

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Донбаська державна машинобудівна академія
Освітня програма	29811 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	52
Повна назва ЗВО	Донбаська державна машинобудівна академія
Ідентифікаційний код ЗВО	02070789
ПІБ керівника ЗВО	Ковальов Віктор Дмитрович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	www.dgma.donetsk.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/52>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	29811
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Магістр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	кафедра Менеджменту
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	<i>відсутня</i>
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	вул.Академічна, 72, Краматорськ Донецької області, 84313, Україна
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	Українська, Англійська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	282491
ПІБ гаранта ОП	Бурцева Олена Єгорівна
Посада гаранта ОП	Докторант
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	managment@dgma.donetsk.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(050)-254-95-10
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(050)-254-95-10

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

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

У Донбаській державній машинобудівній академії підготовка здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» здійснюється з 2019 року. Ліцензія на здійснення освітньої діяльності за другим (магістерським) рівнем вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг надана наказом Міністерства освіти і науки України від 06.12.2018 № 2674-л. Освітньо-професійну програму розроблено проектною групою на підставі ретельного аналізу потреб Донецького регіону у підготовці кадрів за спеціальністю «Маркетинг». Проект ОