринку»; відповідальний редактор збірника наукових праць «Економічний вісник НТУУ «КПІ».

(П. 9): виконання обов'язків заступника декана ФММ з наукової роботи.

(П.10): учений секретар спеціалізованої вченої ради Д26.002.23, офіційний опонент.

(П 13):

1. Поведінка споживачів на промислового ринку: Робочий зошит [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Промисловий маркетинг» / Зозульов О.В., Царьова Т.О.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,7 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 77 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/36951>
2. Маркетинг стартап-проектів [Електронний ресурс] : навч. посіб. для усіх спеціальностей другого освітнього ступеню «магістр» / За заг. ред. С. О. Солнцева / С.О. Солнцев, О.В. Зозульов, Н. В. Юдіна, Т. О. Царьова, Н. В. Язвінська ; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 3,2 Мбайт). - Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 218 с. URL: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/27437>
3. Магістерська дисертація з маркетингу [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: С.О. Солнцев, О.В. Зозульов, Н.С. Кубишина – Електронні текстові дані (1 файл: 1,29 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 100 с.
4. Виконання та

оформлення дипломних робіт бакалаврів [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійна програма «Промисловий маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: С.О. Солнцев, О.В. Зозульов, К. В. Бажеріна, О. В. Черненко – Електронні текстові дані (1 файл: 0,1 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 62 с. (П. 14):

1) Робота у складі галузевої конкурсної комісії Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності “Маркетинг”, 2020 р. Тернопіль, 2) участь у складі конкурсної комісії Всеукраїнської олімпіади з маркетингу, 2020, Одеса. 3) керівництво студентами, які зайняли призові місця на Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт: Домишева (2019), Костянчук (2019), Афанасьєва (2018), Кофанов (2016); зарубіжний конкурс Микола (2008, РФ). (П. 15):

1. Костянчук К.В., Зозульов О.В. Дослідження доцільності виведення на ринок нового товару // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 9 (264) – С. 46-58. 2. Зозульов О.В. Життєвий цикл товару після його купівлі // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 7-8 (262-263) – С. 52-56. 3. Менькова К.І., Зозульов О.В. Інноваційний підхід до репозиціонування бренду на промисловому ринку // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 6 (261) – С. 32-37. 4. Домашева Є. А., Зозульов О.В. Визначення стратегії збуту в кіберсередовищі на промисловому ринку. // Маркетинг в Україні. – 2018. - № 2 (107) – С. 46-54. 5. Кульчицька А.,

							<p>Зозульов О.В. Особливості формування рекламного звернення до споживачів покоління Z //Маркетинговые исследования в Украине. – 2018. - № 3 (88). – С. 36-40. (П. 16): член ВГО “Українська асоціація маркетингу” . (П.17): Стаж практичної (науково-педагогічної) діяльності – 24 роки</p>
208453	Язвінська Надія Вікторівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту та маркетингу	Диплом кандидата наук ДК 035192, виданий 04.07.2006, Атестат доцента 12ДЦ 028609, виданий 10.11.2011	18	Інноваційний маркетинг на промисловому ринку	<p>Освіта: 1. НТУУ «КПІ», 2001р, Кваліфікація магістр з маркетингу диплом з відзнакою КВ № 17323154 від 10.07.2001. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», Спеціальність – «Маркетинг». 2. НТУУ «КПІ», 2002р, Спеціальність – «Інформаційні управляючі системи та технології», Кваліфікація - аналітик комп'ютерних систем. Диплом КВ№ 17477433 від 28.02.2002 3. Кандидат економічних наук, 08.06.01 - Економіка організація і управління підприємствами. Диплом ДК № 035192 від 04.07.2006 Тема дисертації: «Конкурентоспроможність українських підприємств на ринках програмного забезпечення». 4. Атестат доцента кафедри промислового маркетингу 12ДЦ № 028609 від 10.11.2011 р. Підвищення кваліфікації: 1. Certificate № 00071 University of Economics, Varna, Bulgaria. Academic internship “Balanced economic and legal processes in society and business environment in the context of globalization”. 4 credits, 2018. 2. Міжнародний університет фінансів, Свідоцтво про</p>

підвищення кваліфікації ПК № 21547613/000082-18 від 26.01.2018, «Фінансові та інформаційні технології в бізнесі в умовах невизначеності» 08.11.2017-26.01.2018

3. Стажування в рамках реалізації модуля "European business models:transformation, harmonization and implementation in Ukraine"; № 587138-EPP-1-2017-1-UA-EPPJMO-MODULE,. according to joint project of National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Polytechnic Institute", Erasmus+ Jean Monnet Fund and Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, supported by EC. Training "Harmonization of Standards as the Basis for the European Business Model Implementation in Ukraine". Kyiv, 2019

Види і результати професійної діяльності за спеціальністю відповідно до п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: (П. 2):

1. Язвінська Н. В., Ніколайчук Ю.Ю. Внутрішній маркетинг: еволюція поглядів, цінність, чинники впровадження та розвитку. Вісник ОНУ імені І.І.Мечникова. Серія "Економіка" Том 25 Випуск 1 (80) 2020 URL : DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-27> http://www.visnyk-onu.od.ua/journal/2020_25_1/29.pdf

2. Савчук Т.А., Язвінська Н. В. Формування програми цифрового маркетингу підприємства. ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО: електронне наукове фахове видання. Випуск 19 (2018). URL: http://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/92.pdf

3. Язвінська Н. В., Савченко К.А. Налагодження бізнес-процесів як спосіб

реалізації системного підходу в маркетинговому менеджменті
Економічний Вісник НТУУ «КПІ». №15(2018). URL: DOI: <https://doi.org/10.20535/5/2307-5651.15.2018.136851>
<http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/136851>
4. Горбовська О.О., Язвінська Н. В. Маркетингове управління громадськими організаціями. ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО: електронне наукове фахове видання. Випуск 15 (2018). URL: http://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/40.pdf
5. Язвінська Н. В., Домашева Є. А. Управління маркетингом підприємства крізь призму управління відносинами. Східна Європа: економіка, бізнес та управління : електронне наукове фахове видання. Випуск 1 (2018). URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/YAzvinska-N.V.-Domasheva-YE.A..pdf>
6. Голидзьбіна А. В., Язвінська Н. В. Особливості сучасного ринку ІТ-послуг та специфіка просування на ньому. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». № 14 (2017). URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22359/1/EV2017_291-298.pdf
7. Тимченко А. В., Язвінська Н. В. Еволюція в управлінні комплексом маркетингу: застосування моделі «7р» на підприємствах промислових пралень. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». №13 (2016). URL: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/18424>
8. Граділь А.А., Язвінська Н. В.

Міжнародний та вітчизняний досвід розвитку формату «арт-кафе»: особливості, тенденції, фактори успіху. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». №13 (2016). URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/18411> (П. 3):

1. Маркетинг стартап-проектів [Електронний ресурс] : навчальний посібник для усіх спеціальностей другого освітнього ступеню «магістр» / С. О. Солнцев, О. В. Зозульов, Н. В. Юдіна, Т. О. Царьова, Н. В. Язвінська ; за заг. ред. С. О. Солнцева ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 3,2 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 218 с. URL : <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/27437>. (Гриф Методичної ради КПІ ім. Ігоря Сікорського №7 від 01.04.2019) (П. 5):

Грантова угода Європейської Комісії №225546 SSH-CT-2008-225546-FRIDA. Проект Fostering Regional Innovation and Development through Anchors and Networks в рамках 7 Рамкової програми ЄС в Університеті Катанії (Італія). До міжнародного консорціуму окрім НТУУ «КПІ» входять університети міст Болонья та Катанья (Італія), Гренобля (Франція), Катовіц (Польща), Брайтону (Велика Британія), Мангайму (ФРН). Звіт: The transformation of Ukrainian aircraft building through the improvement of business network cooperation (П. 13):

1. Стратегічний маркетинг: Методичні вказівки до виконання курсової роботи: [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг»,

спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / Н. В.
Язвінська, Т. О.
Царьова; КПІ ім.
Ігоря Сікорського. –
Електронні текстові
дані (1 файл: 253
Кбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2020. – 26 с. URL :
http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9A%D0%A0_%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D1%8B.pdf (Гриф
Методичної ради КПІ
ім. Ігоря Сікорського
№2 від 01.10.2020)
2. Стратегічний
маркетинг:
навчально-
методичний комплекс
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / Н. В.
Язвінська; КПІ ім.
Ігоря Сікорського. –
Електронні текстові
дані (1 файл: 670
Кбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2020. – 92 с. URL:
<http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D0%A1%D0%9C.pdf> (Гриф
Методичної ради КПІ
ім. Ігоря Сікорського
№2 від 01.10.2020)
3. Стратегічний
маркетинг: Опорний
конспект лекцій
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / Н. В.
Язвінська; КПІ ім.
Ігоря Сікорського. –
Електронні текстові
дані (1 файл: 250
Кбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2020. – 28 с. URL :
http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%A1%D0%9C.pdf (Гриф

Методичної ради КПІ ім. Ігоря Сікорського №2 від 01.10.2020)

4. Стратегічний маркетинг: робочий зошит [Електронний ресурс] : навчальний посібник з вивчення дисципліни «Стратегічний маркетинг» освітньої програми «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого освітнього ступеню «магістр» / Н.В. Язвінська, Т.О.Царьова ; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл : 11 Mb). - Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 104 с. «Рекомендовано Методичною радою КПІ ім.Ігоря Сікорського». URL: http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%A0%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%87%D0%B8%D0%B9%20%D0%B7%D0%BE%D1%88%D0%B8%D1%82.pdf

5. Методичні вказівки до виконання дипломних робіт спеціаліста для студентів із спеціальності 7.03050701 «Маркетинг» усіх форм навчання / С. О. Солнцев, О. В. Зозульов, Н. С. Кубишина, С.О. Лебеденко, Н.В.Язвінська; за заг. ред. С. О. Солнцева ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронний ресурс. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/2580>

7. Маркетинговий менеджмент: Опорний конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 425

Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 37 с. URL : http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%9C%D0%90%D0%A0%D0%9A%D0%95%D0%A2%D0%98%D0%9D%D0%93%D0%9E%D0%92%D0%98%D0%99%20%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A2.pdf (Гриф Методичної ради КПІ ім. Ігоря Сікорського №2 від 01.10.2020)

6. Маркетинговий менеджмент: Навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 2,45 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 60 с. URL : <http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D0%9C%D0%9C.pdf> (Гриф Методичної ради КПІ ім. Ігоря Сікорського №2 від 01.10.2020).

7. Наукова робота магістранта: Збірник тестів. [Електронний ресурс] : навч. посіб. для керівників магістерських робіт та магістрантів спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 308 Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 43 с. URL : <http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA%D>

						<p>о%BE%Do%B2%Do%B o%2o%D1%8o%Do%B E%Do%B1%Do%BE%D 1%82%Do%Bo%2o%Do %BC%Do%Bo%Do%B3 %D1%96%D1%81%D1% 82%D1%8o%Do%Bo% Do%BD%D1%82%Do% Bo_%Do%B7%Do%B1 %D1%96%D1%8o%Do% BD%Do%B8%Do%BA% 2o%D1%82%Do%B5%D 1%81%D1%82%D1%96% Do%B2.pdf (Гриф Методичної ради КПП ім. Горя Сікорського №2 від 01.10.2020) (П. 16): Членство в Українській асоціації маркетингу (П. 17): Стаж практичної (науково- педагогічної) діяльності – 18 років</p>	
210256	Кубишина Надія Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту та маркетингу	Диплом кандидата наук ЕК 015225, виданий 28.09.1983, Атестат доцента ДЦ 020631, виданий 22.02.1990	39	Інноваційний маркетинг на промисловому ринку	<p>Освіта: 1. Київський державний університет ім. Т.Г. Шевченка в 1977 р. Спеціальність: політекономія кваліфікація: викладач, економіст, диплом: БЛ-№792201 2. Кандидат економічних наук, 1983 р. диплом ЭК- 015223 від 28 вересня 1983 р., спеціальність - 08.00.01 – політекономія. тема дисертації “ Економічний закон відшкодування споживчих засобів виробництва в умовах інтенсифікації виробництва”, Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 3. Вчене звання доцент 1990 р., НТУУ “КПІ”, атестат ДЦ № 020631 від 22.02 1990, протокол 259/Д Підвищення кваліфікації: 1. Підвищення кваліфікації у ПВНЗ «Міжнародний університет фінансів», свідоцтво 12 СПВ № 087544 від 28.3.2016 р. за курсом “ Інноваційний маркетинг”» (90 .год.) 2. Додатково: а) участь у конференції: по проекту “Європейські бізнес моделі: трансформація, гармонізація і стратегічна імплементация в</p>

Україні. Сертифікат М. Київ, 2020рр.
б) участь "Системний підхід до гармонізації стандартів - гарантія успіху Європейски бізнес моделей в Україні та " Гармонізація стандартів як нормативно-регульована основа впровадження Європейських моделей бізнесу в Україні.
Сертифікат.М.Київ травень, 2020
Види і результати професійної діяльності за спеціальністю відповідно до п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: (П.2):
1. Кубишина Н.С. Гутова С. Модель реалізації інноваційної політики підприємства на ринку Веб-розробки // Економічний вісник Національного технічного університету України;Київський політехнічний інститут . – 2020.– №17.) // URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/216377/216469>
2. Rumyantsev A P, Kubyshyna N.S .Innovative Activity of the Domestic market enterprises energy in the conditions of globalization / Стратегія розвитку України – 2019.№2 НАУ м. Київ // URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/14497>
3. Кубишина Н.С.Управління асортиментною політикою підприємства // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут ". – 2019. – №16. // URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/182730>
4. Кубишина Н.С. Формування товарного асортименту підприємства на прикладі "Українські гумати" // Економічний вісник Національного

технічного університету України «Київський політехнічний інститут»; – 2018. – №15. // URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/143141>

5. Кубишина Н. С., Стасевич А. П. Розроблення моделі виведення нового товару ТМ “Молюк казкова” на споживчий ринок // Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: «Хімджест» – 2017. - №14 // URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108744>

6. Кубишина Н. С. Формування маркетингової товарної стратегії підприємства / Н. С. Кубишина, Г. М. Гребньов // Економіка та підприємництво : зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів : у 2 ч. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; редкол.: С. І. Дем'яненко (відп. ред.) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2015. – Вип. 34–35, ч. 1. – С. 243–251 // URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/19302>

7. Кубишина Н. С., Ковальчук Т. В. Генерування ідей як основний етап розроблення нового товару на промисловий ринок // Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: «Хімджест» – 2015. - 12 <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/45713> (П.3):

1. Маркетингове забезпечення інноваційних процесів промислових підприємств: монографія [електронне видання] / Н. С. Кубишина, С. О. Лебеденко, Є. В. Гнітецький, О. В. Черненко та ін. – Київ : НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського», 2017. - 166 с. Ум.др. ар.-9,76

2. Маркетинговий механізм

впровадження інноваційних розробок підприємствами енергетичного машинобудування .
Монографія /Н.С.Кубишина, О.Ю.Цапук, С.О.Солнцев . – Київ : НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського», 2017. - 220 с.
(П.4):
Цапук Олена Юріївна
тема дисертації:
Маркетинговий механізм впровадження інноваційних розробок», спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), дата захисту 20.05.2014,
(П.5):
Грантова угода Європейської Комісії №225546 SSH-CT-2008-225546-FRIDA. Проект Fostering Regional Innovation and Development through Anchors and Networks в рамках 7 Рамкової програми ЄС в Університеті Катанії (Італія). До міжнародного консорціуму окрім НТУУ «КПІ» входять університети міст Болонья та Катанья (Італія), Гренобля (Франція), Катовіц (Польща), Брайтону (Велика Британія), Мангайму (ФРН).
Звіт: The transformation of Ukrainian aircraft building through the improvement of business network cooperation
(П.8):
науковий керівник теми № 0110U007960, «Маркетинг інноваційної політики промислового підприємства»
(П. 9):
-заступник завідувача кафедри з організаційних питань -відповідальна за напрям магістерської підготовки
(П.10):
офіційний опонент.
(П. 13):
1 Методичні вказівки до виконання дипломних робіт спеціаліста для студентів із спеціальності

7.03050701
«Маркетинг» усіх
форм навчання / С. О.
Солнцев, О. В.
Зозульов, Н. С.
Кубишина, С.О.
Лебеденко,
Н.В.Язвінська; за заг.
ред. С. О. Солнцева ;
КПІ ім. Ігоря
Сікорського. –
Електронний ресурс.
<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/2580>
2 Товарна інноваційна
політика
промислового
підприємства
Розрахункова робота
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / КПІ ім.
Ігоря Сікорського ;
уклад.:Солнцев С.О.,
Н.С. Кубишина–
Електронні текстові
дані (1 файл: 612
Кбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2020. – 93 с.
3. Маркетингова
товарна політика:
Курсова робота
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / КПІ ім.
Ігоря Сікорського ;
уклад.О.В. Зозульов,,
Н.С. Кубишина–
Електронні текстові
дані (1 файл: 612
Кбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2020. – 73
4 Магістерська
дисертація з
маркетингу
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / КПІ ім.
Ігоря Сікорського ;
уклад.: С.О. Солнцев,
О.В. Зозульов, Н.С.
Кубишина –
Електронні текстові
дані (1 файл: 1,29
Мбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2018. – 100 с.
5. Товарна
інноваційна політика
промислового
підприємства:
конспект лекцій
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації

«Промисловий маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Н.С. Кубишина – Електронні текстові дані (1 файл: Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – с.126

6. Товарна інноваційна політика промислового підприємства
Розрахункова робота [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації

«Промисловий маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Солнцев С.О., Н.С. Кубишина – Електронні текстові дані (1 файл: 612 Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 85 с.

<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/37605> (П. 14):

Керівництво студентами, які зайняли призові місця на

Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт Ковальчук Т.: (2015), Липницька О. (2017); зарубіжний конкурс Ставська (2008, РФ).

(П. 15):

1. Кубишина Н. Савченко К.

Удосконалення товарного асортименту / Актуальні проблеми економіки і управління , вип підприємства на ринку ергономічних меблів випуск 14.2020

р <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/178321>

2. Кубишина Н. Афанасьєва К. Аналіз факторів зовнішнього середовища, що впливають на розвиток ринку автозапчастин до вантажних автомобілів та спецтехніки в Україні» / Актуальні проблеми економіки і управління , випуск 12.2018

р. <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/131548>

3. Кубишина Н., Карпенко Д. Процедура стратегічного набору асортименту товарів для підприємств електротехнічного

						<p>спрямування»/ Актуальні проблеми економіки і управління ,випуск 12.2018 р. http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/132060 4. Кубишина Н. Савченко К. Диференціація ергономічної продукції як спосіб посилення конкурентних переваг»/ Актуальні проблеми економіки і управління, випуск 12.2018 р http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/13153 5. Кубишина Н.С. Барановська А.А.« Інноваційна стратегія в системі забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств альтернативної енергетики « Електронний варіант /Актуальні проблеми економіки і управління ,випуск 10.2016 р. http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/73397 6. Кубишина Н.С., Чуба Д. Стратегії впровадження нового товару на ринку Актуальні проблеми економіки і управління ,випуск 10.2016 р. http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/73401 (П. 16): член ВГО “Українська асоціація маркетингу” . (П.17): Стаж практичної (науково-педагогічної) діяльності – 39 років</p>	
210256	Кубишина Надія Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту та маркетингу	Диплом кандидата наук ЕК 015225, виданий 28.09.1983, Атестат доцента ДЦ 020631, виданий 22.02.1990	39	Товарна інноваційна політика промислового підприємства	<p>Освіта: Київський державний університет ім. Т.Г. Шевченко в 1977 р. Спеціальність : політекономія. кваліфікація: викладач, економіст. диплом: БЛ-№792201 2. Кандидат економічних наук,1983 р. диплом ЭК- 015223 від 28 вересня 1983 р., спеціальність - 08.00.01 – політекономія. тема дисертації “ Економічний закон відшкодування споживчих засобів виробництва в умовах інтенсифікації виробництва”,</p>

Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
3. Вчене звання доцент 1990 р., НТУУ «КПІ», атестат ДЦ № 020631 від 22.02 1990, протокол 259/Д
Підвищення кваліфікації:
ПВНЗ «Міжнародний університет фінансів» Свідоцтво 12 СПВ № 087344 від 28.03 2016 р. за курсом «ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ»
2. Додатково:
а) участь у конференції: по проекту «Європейські бізнес моделі: трансформація, гармонізація і стратегічна імплементація в Україні. Сертифікат .М.Київ, 2020рр.
б) участь у Системний підхід до гармонізації стандартів - гарантія успіху Європейських бізнес моделей в Україні та «Гармонізація стандартів як нормативно-регульована основа впровадження Європейських моделей бізнесу в Україні. Сертифікат.М.Київ травень, 2020
Види і результати професійної діяльності за спеціальністю відповідно до п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: (П. 2):
1. Кубишина Н.С. Гутова С. Модель реалізації інноваційної політики підприємства на ринку Веб-розробки // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2020. – №17.) с.340-350 http://fmm.kpi.ua/_userfiles/EV%20KPI%202020%20DOI%202
2. Romyantsev A P, Kubyshyna N.S .Innovative Activity of the Domestic market enterprises energy in the conditions of globalization / Стратегія розвитку України – 2019. №2 НАУ м. Київ с.21-27

<http://jrnل.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/14497>
3. Кубишина Н.С.
Управління асортиментною політикою підприємства // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» – 2019. – №16. с.287-300
http://fmm.kpi.ua/_userfiles/EV%20KPI%202019%20ful
4. Кубишина Н.С.
Формування товарного асортименту підприємства на прикладі “Українські гумати” // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» –2018. – №15.// с. 392-400
http://fmm.kpi.ua/_userfiles/EV%20NTUU%20KPI%20%202018
5. Кубишина Н.С., Стасевич А.П.
Розроблення моделі виведення нового товару ТМ “Молокія казкова” на споживчий ринок // Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”. – К.: «Хімджест» – 2017 ч.2. - №14 с.329-336
http://fmm.kpi.ua/_userfiles/KPI_geo_2017-11
6. Кубишина Н. С.
Формування маркетингової товарної стратегії підприємства / Н. С. Кубишина, Г. М. Гребньов // Економіка та підприємництво : зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів : у 2 ч. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; редкол.: С. І. Дем'яненко (відп. ред.) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2015. – Вип. 34–35, ч. 1. – С. 243–251.
<https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/19302>
7. Кубишина Н.С., Ковальчук Т.В.
Генерування ідей як основний етап

розроблення нового товару на промисловий ринок // Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ». – К.: «Хімджест» 2015 № 12 с. 355-361
http://fmm.kpi.ua/_userfiles/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA-2015
(П. 3):
1. Маркетингове забезпечення інноваційних процесів промислових підприємств: монографія [електронне видання] / Н. С. Кубишина, С. О. Лебеденко, Є. В. Гнітецький, О. В. Черненко та ін. – Київ : НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського», 2017. - 166 с.
2. Маркетинговий механізм впровадження інноваційних розробок підприємствами енергетичного машинобудування . Монографія /Н.С.Кубишина, О.Ю.Цапук, С.О.Солнцев . – Київ : НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського», 2017. - 220 с.
(П.4):
Цапук Олена Юріївна тема дисертації: Маркетинговий механізм впровадження інноваційних розробок», спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), дата захисту 20.05.2014
(П.5):
Грантова угода Європейської Комісії №22546 SSH-CT-2008-22546-FRIDA. Проект Fostering Regional Innovation and Development through Anchors and Networks в рамках 7 Рамкової програми ЄС в Університеті Катанії (Італія). До міжнародного консорціуму окрім НТУУ «КПІ» входять університети міст Болонья та Катанья (Італія), Гренобля

(Франція), Катовіц (Польща), Брайтону (Велика Британія), Мангайму (ФРН).
Звіт: The transformation of Ukrainian aircraft building through the improvement of business network cooperation
(П.8): науковий керівник теми № 0110U007960, «Маркетинг інноваційної політики промислового підприємства»
(П.9): -заступник завідувача кафедри з організаційних питань -відповідальна за напрям магістерської підготовки
(П.10): офіційний опонент.
(П.13):
1. Товарна інноваційна політика промислового підприємства: конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Н.С. Кубишина – Електронні текстові дані (1 файл: Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – с.126
2. Товарна інноваційна політика промислового підприємства Розрахункова робота [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Солнцев С.О., Н.С. Кубишина – Електронні текстові дані (1 файл: 612 Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 85 с.
<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/37605>
3 Методичні вказівки до виконання дипломних робіт спеціаліста для студентів із спеціальності 7.03050701 «Маркетинг» усіх форм навчання / С. О. Солнцев, О. В. Зозульов, Н. С. Кубишина, С.О.

Лебеденко,
Н.В.Язвінська; за заг.
ред. С. О. Солнцева ;
КПІ ім. Ігоря
Сікорського. –
Електронний ресурс.
<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/2580>
4. Маркетингова
товарна політика:
Курсова робота
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / КПІ ім.
Ігоря Сікорського ;
уклад.О.В. Зозульов,,
Н.С. Кубишина–
Електронні текстові
дані (1 файл: 612
Кбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2020. – 73 с.
5 Магістерська
дисертація з
маркетингу
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / КПІ ім.
Ігоря Сікорського ;
уклад.: С.О. Солнцев,
О.В. Зозульов, Н.С.
Кубишина –
Електронні текстові
дані (1 файл: 1,29
Мбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2018. – 100 с.
(П. 14):
Керівництво
студентами, які
зайняли призові місця
на
Всеукраїнському
конкурсі дипломних
робіт Ковальчук Т.:
(2015), Липницька О.
(2017);
(П. 15):
1.Кубишина Н.
Савченко К.
Удосконалення
товарного
асортименту/
Актуальні проблеми
економіки і
управління ,вип
підприємства на
ринку ергономічних
меблів випуск 14.2020
р
<http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/178321>
2. Кубишина Н.
Афанасьєва К. Аналіз
факторів зовнішнього
середовища, що
впливають на
розвиток ринку
автозапчастин до
вантажних
автомобілів та
спецтехніки в
Україні»/ Актуальні

						<p>проблеми економіки і управління ,випуск 12.2018 p.http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/131548 3. Кубишина Н., Карпенко Д. Процедура стратегічного набору асортименту товарів для підприємств електротехнічного спрямування»/ Актуальні проблеми економіки і управління ,випуск 12.2018 р. http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/132060 4. Кубишина Н. Савченко К. Диференціація ергономічної продукції як спосіб посилення конкурентних переваг»/ Актуальні проблеми економіки і управління ,випуск 12.2018 р http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/13153 5. Кубишина Н.С. Барановська А.А.« Інноваційна стратегія в системі забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств альтернативної енергетики « Електронний варіант /Актуальні проблеми економіки і управління ,випуск 10.2016 р. http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/73397 6. Кубишина Н.С., Чуба Д. Стратегії впровадження нового товару на ринку Актуальні проблеми економіки і управління ,випуск 10.2016 р.http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/73401 (П. 16): член ВГО “Українська асоціація маркетингу” . (П.17) Стаж практичної (науково-педагогічної) діяльності – 39 років</p>	
203997	Царьова Тетяна Олександрівна	Старший викладач, Основне місце роботи	Факультет менеджменту та маркетингу	Диплом магістра, Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут", рік закінчення: 2004, спеціальність:	15	Поведінка споживачів на промисловому ринку	Освіта: 1. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2004, Спеціальність - Маркетинг, Кваліфікація - магістр з маркетингу, Диплом KB № 25802117 від 15.07.2004

050108
Маркетинг,
Диплом
кандидата наук
ДК 032414,
виданий
15.12.2015

2. Кандидат економічних наук, 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тема дисертації: «Маркетинговий підхід до проведення технологічного аудиту машинобудівних технологій в науково-дослідних організаціях»
Диплом ДК № 032414 від 15.12.2015
Підвищення кваліфікації:
1. Міжнародний університет фінансів. програма: "Фінансові та інформаційні технології в бізнесі в умовах невизначеності"
Свідоцтво про підвищення кваліфікації ПК № 21547613/000078-18 від 26 січня 2018
2. Соціо-економічний університет в Пшеворську, Польща, програма: «Сучасний університет в системі європейської освіти: методи навчання, науковий та педагогічний розвиток, дистанційне навчання та інтернаціоналізація освітнього процесу», свідоцтво про стажування IFC-WSSG/WK/2018-96 від 18.04.2018
Види і результати професійної діяльності за спеціальністю відповідно до п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: (П.2):
1. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Процесно-технологічний підхід до формування маркетингової моделі товару. // Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ». – К.: НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка» – 2016. - №13. – С. 369-376 (0,4 ум. друк. арк.).
2. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Процесний підхід до формування маркетингової моделі товару // Економіка і підприємництво: зб. наук. пр. молодих

учених та аспірантів. У
2 ч. Ч. 1. 2015. Вип. 34-
35 – С.381-389. (0,3
ум. друк. арк.).

3. Зозульов О. В.,
Царьова Т.О.
Функціонально-
структурна модель
товару як основа для
стрес-тестування
маркетингової бізнес-
моделі компанії //
Економічний вісник
Національного
технічного
університету України
"Київський
політехнічний
інститут". – 2018. –
№15. – С. 382-391. //
URL:
<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/25409>

4. Царьова
Т.О.Інноваційний
технологічний
розвиток
машинобудування
України/ Т. О.
Царьова //
Економічний вісник
НТУУ «КПІ». – 2015. –
№ 12. – С. 460–467

5. Zozul'ov, O. The
marketing epochs by
key elements of
enterprise`
competitiveness /
Oleksandr Zozul'ov,
Tetiana Tsarova //
Економічний вісник
НТУУ «КПІ» : збірник
наукових праць. –
2020. – № 17
(П.3.):

1. Маркетингове
забезпечення
інноваційних процесів
промислових
підприємств :
монографія / Є.В.
Гнітецький, С.О.
Лебеденко, Н.С.
Кубишина, О.В.
Черненко, Т.О.
Царьова. – Київ: КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2017. - 166 с.
(П.8):

Відповідальний
виконавець теми №
0113Uo06454,
«Маркетинг науково-
технічної продукції
підприємств
машинобудівного,
паливно-енергетично,
нафтохімічного
комплексів та
підприємств
поліграфії на
промисловому
ринку».
(П.13):

1. Маркетинг
промислового
підприємства: курсова
робота [Електронний
ресурс] : навч. посіб.
для студ.
спеціальності 075

«Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: О. В. Зозульов, Т.О.Царьова. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019., гриф факультету (інституту), № протокола Ради 8, дата отримання грифу 25.04.19 2018-2019

2. Промисловий маркетинг: курсова робота [Електронний ресурс] : навч. посіб. Для здобувачів ступеня бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: О. В. Зозульов, Т.О.Царьова, – Електронні текстові дані (1 файл: 840 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 80 с.

2. Маркетинг стартап-проектів [Електронний ресурс] : навч. посіб. для усіх спеціальностей другого освітнього ступеню «магістр» / За заг. ред. С. О. Солнцева / С.О. Солнцев, О.В. Зозульов, Н. В. Юдіна, Т. О. Царьова, Н. В. Язвінська ; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 3,2 Мбайт). - Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 218 с. URL: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/27437>

3. Поведінка споживачів на промисловому ринку: Робочий зошит [Електронний ресурс] : навчальний посібник для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Промисловий маркетинг» / Зозульов О. В., Царьова Т. О. ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,66 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 77 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/36951> (П. 15):

1. Царьова Т.О.. Специфіка та тенденції розвитку ринку крафтової продукції в Україні /

						<p>А.Є. Кульчицька, Т.О. Царьова // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2018. - № 12. – режим доступу: http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/135985 (включено в базу IndexCopernicusInternational)</p> <p>2. Царьова Т.О.. Управління асортиментом на ринку крафтової продукції/ А.Є. Кульчицька, Т.О. Царьова // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2018. - № 12. – режим доступу: http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/135991 (включено в базу IndexCopernicusInternational)</p> <p>3. Зозульов О.В., Царьова Т.О. Процесно-технологічний підхід до формування маркетингової моделі товару // Маркетинг и реклама. – 2017. - № 1 (244). – С. 58-65 (0,4 ум. друк. арк.). (П. 16): Член ВГО “Українська асоціація маркетингу” . (П. 17): Стаж практичної (науково-педагогічної) діяльності - 15 років</p>	
208453	Язвінська Надія Вікторівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту та маркетингу	Диплом кандидата наук ДК 035192, виданий 04.07.2006, Атестат доцента 12/ДЦ 028609, виданий 10.11.2011	18	Стратегічний маркетинг	<p>Освіта:</p> <p>1. НТУУ «КПІ», 2001р, Кваліфікація магістр з маркетингу диплом з відзнакою КВ № 17323154 від 10.07.2001. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», Спеціальність – «Маркетинг».</p> <p>2. НТУУ «КПІ», 2002р, Спеціальність – «Інформаційні управляючі системи та технології», Кваліфікація - аналітик комп'ютерних систем. Диплом КВ№ 17477433 від 28.02.2002</p> <p>3. Кандидат економічних наук, 08.06.01 - Економіка організація і управління підприємствами. Диплом ДК № 035192 від 04.07.2006 Тема дисертації:</p>

«Конкурентоспроможність українських підприємств на ринках програмного забезпечення».

4. Атестат доцента кафедри промислового маркетингу 12ДЦ № 028609 від 10.11.2011 р.

Підвищення кваліфікації:

1. Certificate № 00071 University of Economics, Varna, Bulgaria. Academic internship “Balanced economic and legal processes in society and business environment in the context of globalization”. 4 credits, 2018.

2. Міжнародний університет фінансів, Свідоцтво про підвищення кваліфікації ПК № 21547613/000082-18 від 26.01.2018, «Фінансові та інформаційні технології в бізнесі в умовах невизначеності» 08.11.2017-26.01.2018_

3. Стажування в рамках реалізації модуля "European business models:transformation, harmonization and implementation in Ukraine"; № 587138-EPP-1-2017-1-UA-EPPJMO-MODULE,. according to joint project of National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Polytechnic Institute”, Erasmus+ Jean Monnet Fund and Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, supported by ЕС. Training “Harmonization of Standards as the Basis for the European Business Model Implementation in Ukraine”. Kyiv, 2019

Види і результати професійної діяльності за спеціальністю відповідно до п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: (П.2):

1. Язвінська Н. В., Ніколайчук Ю.Ю. Внутрішній маркетинг: еволюція поглядів, цінність, чинники впровадження та розвитку. Вісник ОНУ

імені І.І.Мечникова.
Серія "Економіка" Том
25 Випуск 1 (80) 2020
URL : DOI:
<https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-27>
http://www.visnyk-onu.od.ua/journal/2020_25_1/29.pdf
2. Савчук Т.А.,
Язвінська Н. В.
Формування програми
цифрового
маркетингу
підприємства.
ЕКОНОМІКА ТА
СУСПІЛЬСТВО:
електронне наукове
фахове видання.
Випуск 19 (2018). URL:
http://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/92.pdf
3. Язвінська Н. В.,
Савченко К.А.
Налагодження бізнес-
процесів як спосіб
реалізації системного
підходу в
маркетинговому
менеджменті
Економічний Вісник
НТУУ «КПІ».
№15(2018). URL: DOI:
<https://doi.org/10.20535/2307-5651.15.2018.136851>
<http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/136851>
4. Горбовська О.О.,
Язвінська Н. В.
Маркетингове
управління
громадськими
організаціями.
ЕКОНОМІКА ТА
СУСПІЛЬСТВО:
електронне наукове
фахове видання.
Випуск 15 (2018). URL:
http://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/40.pdf
5. Язвінська Н. В.,
Домашева Є. А.
Управління
маркетингом
підприємства крізь
призму управління
відносинами. Східна
Європа: економіка,
бізнес та управління :
електронне наукове
фахове видання.
Випуск 1 (2018). URL:
<https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/YAzvinska-N.V.-Domasheva-YE.A..pdf>
6. Голидьбіна А. В.,
Язвінська Н. В.
Особливості сучасного
ринку ІТ-послуг та
специфіка просування
на ньому.
Економічний вісник
Національного
технічного
університету України
«Київський

політехнічний інститут». № 14 (2017). URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22359/1/EV2017_291-298.pdf

7. Тимченко А. В., Язвінська Н. В. Еволюція в управлінні комплексом маркетингу: застосування моделі «7р» на підприємствах промислових пралень. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». №13 (2016). URL: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/18424>

8. Граділь А.А., Язвінська Н. В. Міжнародний та вітчизняний досвід розвитку формату «арт-кафе»: особливості, тенденції, фактори успіху. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». №13 (2016). URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/18411>

(П.3):
1. Маркетинг стартап-проектів [Електронний ресурс] : навчальний посібник для усіх спеціальностей другого освітнього ступеню «магістр» / С. О. Солнцев, О. В. Зозульов, Н. В. Юдіна, Т. О. Царьова, Н. В. Язвінська ; за заг. ред. С. О. Солнцева ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл: 3,2 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 218 с. URL : <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/27437>.

(П.5):
Грантова угода Європейської Комісії №2225546 SSH-CT-2008-225546-FRIDA. Проект Fostering Regional Innovation and Development through Anchors and Networks в рамках 7 Рамкової програми ЄС в Університеті Катанії (Італія). До міжнародного консорціуму окрім НТУУ «КПІ» входять

університети міст
Болонья та Катанья
(Італія), Гренобля
(Франція), Катовіц
(Польща), Брайтону
(Велика Британія),
Мангайму (ФРН).
Звіт: The
transformation of
Ukrainian aircraft
building through the
improvement of
business network
cooperation
(П.13):
1. Стратегічний
маркетинг: Методичні
вказівки до виконання
курсової роботи:
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / Н. В.
Язвінська, Т.О.
Царьова;. КПІ ім.
Ігоря Сікорського. –
Електронні текстові
дані (1 файл: 253
Кбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2020. – 26 с. URL :
http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9A%D0%A0_CM_%D0%9C%D0%90%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D1%8B.pdf (Гриф
Методичної ради КПІ
ім. Ігоря Сікорського
№2 від 01.10.2020)
2. Стратегічний
маркетинг:
навчально-
методичний комплекс
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / Н. В.
Язвінська; КПІ ім.
Ігоря Сікорського. –
Електронні текстові
дані (1 файл: 670
Кбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2020. – 92 с. URL:
<http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D0%A1%D0%9C.pdf> (Гриф
Методичної ради КПІ
ім. Ігоря Сікорського
№2 від 01.10.2020)
3. Стратегічний

маркетинг: Опорний конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 250 Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 28 с. URL : http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%A1%D0%9C.pdf (Гриф Методичної ради КПІ ім. Ігоря Сікорського №2 від 01.10.2020)

4. Стратегічний маркетинг: робочий зошит [Електронний ресурс] : навчальний посібник з вивчення дисципліни «Стратегічний маркетинг» освітньої програми «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого освітнього ступеню «магістр» / Н.В. Язвінська, Т.О.Царьова ; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл : 11 Mb). - Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 104 с. «Рекомендовано Методичною радою КПІ ім.Ігоря Сікорського». URL: http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%A0%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%87%D0%B8%D0%B9%20%D0%B7%D0%BE%D1%88%D0%B8%D1%82.pdf

5. Методичні вказівки до виконання дипломних робіт спеціаліста для студентів із спеціальності 7.03050701 «Маркетинг» усіх форм навчання / С. О. Солнцев, О. В. Зозульов, Н. С. Кубишина, С.О.

Лебеденко,
Н.В.Язвінська; за заг.
ред. С. О. Солнцева ;
КПІ ім. Ігоря
Сікорського. –
Електронний ресурс.
<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/2580>
6. Маркетинговий
менеджмент:
Опорний конспект
лекцій [Електронний
ресурс]: навч. посіб.
для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / Н. В.
Язвінська;. КПІ ім.
Ігоря Сікорського. –
Електронні текстові
дані (1 файл: 425
Кбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2020. – 37 с. URL :
http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%9C%D0%90%D0%A0%D0%9A%D0%95%D0%A2%D0%98%D0%9D%D0%93%D0%9E%D0%92%D0%98%D0%99%20%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A2.pdf (Гриф Методичної
ради КПІ ім. Ігоря
Сікорського №2 від
01.10.2020)
7. Маркетинговий
менеджмент:
Навчально-
методичний комплекс
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / Н. В.
Язвінська;. КПІ ім.
Ігоря Сікорського. –
Електронні текстові
дані (1 файл: 2,45
Мбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2020. – 60 с. URL :
<http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D0%9C%D0%9C.pdf> (Гриф
Методичної ради КПІ
ім. Ігоря Сікорського
№2 від 01.10.2020).

						<p>8. Наукова робота магістранта: Збірник тестів. [Електронний ресурс] : навч. посіб. для керівників магістерських робіт та магістрантів спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська; КПП ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 308 Кбайт). – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 43 с. URL : http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0_%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%96%D0%B2.pdf (Гриф Методичної ради КПП ім. Ігоря Сікорського №2 від 01.10.2020) (П.16): Членство в Українській асоціації маркетингу (П.17): Стаж практичної (науково-педагогічної) діяльності – 18 років</p>	
106077	Копішинська Катерина Олександрівна	Старший викладач, Основне місце роботи	Факультет менеджменту та маркетингу	Диплом кандидата наук ДК 036695, виданий 01.07.2016	8	Розробка стартап-проектів	<p>Освіта: 1. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут, 2012 рік, спеціальність – «Менеджмент інноваційної діяльності», диплом КВ № 42019782, кваліфікація: магістр з менеджменту інноваційної діяльності 2. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут, 2016 рік, кандидат економічних наук, диплом ДК № 036695, спеціальність «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», тема дисертації: «Управління інноваційними</p>

системами підприємств машинобудування». Підвищення кваліфікації: Міжнародне післядипломне стажування «Академічна мобільність та науково-дослідницьке стажування «Міжнародні проєкти: написання, аплікування, управління та звітність», 26.08.2020 – 06.10.2020, Організатори: Центральноевропейська Академія Навчань та Сертифікації (CEASC (Польща-Україна) у співпраці з Університетом Суспільних наук (UNS), м. Лодзь (Польща) та Католицьким Університетом в Ружомберку (Словаччина), сертифікат № 2020/10/1278 Види і результати професійної діяльності за спеціальністю відповідно до п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: (П. 1):

Boiarynova, K., Kopishynska, K. and Hryhorska, N. (2019). Economic and management approach to defining effective projects for enterprise development under risks and uncertainty. Problems and Perspectives in Management, 17(4), 299-313. – URL: https://www.researchgate.net/publication/338148352_Economic_and_management_approach_to_defining_effective_projects_for_enterprise_development_under_risks_and_uncertainty (Scopus)

(П. 2):

1. Бояринова К. О., Дергачова В. В., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Аналіз прогнозів впливу пандемії коронавірусу на економіку України та сусідніх країн. Бізнес Інформ. 2020. №7. С. 6–15.
2. Копішинська К. О. Методичні засади планування міжнародної

діяльності підприємств.
«Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі» (Серія «Економічні науки»). 2019. № 3(94). С.49-57. URL: <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/1570>

3. Бояринова К. О., Копішинська К. О. Півот як інструмент забезпечення успішності реалізації стартапу. Ефективна економіка. 2019. № 3. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6958>

4. Копішинська К. О., Широкова І. С. Сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку атомної енергетики України. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2019. – № 16. С. 350-359. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/182742/182670>.

5. Копішинська К. О. Цифрові інновації: зміст, структура та умови функціонування. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2018. № 5 (17). С 108-114.

6. Копишинская Е. А. Влияние использования открытых инноваций в деятельности инновационной системы предприятия и уровня его инновационной привлекательности на себестоимость инновационной продукции Экономика та суспільство. 2017. № 11. С. 250–256. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-11/18-stati-11/1219-kopishinskaya-e-a>

7. Бояринова, К. О., Копішинська К. О. Особливості законодавчого регулювання діяльності стартап-компаній в Україні. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2017. № 14. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108722/103670>.

8. Копішинська К. О.

Теоретичне підґрунтя управління інноваційними системами підприємств. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2016. № 13. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/80627/76240>.

9. Копішинська К. О. Використання agile-менеджменту в управлінні інноваційними процесами. «Бизнес Інформ». 2016. №11. – С. 344–349. (П. 3):

1. Управління стартапами : підручник для студентів економічних спеціальностей першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська; за заг. ред. О. А. Гавриша. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 717 с. (25%)

2. Менеджмент стартап проектів : підручник для студентів технічних спеціальностей другого (магістерського) рівня вищої освіти / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко, Н. І. Ситник, Ж. М. Жигалкевич, К. О. Бояринова, О. В. Гук, Г. А. Мохонько, Є. В. Дергачов, К. О. Копішинська; за заг. ред. О. А. Гавриша. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 337 с. (10%)

3. Забезпечення інноваційного розвитку промисловості України / Ю. З. Драчук, К. О. Копішинська, Я. О. Колешня, Я. І. Кологривов, К. О. Кузнецова; за заг. наук. ред. д.е.н., проф. В.В. Дергачової. – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 234 с. (20%) (П. 6) :

Викладання дисципліни «Менеджмент

							<p>міжнародної діяльності підприємств» англійською мовою у 2019-2020 н.р. (довідка від 30.05.2020 № 47-сі) (П. 13):</p> <p>1. Розробка стартап-проектів: Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальностей 151 – «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» та 152 – «Метрологія та інформаційно-вимірвальна техніка» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, К. О. Копішинська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл: X,XX Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 188 с. (33%)</p> <p>2. Розробка стартап-проектів: практикум [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальностей 151 – «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» та 152 – «Метрологія та інформаційно-вимірвальна техніка» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, К. О. Копішинська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл: X,XX Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 116 с. (33%)</p> <p>3. Переддипломна практика бакалаврів: Організація, підготовка, проведення та оцінювання [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: А. Р. Дунська, К. О. Копішинська, Ю. П. Воржакова, Г. П. Жалдак. – Електронні текстові данні (1 файл: X,XX Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 38 с. (25%) (П.17):</p> <p>Стаж практичної (науково-педагогічної) діяльності – 8 років</p>
218771	Кравченко Марина	Професор, Основне	Факультет менеджменту	Диплом доктора наук	23	Розробка стартап-	Освіта: 1. Диплом спеціаліста

	Олегівна	місце роботи	та маркетингу	ДД 008191, виданий 05.03.2019, Атестат доцента 02ДЦ 012096, виданий 20.04.2006	проектів	<p>з відзнакою КБ №902013 від 07.03.1997, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», спеціальність Менеджмент у виробничій сфері», кваліфікація спеціаліста: менеджер.</p> <p>2. Диплом кандидата економічних наук ДК №014701 від 12.06.2002 за спеціальністю "Підприємництво, менеджмент та маркетинг».</p> <p>3. Атестат доцента кафедри менеджменту 02ДЦ №012096 від 20.04.2006.</p> <p>4. Диплом доктора економічних наук ДД №,008191 від 05.03.2019 за спеціальністю 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Підвищення кваліфікації:</p> <p>1. Науково-педагогічне стажування у Вищій школі бізнесу та підприємництва міста Островця-Свентокшиського (Польща) (Wyższa Szkoła Biznesu i Przedsiębiorczości w Ostrowcu Świętokrzyskim) за програмою «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження у підготовку фахівців з економіки та управління», сертифікат від 31.01.2020, термін проведення: 20.01.2020-31.01.2020.</p> <p>2. Підвищення кваліфікації у КПНЗ «Перші Київські державні курси іноземних мов» за програмою «Англійська мова як іноземна», свідоцтво №2518 від 27.01.2020, термін проведення: 17.09.2019-24.01.2020, кваліфікаційний рівень – В.</p> <p>3. Тренінги у рамках спільного проекту КПП ім. Ігоря Сікорського, Фонду ім. Жана Моне (Jean Monnet Fund) та</p>
--	----------	--------------	---------------	--	----------	--

Виконавчого Агентства з питань освіти, аудіовізуальних засобів та культури (Education, Audiovisual and Culture Executive Agency) за підтримки ERASMUS+ «European business models: transformation, harmonization and implementation in Ukraine» за програмами «Інтеграційні трансформації ЄС: напрями, динаміка, пріоритети» і «Досягнення та перспективи євроінтеграції для України», сертифікат від 31.10.2019, термін проведення: 22.10.2019-31.10.2019.

4. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук у спеціалізованій вченій раді Д 26.002.23 КПІ ім. Ігоря Сікорського на тему «Системно-структурний підхід до формування економічної стійкості машинобудівних підприємств», дата захисту: 06.12.2018.

5. Підвищення кваліфікації у ПВНЗ «Міжнародний університет фінансів» за програмою «Фінансові та інформаційні технології в бізнесі в умовах невизначеності», свідоцтво: № ПК 21547613/000028-17, термін проведення: 12.05.2017-30.06.2017.

Види і результати професійної діяльності за спеціальністю відповідно до п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: (п. 1):

1. Babenko V., Perevozova I., Kravchenko M., Krutko M. and Babenko D. Modern processes of regional economic integration of Ukraine in the context of sustainable development. E3S Web of Conferences, 166 (2020) 12001 / The International Conference on Sustainable Futures: Environmental, Technological, Social and Economic Matters

(ICSF – 2020). DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016612001> (Scopus, Conference Proceedings Citation Index – Web of Science).

2. Dergachova V., Kravchenko M., Kuznetsova K., Dergachova A., Melnikova V. Systemic-structural analysis of the machine building enterprises economic sustainability formation mechanism. Problems and perspectives in management. 2019. Vol. 17. Iss. 3. Pp. 395-409 (Scopus).

3. Dergachova V., Kravchenko M., Zgurovsky A. Econometric analysis of structure and sustainability of Ukrainian socio-economic system in the context of system economic theory. Problems and perspectives in management. 2017. Vol. 15. Iss. 4. Pp. 86-99 (Scopus).

4. Kravchenko M. Econometric analysis of machine-building enterprises' sustainability in the context of neo-system paradigm. Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D : Faculty of Economics and Administration. 2017. No. 41 (3/2017). Vol. XXIV. Pp. 79-89 (Scopus).

5. Войтко С. В., Кравченко М. О. Аналіз механізму формування економічної стійкості машинобудівних підприємств (неосистемний підхід). Маркетинг і менеджмент інновацій. 2016. №4. С. 211-221. (Web of Science).

(п. 2):

1. Кравченко М. О., Прудкий В. В. Бізнес-модель як основа впровадження інновацій на підприємстві. Економіка та держава. 2019. №12. С. 138-142.

2. Кравченко М. О., Газарян Є. А. Особливості формування екосистеми стартапів в Україні. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. Вип. 5 (22). С.

90-97. URL:
http://www.easterneur-ebm.in.ua/journal/22_2019/13.pdf

3. Кравченко М. О., Кураєв Д. О. Перспективи застосування краудфінансінгу та краудінвестінгу для фінансування стартап-проектів. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. Вип. 24. С. 127-131.

4. Кравченко М. О., Уваровський Р. Д. Аналіз ефективності інноваційної діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2017. № 14. С. 405-410.

5. Кравченко М. О. Розвиток стартап компанії на основі співробітницького підходу. Інтелект XXI. 2016. Вип. 5. С. 75-79. (п. 3):

1. Управління стартапами : підручник для студентів економічних спеціальностей першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська; за заг. ред. О. А. Гавриша. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 720 с.

2. Менеджмент стартап проектів : підручник для студентів технічних спеціальностей другого (магістерського) рівня вищої освіти / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко та ін.; за заг. ред. О. А. Гавриша. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2019. 337 с.

3. Аналіз сталого розвитку – глобальний і регіональний

контексти / Міжнародна Наукова рада (ISC) та ін.; науковий керівник проекту М. З. Згуровський. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, ВПК «Політехніка», 2019. Ч. 2. Україна в індикаторах сталого розвитку. 112 с.

4. Гавриш О. А., Дунська А. Р., Жигалкевич Ж. М., Кравченко М. О. Інноваційні засади розвитку промислових підприємств в умовах інтеграції в світовий економічний простір. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 252 с.

5. Кравченко М. О. Системно-структурна концепція економічної стійкості підприємств : монографія. Київ : ПП Вишемирський В. С., 2017. 460 с.

6. Інноваційний менеджмент: теорія та практика : навчальний посібник для студентів технічних спеціальностей другого (магістерського) рівня вищої освіти / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, К. О. Бояринова, О. В. Гук, Ж. М. Жигалкевич, М. О. Кравченко; за заг. ред. О. А. Гавриша. Київ : НТУУ «КПІ», 2016. 386 с.

7. Foresight of Ukrainian Economy: Mid-Term (2015-2020) and Long-Term (2020-2030) Time Horizons / scientific advisor of the project M. Zgurovsky ; International Council for Science ; Committee for the System Analysis of the Presidium of NAS of Ukraine ; NTUU "KPI" ; Institute for Applied System Analysis of NAS and MES of Ukraine ; World Data Center for Geoinformatics and Sustainable Development . 2nd ed. Kyiv : NTUU "KPI" ; PH "Polytechnica", 2016. 136 p.

8. Форсайт та побудова стратегії соціально-економічного розвитку України на середньостроковому (до 2020 року) і довгостроковому (до

2030 року) часових горизонтів / науковий керівник проекту М. З. Згуровський ; Міжнародна рада з науки ; Комітет із системного аналізу при Президії НАН України ; НТУУ «КПІ» ; Інститут прикладного системного аналізу НАН і МОН України ; Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. Київ : НТУУ «КПІ», 2016. 184 с.

9. Форсайт економіки України: середньостроковий (2015—2020 роки) і довгостроковий (2020—2030 роки) часові горизонти / науковий керівник проекту М. З. Згуровський ; Міжнародна рада з науки ; Комітет із системного аналізу при Президії НАН України ; НТУУ «КПІ»; Інститут прикладного системного аналізу НАН і МОН України ; Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. Київ : НТУУ «КПІ», 2015. 136 с.

(п. 8):

1. Виконання функцій головного редактора наукового журналу «Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут», включеного до переліку наукових фахових видань України.

2. Виконання функцій наукового керівника наукової ініціативної теми «Управління розвитком інноваційного підприємництва в умовах неіндустріальної економіки», номер державної реєстрації 0118U100598, дата реєстрації.16.12.2018.

(п. 10):

1. Організаційна робота на кафедрі менеджменту КПІ ім. Ігоря Сікорського як керівник сертифікатної програми «Менеджмент інвестицій та інновацій» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти:

http://management.fm.m.kpi.ua/inv_innov.
(п. 13):

1. Проходження переддипломної практики за дистанційною формою: методичні рекомендації для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування». Укладачі: В. Дергачова, А. Дунська, М. Кравченко, Н. Ситник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 21 с.
2. Управління ризиками: навчально-методичний посібник до проведення практичних занять та самостійної роботи студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент», що навчаються за освітньо-професійною програмою «Менеджмент і бізнес-адміністрування». Укладач М. О. Кравченко. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 83 с.
3. Управління ризиками: навчально-методичний посібник до вивчення дисципліни для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент», що навчаються за освітньо-професійною програмою «Менеджмент і бізнес-адміністрування». Укладач М. О. Кравченко. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 32 с.
4. Розроблення стартап-проекту : методичні рекомендації до виконання розділу магістерських дисертацій для студентів інженерних спеціальностей. Укладачі: О. А. Гавриш, С. О. Солнцев, В. В. Дергачова, О. В. Зозульов, Н. В. Юдіна, Т. О. Царьова, К. О.

Бояринова, М. О.
Кравченко, Ж. М.
Жигалкевич. Київ :
НТУУ «КПІ», 2016. 28
с.

5. Менеджмент
інвестицій та
інновацій : методичні
вказівки до виконання
та захисту
магістерських
дисертацій на
здобуття ступеня
магістра для студентів
факультету
менеджменту та
маркетингу галузі
знань 07 «Управління
та адміністрування»,
спеціальності 073
«Менеджмент»,
спеціалізації
«Менеджмент
міжнародного
бізнесу». Укладачі: В.
В. Дергачова, М. О.
Кравченко, К. О.
Бояринова, І. М.
Манаєнко. Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2017. 56 с.
(п. 14):

1. Керівництво
студентом, який добув
друге місце у
Всеукраїнському
конкурсі наукових
робіт студентів за
спеціалізацією
«Менеджмент
інвестиційної та
інноваційної
діяльності»
(дистанційно),
08.04.2020. Студент
Прудкий В.В., тема
роботи «Бізнес-
модельювання
впровадження
інноваційної
продукції на
підприємстві».

2. Робота у складі журі
II туру
Всеукраїнського
конкурсу наукових
робіт студентів за
спеціалізацією
«Менеджмент
інвестиційної та
інноваційної
діяльності»
(дистанційно),
08.04.2020.

3. Робота у складі журі
II етапу
Всеукраїнської
студентської
олімпіади з
дисципліни
«Стратегічне
управління», 15-
17.05.2019.

4. Робота у складі журі
II туру
Всеукраїнського
конкурсу наукових
робіт студентів за
спеціалізацією
«Менеджмент
інвестиційної та

							інноваційної діяльності», 25.04.2019. 5. Робота у складі апеляційної комісії II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Стратегічне управління», 16-18.05.2018. (п. 17): 1. Досвід практичної роботи за спеціальністю: директор ТОВ «МКС-тур» із 2009 року і дотепер; директор ТОВ «МКС-2005» із 2005 року і дотепер. 2. Науково-педагогічний стаж – 23 р.
213679	Корницька Юлія Анатоліївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет лінгвістики	Диплом кандидата наук ДК 004383, виданий 17.05.2012, Атестат доцента 12ДЦ 041438, виданий 26.02.2015	15	Практикум з іншомовного професійного спілкування	Освіта: 1. Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут", 2005, Переклад, перекладач, викладач англійської та німецької мов. Диплом КВН№ 28086231 2. Канд. пед. наук, 13.00.07 Теорія і методика виховання. Диплом ДК№004383б 17 червня 2012 р. 3. Доцент кафедри англійської мови гуманітарного спрямування №3. Атестат 12ДЦ №041438б 26 лютого, 2015 р. Підвищення кваліфікації: Підвищення кваліфікації у Навчально-методичному комплексі «Інститут післядипломної освіти» Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» свідоцтво ПК 02070921/003204-18, 12.04.2018, «Загальний курс ІТ для користувачів» Види і результати професійної діяльності за спеціальністю відповідно до п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: (П. 2): 1. Корницька Ю. А. Вікі-технологія як інструмент навчання

професійно-орієнтованої лексики студентів немовних спеціальностей // Теорія та методика управління освітою. Електронне наукове фахове видання. – Випуск 2 (20), 2018. – Режим доступу: http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/metod_upr_osvit/v2_17/%D0%9A%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D1%86_%D0%BA%D0%B0.pdf

2. Корницька Ю. А. Інтерактивні методи навчання іноземних мов студентів технічних спеціальностей в контексті компетентісного підходу // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології : наук. журнал / голов. ред. А. А. Сбруєва. – Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2018. – № 1(75). – С. 225-234

3. Корницька Ю. А. Креативне письмо в курсі іноземної мови для студентів немовних спеціальностей // Інноваційна педагогіка: науковий журнал. – 2019. – Вип. 11. – Т. 2. – С. 48-50

4. Корницька Ю. А. Developing reading skills in a flipped class // Інноваційна педагогіка: науковий журнал. – 2019. – Вип. 20. – Т. 2. – С. 62-64

5. Корницька Ю. А. Flipped classroom in the esp course: students' perceptions // Молодь і ринок : щомісяч. наук.-пед. журн. - 2020. - № 1 (180). - С. 116-120 (П. 3):

Корницька Ю. А., Духаніна Н. М. Англійська мова в сфері інформаційних та комп'ютерних технологій. Навчальний посібник для навчання англійської мови студентів напрямів підготовки 6.050101 «Комп'ютерні науки», 6.040302 «Інформатика» [Текст] : навч. посіб. / Ю. А. Корницька, Н. М. Духаніна, – К. : НТУУ «КПІ», 2014. – 213 с. (П. 8):

Новітня освіта (Advanced Education) 2017-2020

(П10):
Організаційна робота на посаді відповідального за наукову роботу кафедри АМГС №3 2006-2014. 2017-2020
(П. 14):
Міжнародної науково-практичної конференції “Сучасні тенденції викладання іноземних мов у закладах вищої освіти”
Міжнародної студентської конференції “Ukrainian and foreign science: yesterday, today, tomorrow” 2017-2020
(П. 15):
1. Корницька Ю. А. Лінгвістичний корпус в навчанні іноземних мов // Матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні підходи та інноваційні тенденції у викладанні іноземних мов», 12 квітня, 2018 р. – К., 2018 – С. 82-84.
2. Корницька Ю. А. Wiki in LSP classroom // Актуальные научные исследования в современном мире : сб. научных трудов / гл. ред. В. П. Коцур. – Переяслав-Хмельницький, 2019. – Вып. 3(47). – С.15-19.
3. Корницька Ю. А. WebQuest in ESP classroom: effect and students' attitude / Ю. А. Корницька // Молодий вчений. – 2019. – №5 (69).
Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/ru/archive/69/>
4. Корницька Ю. А. Flipped esp class: facilitation // Herald pedagogiki. (wydanie specjalne). Monografia rok konferencyjna. - № 54 (04). – Warszawa. 2020. – P. 50 – 51.
5. Корницька Ю. А. Wiki in an university course: use and students' attitude // International Scientific and Practical Conference Psychology and pedagogy as sciences of formation and development of modern personality: Conference Proceedings, December 27 - 28, 2019. – Wloclawek, Republic of Poland: Cuiavian

						<p>Univercity. – P. 138-140 doi: https://doi.org/10.30525/978-9934-571-89-3_17 (П17) : Стаж практичної (науково-педагогічної) діяльності – 15 років</p>
258540	Гайдуцький Іван Павлович	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту та маркетингу	<p>Диплом магістра, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 2009, спеціальність: 030403 Міжнародні економічні відносини, Диплом доктора наук ДД 006811, виданий 11.10.2017</p>	5	<p>Основи сталого розвитку суспільства</p> <p>Освіта: 1. Диплом магістра, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2009 р. Спеціальність: міжнародні економічні відносини, перекладач з англійської мови. KV35514855 2. Доктор економічних наук, диплом ДД №006811, 11 жовтня 2017 р., наукова спеціальність 08.00.02 - світове господарство і міжнародні економічні відносини. Тема дисертації: "Формування глобальної системи мотивації сталого низьковуглецевого розвитку" Підвищення кваліфікації: Стажування за програмою обсягом 180 годин (6 кредитів ЄКТС) на кафедрі міжнародної економіки Факультету економіки та бізнес-адміністрування Національного авіаційного університету у період з 02 грудня 2019 до 28 лютого 2020 р. (відповідно до наказу ректора від 06.12.2019 №526/од). Довідка від 28.02.2020 №03.02/507. 2. Доктор економічних наук, диплом ДД №006811, 11 жовтня 2017 р., наукова спеціальність 08.00.02 - світове господарство і міжнародні економічні відносини. Тема дисертації: "Формування глобальної системи мотивації сталого низьковуглецевого розвитку" Види і результати професійної діяльності за спеціальністю відповідно до п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності:</p>

(П. 2):

1. Гайдучський І. П.
Ідентифікація
низьковуглецевості та
інвестиційної
привабливості
національних
економік / І. П.
Гайдучський //
Інвестиції: практика
та досвід. – 2015. – №
24. – С. 26-32. (0,8
д.а.).

2. Гайдучський І.П.
Сталий
низьковуглецевий
розвиток: пріоритет
для інвестицій
[Електронний ресурс]
/ І. П. Гайдучський //
Ефективна економіка.
– 2015. – № 6. Режим
доступу до журналу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_6_52

3. Гайдучський І.П.
Транснаціональне
корпоративне
інвестування сталого
низьковуглецевого
розвитку. / І. П.
Гайдучський //
Інвестиції: практика
та досвід. – 2016. – №
1. – С. 5-8.

4. Гайдучський І. П.
Мотиваційний
потенціал
глобального
антивуглецевого
податку / І. П.
Гайдучський //
Економіка та держава.
– 2016. – № 1. – С. 31-
34.

5. Гайдучський І.П.
Дуалістична політика
державної підтримки
сталого
низьковуглецевого
розвитку. / І. П.
Гайдучський //
Економіка та держава.
– 2016. – № 10. – С.

34-37.

(П. 3):

1. Монографії:
Гайдучський І.П.
Системи та механізми
мотивації
низьковуглецевого
розвитку: теорія,
методологія,
практика: монографія
/ І.П. Гайдучський. –
К.: ТОВ «ДКС центр»,
2018. – 560 с. 2.

2. Гайдучський І.П.
Інвестування
низьковуглецевої
економіки: теорія,
методологія,
практика: Монографія
/ І.П. Гайдучський. –
К.: ТОВ “Інформаційні
системи”, 2014. – 374
с.

(П. 8) :

Науково практичний
журнал Економіка та
Держава. Член

						<p>редакційної колегії. http://www.economy.in.ua (П. 11): В Київському національному економічному університеті імені Вадима Гетьмана Міністерства освіти і науки України створена спеціалізована вчена рада Д 26.006.02 з правом прийняття до розгляду та проведення захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора (кандидата) економічних наук зі спеціальності 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. Член спеціалізованої вченої ради https://kneu.edu.ua/ua/science_kneu/scientific_council/d-26.006.02/vidomosti-pro-chleniv/ (П. 17): 2004-2006 – Економіст, Промінвестбанк 2006-2011 – Радник Голови представництва, Теленор Україна 2011-2013 – Директор інвестиційних програм та проектів, Сігма Блейзер 2019-2020 – Виконавчий Директор, Глобал 100 PE Україна.</p>	
208453	Язвінська Надія Вікторівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту та маркетингу	Диплом кандидата наук ДК 035192, виданий 04.07.2006, Атестат доцента 12/ДЦ 028609, виданий 10.11.2011	18	Маркетинговий менеджмент	<p>Освіта: 1. НТУУ «КПІ», 2001р, Кваліфікація магістр з маркетингу диплом з відзнакою КВ № 17323154 від 10.07.2001. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», Спеціальність – «Маркетинг». 2. НТУУ «КПІ», 2002р, Спеціальність – «Інформаційні управляючі системи та технології», Кваліфікація - аналітик комп'ютерних систем. Диплом КВ№ 17477433 від 28.02.2002 3. Кандидат економічних наук, 08.06.01 - Економіка організація і</p>

управління підприємствами.
Диплом ДК № 035192 від 04.07.2006 Тема дисертації:
«Конкурентоспроможність українських підприємств на ринках програмного забезпечення».

4. Аттестат доцента кафедри промислового маркетингу 12ДЦ № 028609 від 10.11.2011 р.

Підвищення кваліфікації:
1. Certificate № 00071 University of Economics, Varna, Bulgaria. Academic internship "Balanced economic and legal processes in society and business environment in the context of globalization". 4 credits, 2018.

2. Міжнародний університет фінансів, Свідоцтво про підвищення кваліфікації ПК № 21547613/000082-18 від 26.01.2018, «Фінансові та інформаційні технології в бізнесі в умовах невизначеності» 08.11.2017-26.01.2018_

3. Стажування в рамках реалізації модуля "European business models:transformation, harmonization and implementation in Ukraine"; № 587138-EPP-1-2017-1-UA-EPPJMO-MODULE,. according to joint project of National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Polytechnic Institute", Erasmus+ Jean Monnet Fund and Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, supported by ЕС. Training "Harmonization of Standards as the Basis for the European Business Model Implementation in Ukraine". Kyiv, 2019

Види і результати професійної діяльності за спеціальністю відповідно до п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності: (П.2):
1. Язвінська Н. В., Ніколайчук Ю.Ю. Внутрішній

маркетинг: еволюція поглядів, цінність, чинники впровадження та розвитку. Вісник ОНУ імені І.І.Мечникова. Серія "Економіка" Том 25 Випуск 1 (80) 2020 URL : DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-80-27> http://www.visnyk-onu.od.ua/journal/2020_25_1/29.pdf

2. Савчук Т.А., Язвінська Н. В. Формування програми цифрового маркетингу підприємства. ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО: електронне наукове фахове видання. Випуск 19 (2018). URL: http://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/92.pdf

3. Язвінська Н. В., Савченко К.А. Налагодження бізнес-процесів як спосіб реалізації системного підходу в маркетинговому менеджменті. Економічний Вісник НТУУ «КПІ». №15(2018). URL: DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.15.2018.136851> <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/136851>

4. Горбовська О.О., Язвінська Н. В. Маркетингове управління громадськими організаціями. ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО: електронне наукове фахове видання. Випуск 15 (2018). URL: http://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/40.pdf

5. Язвінська Н. В., Домашева Є. А. Управління маркетингом підприємства крізь призму управління відносинами. Східна Європа: економіка, бізнес та управління : електронне наукове фахове видання. Випуск 1 (2018). URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/YAzvinska-N.V.-Domasheva-YE.A..pdf>

6. Голидзьбіна А. В., Язвінська Н. В. Особливості сучасного ринку ІТ-послуг та специфіка просування на ньому.

Економічний вісник
Національного
технічного
університету України
«Київський
політехнічний
інститут». № 14
(2017). URL:
https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22359/1/EV2017_291-298.pdf
7. Тимченко А. В.,
Язвінська Н. В.
Еволюція в управлінні
комплексом
маркетингу:
застосування моделі
«7р» на
підприємствах
промислових пралень.
Економічний вісник
Національного
технічного
університету України
«Київський
політехнічний
інститут». №13 (2016).
URL:
<http://ela.kpi.ua/handle/123456789/18424>
8. Граділь А.А.,
Язвінська Н. В.
Міжнародний та
вітчизняний досвід
розвитку формату
«арт-кафе»:
особливості,
тенденції, фактори
успіху. Економічний
вісник Національного
технічного
університету України
«Київський
політехнічний
інститут». №13 (2016).
URL:
<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/18411>
(П.3):
1. Маркетинг стартап-
проектів
[Електронний ресурс]
: навчальний посібник
для усіх
спеціальностей
другого освітнього
ступеню «магістр» / С.
О. Солнцев, О. В.
Зозульов, Н. В. Юдіна,
Т. О. Царьова, Н. В.
Язвінська ; за заг. ред.
С. О. Солнцева ; КПІ
ім. Ігоря Сікорського.
– Електронні текстові
дані (1 файл: 3,2
Мбайт). Київ : КПІ ім.
Ігоря Сікорського,
2019. 218 с. URL :
<http://ela.kpi.ua/handle/123456789/27437>.
(Гриф Методичної
ради КПІ ім. Ігоря
Сікорського №7 від
01.04.2019)
(П.5):
Грантова угода
Європейської Комісії
№225546 SSH-CT-
2008-225546-FRIDA.
Проект Fostering
Regional Innovation

and Development through Anchors and Networks в рамках 7 Рамкової програми ЄС в Університеті Катанії (Італія). До міжнародного консорціуму окрім НТУУ «КПІ» входять університети міст Болонья та Катанья (Італія), Гренобля (Франція), Катовіц (Польща), Брайтону (Велика Британія), Мангайму (ФРН).

Звіт: The transformation of Ukrainian aircraft building through the improvement of business network cooperation (П.13):

1. Стратегічний маркетинг: Методичні вказівки до виконання курсової роботи:

[Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації

«Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська, Т. О.

Царьова; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 253

Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 26 с. URL :

http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9A%D0%A0_CM_%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D1%8B.pdf (Гриф

Методичної ради КПІ ім. Ігоря Сікорського №2 від 01.10.2020)

2. Стратегічний маркетинг:

навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075

«Маркетинг», спеціалізації

«Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська; КПІ ім.

Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 670

Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 92 с. URL:

<http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9>

%20%D0%BA%D0%BE
%D0%BC%D0%BF%D0
%BB%D0%B5%D0%BA
%D1%81%20%D0%A1%
D0%9C.pdf (Гриф
Методичної ради КПІ
ім. Ігоря Сікорського
№2 від 01.10.2020)
3. Стратегічний
маркетинг: Опорний
конспект лекцій
[Електронний ресурс]
: навч. посіб. для студ.
спеціальності 075
«Маркетинг»,
спеціалізації
«Промисловий
маркетинг» / Н. В.
Язвінська; КПІ ім.
Ігоря Сікорського. –
Електронні текстові
дані (1 файл: 250
Кбайт). – Київ : КПІ
ім. Ігоря Сікорського,
2020. – 28 с. URL :
http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%A1%D0%9C.pdf (Гриф
Методичної ради КПІ
ім. Ігоря Сікорського
№2 від 01.10.2020)
4. Стратегічний
маркетинг: робочий
зошит [Електронний
ресурс] : навчальний
посібник з вивчення
дисципліни
«Стратегічний
маркетинг» освітньої
програми
«Промисловий
маркетинг»
спеціальності 075
«Маркетинг» другого
освітнього ступеню
«магістр» / Н.В.
Язвінська,
Т.О.Царьова ; Київ :
КПІ ім. Ігоря
Сікорського. –
Електронні текстові
дані (1 файл : 11 Mb). -
Київ : КПІ ім. Ігоря
Сікорського, 2018. –
104 с. «Рекомендовано
Методичною радою
КПІ ім.Ігоря
Сікорського». URL:
http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%A0%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%87%D0%B8%D0%B9%20%D0%B7%D0%BE%D1%88%D0%B8%D1%82.pdf
5. Методичні вказівки
до виконання
дипломних робіт

спеціаліста для студентів із спеціальності 7.03050701 «Маркетинг» усіх форм навчання / С. О. Солнцев, О. В. Зозульов, Н. С. Кубишина, С.О. Лебеденко, Н.В.Язвінська; за заг. ред. С. О. Солнцева ; КПП ім. Ігоря Сікорського. – Електронний ресурс. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/2580>

6. Маркетинговий менеджмент: Опорний конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська; КПП ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 425 Кбайт). – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 37 с. URL : http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%9C%D0%90%D0%A0%D0%9A%D0%95%D0%A2%D0%98%D0%9D%D0%93%D0%9E%D0%92%D0%98%D0%99%20%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A2.pdf (Гриф Методичної ради КПП ім. Ігоря Сікорського №2 від 01.10.2020)

7. Маркетинговий менеджмент: Навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська; КПП ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 2,45 Мбайт). – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 60 с. URL : <http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0>

						<p>%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D0%9C%D0%9C.pdf (Гриф Методичної ради КПП ім. Ігоря Сікорського №2 від 01.10.2020).</p> <p>8. Наукова робота магістранта: Збірник тестів. [Електронний ресурс] : навч. посіб. для керівників магістерських робіт та магістрантів спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська; КПП ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 308 Кбайт). – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 43 с. URL : http://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%B7%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%96%D0%B2.pdf (Гриф Методичної ради КПП ім. Ігоря Сікорського №2 від 01.10.2020)</p> <p>(П.16): Членство в Українській асоціації маркетингу (П.17): Стаж практичної (науково-педагогічної) діяльності – 18 років</p>	
194087	Войтко Сергій Васильович	Завідувач кафедру, Основне місце роботи	Факультет менеджменту та маркетингу	Диплом доктора наук ДД 001679, виданий 01.03.2013, Атестат професора 12ПР 009692, виданий 26.06.2014	22	Наукові дослідження в економіці	<p>Освіта: ЛП №001726, НТУУ «КПІ», 1996 рік, спеціальність «Конструювання і технологія радіоелектронних засобів», кваліфікація інженер-конструктор-технолог. Доктор економічних наук, диплом ДД №001679 від 01.03.2013р. Тема дисертації: «Управління розвитком наукомістких підприємств» Професор, атестат 12ПР №009692 від 26.06.2014 (професор кафедри міжнародної</p>

економіки)
Підвищення
кваліфікації:
Свідоцтво
№21547613/000083-
18; «Фінансові та
інформаційні
технології в умова
невизначеності»,
Міжнародний
університет фінансів;
Термін проведення:
08.11.2017-26.01.2018
Види і результати
професійної
діяльності за
спеціальністю
відповідно до п.30
Ліцензійних умов
провадження
освітньої діяльності:
(П. 1):
Scopus:
1. Voitko S. The
Marshall Plan as the
path for a country to
Industry-4.0 / S. Voitko
/ International
Conference on High
Technology for
Sustainable
Development (HiTech
2018), Sofia, Bulgaria,
(11-14 June 2018). NY:
Red Hook, 2018. - P.
257-260. -
<http://toc.proceedings.com/42110webtoc.pdf>
2. Voitko, S. Conception
of Industry 4.0 in the
Sustainable Growth of
Ukraine. Creative
Business for Smart and
Sustainable Growth,
CreBUS 2019.
<https://doi.org/10.1109/CREBUS.2019.8840040>
3. Pokras, O. S., Voitko,
S. V. The cluster
approach application
for economic
ecosystems in the
aspect of the precision
instrumentation.
Journal of Advanced
Research in Law and
Economics, 2018. Vol.
IX Issue 8(38), C. 2762-
2773. Journal's
DOI:10.14505//jarle.v9.
8(38).26
Web of Science:
4. Войтко С. В. Аналіз
формування
економічної стійкості
машинобудівних
підприємств
(неосистемний підхід)
/ С. В. Войтко, М. О.
Кравченко //
Маркетинг і
менеджмент
інновацій. — 2017. —
№ 2. — С. 211-221. (1,07
д.а.).
5. Voitko S., Kokoruz
M. Ukraine in the
European arena: a two-
dimensional analysis

based on
macroeconomic criteria
/ S. Voitko, M. Kokoruz
// Eastern Journal of
European Studies
(EJES). Romania, 2015.
– Vol. 6, Issue 2. – P.
27-36.
(П. 2):
1. Войтко С. В., Покрас
О. С. Знаходження
інтегрального
показника
конкуреннто-
спроможності країн в
аспекті
територіального
брендінгу
[Електронний ресурс]
/ С. В. Войтко, О. С.
Покрас // Ефективна
економіка. – 2016. - №
1. – Режим доступу до
журналу :
http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2016/26.pdf
2. Войтко С. В.,
Воронкова І. Ю.
Застосування SWOT-
аналізу для розробки
стратегічних напрямів
кластероутворення
поліграфічних
підприємств / С. В.
Войтко, І. Ю.
Воронкова //
Регіональна економіка
: наук.-практ. журнал.
– Київ, 2016. – № 1
(79). – С. 165-171.
3. Мяло Н. С., Войтко
С. В. Фактори
управління
міжнародною
конкуреннтоспроможні
стю підприємств
атомної енергетики /
Н. С. Мяло, С. В.
Войтко // Вісник
Львівського інституту
економіки і туризму.
Серія «Економічні
науки» : зб. наук.
статей. – Львів: ЛІЕТ,
2016. – № 11. – С. 21-
26.
4. Войтко С. В.,
Волинець К.В.
Дослідження
динаміки обсягів
інвестування в
альтернативну
енергетику за
секторами та
регіонами / С. В.
Войтко, К. В.
Волинець //
Економічний форум :
науковий журнал. –
Луцьк : ЛНТУ, 2017. –
Вип. 1/2017. – С. 56-
62.
5. Скоробогатова Н.
Є., Войтко С. В.
Використання
складників індексу
глобальної
конкуреннтоспроможн
ості у забезпеченні
стійкого розвитку

національних підприємств / Н. Є. Скоробогатова, С. В. Войтко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки". – Херсон : Видавничий дім «Гельветика» 2017. - Випуск 25. Частина 2. - С. 18-22.

6. Харчук В. В., Войтко С. В. Управління фінансовими потоками в промислових кластерних структурах / В. В. Харчук, С. В. Войтко // Інвестиції: практика та досвід. – К. 2017. – № 11. – С. 49 – 54.

7. Войтко С. В. Порівняльний аналіз економіки України та реєг-групи країн на періоді 1990-2014 років / С. В. Войтко // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – К. : ПП «Хімджест», 2017. – № 14. – С. 81-85.

8. Нікітіна І. М., Войтко С. В. Дослідження динаміки експорту послуг інформаційно-комунікаційних технологій на основі інтегрального числення [Електронний ресурс] / І. М. Нікітіна, С. В. Войтко // Ефективна економіка. – 2018. - № 4. – Режим доступу до журналу : http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4_2018/158.pdf

9. Войтко С. В., Куксенко К. М. SWOT-аналіз сфери Hi-Tech технологій України / С. В. Войтко, К. М. Куксенко // Актуальні проблеми економіки : Наук. екон. журнал. – Київ : ТОВ «Наш формат», 2018. – № 5-6 (203-204). – С. 89-96.

10. Беззугляк Р. Ю., Войтко С. В. Дослідження результатів діяльності торгово-промислової палати у системі економічних відносин / Р. Ю. Беззугляк, С. В. Войтко // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". – 2018. – №21. – <https://www.inter-nauka.com/issues/2018/21/4457>

11. Войтко С. В. Реалізація освітнього

та промислового потенціалів України у глобальних умовах Індустрії 4.0 / С. В. Войтко // Економічний вісник НТУУ "КПІ". – Київ, 2019. – № 16. – С. 360–369.

12. Войтко С. В., Вишневська А. М. Можливості трансформації економіки України на засадах плану Маршалла / С. В. Войтко, А. М. Вишневська // Підприємство та інновації : науковий журнал. – Київ : МУФ, 2019. - № 7. – С. 7-12. <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/161/146>

13. Войтко С. В., Носач Ю. О. Удосконалення процесів комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності у сфері комп'ютерних технологій / С. В. Войтко, Ю. О. Носач // Підприємство та інновації : науковий журнал. – Київ : МУФ, 2019. - № 7. – С. 80-84. <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/174/160>

14. Войтко С. В., Роспопчук Т. М. Інверсія засад злиття і поглинання в умовах Industry 4.0 / С. В. Войтко, Т. М. Роспопчук // Підприємство та інновації : науковий журнал. – Київ : МУФ, 2019. - № 8. – С. 29-33. <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/180/167>

15. Войтко С. В., Ткач В. В. Перші практики реалізації засад Індустрії 4.0 у промисловості та сфері послуг / С. В. Войтко, В. В. Ткач // Підприємство та інновації : науковий журнал. – Київ : МУФ, 2019. - № 8. – С. 57-61. <http://www.ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/185/172>

(П.3):
Підручники

1. Войтко С. В., Гавриш О. А., Згуровський О. М., Нараєвський С. В. Економіка зарубіжних країн : підручник / С.

В. Войтко, О. А. Гавриш, О. М. Згуровський, С. В. Нараєвський. – Київ : НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського», 2017. – 400 с.

2. Войтко С. В. Управління проектами та стартапами в Індустрії 4.0 : підручник / С. В. Войтко. – Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2019. – 200 с.

Монографії

1. Форсайт економіки України: середньостроковий (2015–2020 роки) і довгостроковий (2020–2030 роки) часові горизонти : монографія / А. О. Болдак, С. В. Войтко, О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, Я. І. Кологривов та інші [наук. кер. М. З. Згуровський] // ICSU; Комітет із системного аналізу при Президії НАН України; НТУУ «КПІ»; ІПСА; Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. – К. : НТУУ «КПІ», 2015. – 136 с.

2. Foresight of Ukrainian Economy: mid-term (2015–2020) and long-term (2020–2030) time horizons / V. Dergachova, O. Gavrish, S. Voitko, M. Zgurovsky ets. // [Scientific advisor of the project acad. of NAS of Ukraine M. Zgurovsky]. – 2nd ed. – Kyiv : NTUU «KPI», Publ. house «Polytechnica», 2016. – 136 p.

3. Форсайт та побудова стратегії соціально-економічного розвитку України на середньо-строковому (до 2020 року) і довгостроковому (до 2030 року) часових горизонтах / А. О. Болдак, С. В. Войтко, О. А. Гавриш, А. А. Мельниченко та ін. // наук. кер. акад. НАН України М. З. Згуровський // Міжнародна рада з науки; Комітет із системного аналізу при Президії НАН України; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»; Інститут

прикладного системного аналізу МОН України і НАН України; Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. — Київ : НТУУ «КПІ», Вид-во «Політехніка», 2016. — 184 с.

4. Foresight and construction of the strategies of socio-economic development of Ukraine on mid-term (up to 2020) and long-term (up to 2030) time horizons / O. Gavrish, S. Voitko, M. Zgurovsky ets. — 2nd ed. — Kyiv : NTUU «Igor Sikorsky KPI», Publ. house «Polytechnica», 2016. — 184 p.

5. Занора В. О., Войтко С. В. Управління підприємствами: планування технологічних витрат, ризик-менеджмент, мотивування, прийняття управлінських рішень : монографія / В. О. Занора, С. В. Войтко. — Київ : КПІ ім. І. Сікорського, 2017. — 224 с.

6. Аналіз сталого розвитку — глобальний і регіональний контексти / А. О. Болдак, С. В. Войтко, О. А. Гавриш, В. В. Дергачова та ін. // Міжнар. рада з науки (ICSU) та ін.; наук. кер. проекту М. З. Згуровський. — К. : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. — Ч. 1. Глобальний аналіз якості та безпеки життя (2016). — 208 с.

7. Войтко С. В., Занора В. О. Забезпечення економічної безпеки та політичної стабільності України на основі Індустрії-4.0 і плану Маршала / С. В. Войтко, В. О. Занора // Управлінський аспект забезпечення фінансової безпеки України : Монографія / за ред. Черевка О. В. — Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2018. — С. 231-251. [312 с.] [0,85 д.а.]

8. Sustainable Development Analysis: Global and Regional Contexts / M. Zgurovsky, S. Voytko, O. Havrysh, A. Kukharcuk, N.

Skorobahatova // International Council for Science (ICSU) and others; Scientific Supervisor of the Project M. Zgurovsky. — К. : Igor Sikorsky KPI, 2017. — Part 2. Ukraine in Sustainable Development Indicators (2016–2017). — 72 p.

9. Аналіз сталого розвитку — глобальний і регіональний контексти / М. З. Згуровський, С. В. Войтко, О. А. Гавриш, А. Д. Кухарук, Н. Є. Скоробогатова та ін. // Міжнар. рада з науки (ICSU) та ін.; наук. кер. проекту М. З. Згуровський. — К. : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. — Ч. 2. Україна в індикаторах сталого розвитку (2016–2017). — 72 с.

10. Форсайт 2018: Аналіз підготовки і перепідготовки фахівців природничого і технічного спрямування, виходячи з цілей сталого соціально-економічного розвитку України до 2025 року / М. З. Згуровський, Ю. І. Якименко, М. Ю. Ільченко, Ю. М. Сидоренко, С. В. Войтко та ін. // Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського», Вид-во «Політехніка», 2018. 32 с.

11. Аналіз сталого розвитку — глобальний і регіональний контексти / М. З. Згуровський, С. В. Войтко, О. А. Гавриш, Н. Є. Скоробогатова та ін. // Міжнар. рада з науки (ISC) та ін.; наук. кер. проекту М. З. Згуровський. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. Ч. 1. Глобальний аналіз якості і безпеки життя (2019). 216 с.

12. Аналіз сталого розвитку — глобальний і регіональний контексти / М. З. Згуровський, С. В. Войтко, А. А. Мельниченко // Міжнар. рада з науки (ISC) та ін.; наук. кер. проекту М. З. Згуровський. Київ: .

КПІ ім.Ігоря Сікорського, 2019. — Ч. 2. Україна в індикаторах сталого розвитку (2019). 112 с. (П.4):

1. Гайдучський Іван Павлович, захист дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук у 2017 році, спеціальність 08.00.02 — світове господарство і міжнародні економічні відносини, Д 26.006.02 у ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», посилання на автореферат дис.: https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.02/2017/Gaidutskiy_avtoreferat_Dr.pdf
2. Кравченко Марина Олегівна., захист дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук у 2018 році, спеціальність 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Д 26.002.23 у КПІ ім. Ігоря Сікорського, посилання на автореферат дис: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/25229/1/Kravchenko_aref.pdf
3. Шишолін Андрій Павлович, захист дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук 20 червня 2019 року , спеціальність 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Д 26.002.23 у КПІ ім. Ігоря Сікорського, посилання на автореферат дис: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/27781>

(П. 5.):

1. Участь у міжнародному проєкті СРЕА-LT-2017/10047 “NTNU-KPI Collaboration within Industry 4.0 Education” (Наказ від 06.11.2018 № 3/563; Наказ від 02.06.2020 № 3/42).
2. Участь у проєкті ООН/ЮНІСЕФ "Синергія знань, досвіду та креативності заради майбутнього" в Департаменті

економічної стратегії та макроекономічного прогнозування Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Виконано "Завдання для реалізації стратегій, здійснення сценаріїв і досягнення цілей сталого розвитку Україною (Цілі 8, 9, 12 та 17)". (П. 6):

Заняття англійською мовою з дисциплін «Системи технологій промисловості» (3 кред 90 год) та «Науково-дослідна робота за темою магістерської дисертації» (4 год, 1 особа) відповідно до навчального плану підготовки магістрів ФММ спеціальності 051 «Економіка», магістерської програми «Міжнародна економіка» у 2 семестрі 2019-2020 н.р. (довідка 49сі від 30.06.2020).

(П. 8):
Науковий керівник НДР:
1. Ініціативна НДР «Моделювання динаміки економічних та управлінських процесів на глобальному, регіональному та мікрорівнях» (номер державної реєстрації 0117U003124) (термін січень 2017- грудень 2021 рр.)
Участь у редколегії фахових видань:
1. Економічний вісник НТУУ "КПІ", член редколегії
Участь у редколегіях міжнародних наукових видань:
1. Журнал «KSI Transactions on KNOWLEDGE SOCIETY», ISSN 1313-4787 (Print), ISSN 2367-5403(Online), м. Софія, Болгарія <http://tksi.org/tksi.org/ojs/index.php/KSI/about/editorialTeam>
2. Журнал "Управление и устойчиво развитие", ISSN 1311-4506 м. Софія, Болгарія http://oldweb.ltu.bg/jmsd/editorial_board_bg.html
3. Видання "Technical University of Sofia Yearbook", ISSN 1311-

						0829, м. Софія, Болгарія http://proceedings.tu-sofia.bg/ (П.17): Стаж практичної (науково-педагогічної) діяльності – 22 роки
--	--	--	--	--	--	--

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

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначеному стандартом вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
<i>ПРН 17: Вміти виявляти специфіку економічних відносин на промисловому ринку та поведінку його суб'єктів</i>	<input type="checkbox"/>	Товарна інноваційна політика промислового підприємства	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Поведінка споживачів на промисловому ринку	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод), підготовка аналітичних доповідей та розрахункової роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту курсової роботи.
		Стратегічний	Використовуються такі	Рейтингова система

		маркетинг	основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Практика	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний, практичний, репродуктивний під час виконання практичних завдань на підприємстві.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за підготовку та захист звіту з практики, залік.
		Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи.
<p><i>ПРН 16: Планувати, удосконалювати та реалізовувати маркетингову складову стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства, його товарно-інноваційну політику під час провадження маркетингової діяльності на промисловому ринку та споріднених ринках, у т.ч. ринку високих технологій.</i></p>	<input type="checkbox"/>	Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи.
		Інноваційний маркетинг на промисловому ринку	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні приклади, експрес-контрольні, дискусії, практичні завдання і задачі, доповіді, модульну контрольну роботу, В межах кожного кредитного модуля передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Товарна інноваційна політика промислового підприємства	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачі, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.

			господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи.	
		Розробка стартап-проектів	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка розрахунково-аналітичних завдань.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії та вирішення задач, розрахунково-аналітичні завдання, ділові ігри, кейси, тестування, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
<i>ПРН 15: Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</i>	☒	Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи.
		Практика	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний, практичний, репродуктивний під час виконання практичних завдань на підприємстві.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за підготовку та захист звіту з практики, залік.
		Інноваційний маркетинг на промисловому ринку	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні приклади, експрес-контрольні, дискусії, практичні завдання і задачі, доповіді. В межах кожного кредитного модуля передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Товарна інноваційна політика промислового підприємства	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.

	розрахункової роботи.	
Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту курсової роботи.
Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
Розробка стартап-проектів	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка розрахунково-аналітичних завдань.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії та вирішення задач, розрахунково-аналітичні завдання, ділові ігри, кейси. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
Основи сталого розвитку суспільства	Використовуються такі основні методи: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, інтерактивний, репродуктивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи із науково-методичними	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: тематичні роботи. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.

<p><i>ПРН 14: Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Підготовка та захист магістерської дисертації</p>	<p>матеріалами</p> <p>Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи.</p>
		<p>Товарна інноваційна політика промислового підприємства</p>	<p>Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачу, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу.</p> <p>Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.</p>
		<p>Поведінка споживачів на промисловому ринку</p>	<p>Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод), підготовка аналітичних доповідей та розрахункової роботи.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу.</p> <p>Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену</p>
		<p>Курсова робота зі стратегічного маркетингу</p>	<p>Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту курсової роботи.</p>
		<p>Стратегічний маркетинг</p>	<p>Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, модульну контрольну роботу.</p> <p>Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену</p>

		Розробка стартап-проектів	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка розрахунково-аналітичних завдань.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії та вирішення задач, розрахунково-аналітичні завдання, кейси, тестування, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
<p><i>ПРН 13: Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Розробка стартап-проектів	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка розрахунково-аналітичних завдань.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії та вирішення задач, розрахунково-аналітичні завдання, ділові ігри, кейси, тестування, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи.
		Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
<p><i>ПРН 12: Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій,</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи

проектів і програм на промисловому та споріднених ринках з урахуванням засад сталого розвитку.

	використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи	проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту курсової роботи.
Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
Основи сталого розвитку суспільства	Використовуються такі основні методи: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, інтерактивний, репродуктивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також, а також дослідницький під час самостійної роботи із науково-методичними матеріалами	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: тематичні роботи, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
Товарна інноваційна політика промислового підприємства	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачу, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
Практика	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний, практичний, репродуктивний під час виконання практичних завдань на підприємстві.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за підготовку та захист звіту з практики, залік.
Підготовка та захист	Практичний метод,	Рейтингова система

		магістерської дисертації	дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи.
<p><i>ПРН 11: Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на промисловому та споріднених ринках.</i></p>	☒	Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи.
		Практика	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний, практичний, репродуктивний під час виконання практичних завдань на підприємстві.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за підготовку та захист звіту з практики, залік.
		Товарна інноваційна політика промислового підприємства	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачу, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту курсової роботи.
		Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
<p><i>ПРН 10: Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні</i></p>	☒	Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист

ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.		викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	дисертаційної роботи.
	Інноваційний маркетинг на промисловому ринку	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні приклади, експрес-контрольні, дискусії, практичні завдання і задачі, доповіді, модульну контрольну роботу, В межах кожного кредитного модуля передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
	Товарна інноваційна політика промислового підприємства	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачу, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
	Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
	Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту курсової роботи.
	Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний,	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань

			репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	(включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Розробка стартап-проектів	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка розрахунково-аналітичних завдань.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії та вирішення задач, розрахунково-аналітичні завдання, ділові ігри, кейси, тестування, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Основи сталого розвитку суспільства	Використовуються такі основні методи: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, інтерактивний, репродуктивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також робота із науково-методичними матеріалами під час самостійної роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: тематичні роботи, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Поведінка споживачів на промисловому ринку	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод), підготовка аналітичних доповідей та розрахункової роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
ПРН 9: Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	☒	Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи
		Товарна інноваційна політика промислового підприємства	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний,	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачу, модульну контрольну роботу, розрахункову

			інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист курсової роботи.
		Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Розробка стартап-проектів	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії та вирішення задач, розрахунково-аналітичні завдання, ділові ігри, кейси, тестування, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
ПРН 6: Вміти підвищувати ефективність	<input checked="" type="checkbox"/>	Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість

маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.			під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	виконання та захист дисертаційної роботи.
		Товарна інноваційна політика промислового підприємства	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачу, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту курсової роботи.
		Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
ПРН 7: Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу	<input checked="" type="checkbox"/>	Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи.

ринкового суб'єкта.			індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	
		Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист курсової роботи.
ПРН 5: Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.	☒	Підготовка та захист магістерської дисертації	Основні методи: інтерактивний, практичний, комунікативний	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи
		Практика	Використовуються такі основні методи навчання: інтерактивний, практичний, комунікативний	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за підготовку та захист звіту з практики, залік.
		Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: інтерактивний, практичний під час проведення практичних занять.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Основні методи: інтерактивний, практичний, комунікативний.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист курсової роботи
		Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: інтерактивний, практичний під час проведення практичних занять.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.

		Розробка стартап-проектів	Використовуються такі основні методи навчання: інтерактивний, практичний під час проведення практичних занять.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії та вирішення задач, розрахунково-аналітичні завдання, ділові ігри, кейси. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Основи сталого розвитку суспільства	Використовуються такі основні методи навчання: інтерактивний, практичний під час проведення практичних занять.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: тематичні роботи. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Наукові дослідження в економіці	Використовуються такі основні методи навчання: інтерактивний, практичний під час проведення практичних занять.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: аналітичні доповіді, реферат. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
<p><i>ПРН 4: Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації на промисловому та споріднених ринках.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками. Основні методи: інтерактивний, практичний, комунікативний	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи.
		Практика	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний, практичний, репродуктивний під час виконання практичних завдань на підприємстві.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за підготовку та захист звіту з практики, залік.
		Інноваційний	Використовуються такі	Рейтингова система

маркетинг на промисловому ринку	основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод)	оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні приклади, експрес-контрольні, дискусії, практичні завдання і задачі, доповіді, модульну контрольну роботу, В межах кожного кредитного модуля передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
Товарна інноваційна політика промислового підприємства	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод), підготовка аналітичних доповідей та розрахункової роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачу, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
Поведінка споживачів на промисловому ринку	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод), підготовка аналітичних доповідей та розрахункової роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту курсової роботи.

			у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	
		Розробка стартап-проектів	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка розрахунково-аналітичних завдань.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії та вирішення задач, розрахунково-аналітичні завдання, ділові ігри, кейси, тестування, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку
<i>ПРН 3: Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності на промисловому та споріднених ринках.</i>	☒	Товарна інноваційна політика промислового підприємства	Використовуються такі основні методи: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, інтерактивний, репродуктивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод), підготовка аналітичних доповідей та розрахункової роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачу, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену
		Поведінка споживачів на промисловому ринку	Використовуються такі основні методи: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, інтерактивний, репродуктивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод), підготовка аналітичних доповідей та розрахункової роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.

	аналітичних доповідей і розрахункової роботи	
Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту курсової роботи.
Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
Розробка стартап-проектів	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка розрахунково-аналітичних завдань.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії та вирішення задач, розрахунково-аналітичні завдання, ділові ігри, кейси, тестування, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
Основи сталого розвитку суспільства	Використовуються такі основні методи: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, інтерактивний, репродуктивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також робота із науково-методичними матеріалами під час самостійної роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: тематичні роботи, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
Наукові дослідження в економіці	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи, зокрема при підготовці теоретико-аналітичних оглядів у вигляді реферату.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: аналітичні доповіді, модульну контрольну роботу, реферат. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
Практика	Використовуються такі основні методи навчання:	Рейтингова система оцінювання, Рейтингова

			проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний, практичний, репродуктивний під час виконання практичних завдань на підприємстві.	система оцінювання, яка передбачає отримання балів за підготовку та захист звіту з практики, залік
		Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи.
<i>ПРН 2: Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта в контексті сталого розвитку.</i>	☒	Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи
		Інноваційний маркетинг на промисловому ринку	Використовуються такі основні методи: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, інтерактивний, репродуктивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також робота із науково-методичними матеріалами під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод), підготовка міні аналітичних доповідей	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні приклади, експрес-контрольні, дискусії, практичні завдання і задачі, доповіді, модульну контрольну роботу, В межах кожного кредитного модуля передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Товарна інноваційна політика промислового підприємства	Використовуються такі основні методи: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, інтерактивний, репродуктивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також робота із науково-методичними матеріалами під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод), підготовка аналітичних доповідей та розрахункової роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачі, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Поведінка споживачів на промисловому ринку	Використовуються такі основні методи: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, інтерактивний, репродуктивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також робота із науково-методичними матеріалами під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.

	господарських ситуацій (кейс-метод), підготовка аналітичних доповідей та розрахункової роботи.	
Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту курсової роботи.
Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
Основи сталого розвитку суспільства	Використовуються такі основні методи: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, інтерактивний, репродуктивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також робота із науково-методичними матеріалами під час самостійної роботи.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: тематичні роботи, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
Наукові дослідження в економіці	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи, зокрема при підготовці теоретико-аналітичних оглядів у вигляді реферату.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: аналітичні доповіді, модульну контрольну роботу, реферат. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.

<p><i>ПРН 1: Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу з урахуванням кросфункціонального середовища</i></p>	<p>☒</p>	<p>Підготовка та захист магістерської дисертації</p>	<p>Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи.</p>
		<p>Практика</p>	<p>Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний, практичний, репродуктивний під час виконання практичних завдань на підприємстві.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за підготовку та захист звіту з практики, залік.</p>
		<p>Інноваційний маркетинг на промисловому ринку</p>	<p>Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка міні аналітичних доповідей.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні приклади, експрес-контрольні, дискусії, практичні завдання і задачі, доповіді, модульну контрольну роботу, В межах кожного кредитного модуля передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.</p>
		<p>Товарна інноваційна політика промислового підприємства</p>	<p>Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні доповіді, задачу, модульну контрольну роботу, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.</p>
		<p>Маркетинговий менеджмент</p>	<p>Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей і розрахункової роботи</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, розрахункову роботу, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку</p>
		<p>Курсова робота зі стратегічного маркетингу</p>	<p>Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту</p>

			завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства	курсової роботи.
		Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний, під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод) та підготовка аналітичних доповідей.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
		Наукові дослідження в економіці	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, інтерактивний під час проведення лекційних та практичних занять, а також дослідницький під час самостійної роботи, зокрема при підготовці теоретико-аналітичних оглядів у вигляді реферату.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: аналітичні доповіді, модульну контрольну роботу, реферат. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
<i>ПРН 8: Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу</i>	☒	Підготовка та захист магістерської дисертації	Практичний метод, дослідницький метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за обраною темою дисертації у відповідності із методичними вказівками.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захист дисертаційної роботи
		Практика	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний, практичний, репродуктивний під час виконання практичних завдань на підприємстві.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за підготовку та захист звіту з практики, залік.
		Інноваційний маркетинг на промисловому ринку	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, інтерактивний, практичний під час проведення практичних занять. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод).	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: кейси, аналітичні приклади, дискусії, практичні завдання і задачі, доповіді. В межах кожного кредитного модуля передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
		Маркетинговий менеджмент	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, інтерактивний, практичний під час проведення практичних занять. Також	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач,

		використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод).	аналітичну доповідь, розрахункову роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.
	Курсова робота зі стратегічного маркетингу	Практичний метод, методи самостійної роботи під керівництвом викладача: виконання індивідуального завдання за заданою темою у відповідності із методичними вказівками по господарській ситуації підприємства.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: якість виконання та захисту курсової роботи.
	Стратегічний маркетинг	Використовуються такі основні методи навчання: проблемно-пошуковий, інтерактивний, практичний під час проведення практичних занять. Також використовуються такі специфічні методи підготовки фахівців з управління, як розв'язання господарських ситуацій (кейс-метод).	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: дискусії, вирішення практичних завдань (включаючи кейси) та задач, аналітичну доповідь, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді екзамену.
	Практикум з іншомовного професійного спілкування	Комунікативний метод навчання під час практичних занять, які побудовані у формі опитування та виконання вправ за підручником та роботи із розмовними темами, дискусії, а також дослідницький під час самостійної роботи, зокрема при підготовці теоретико-аналітичних оглядів у вигляді реферату.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає отримання балів за: роботу студентів під час практичних занять (опитування, тестування, практичні вправи), реферат, модульну контрольну роботу. Передбачено два етапи проміжного контролю – перша та друга атестація студентів, та підсумкова форма контролю у вигляді заліку.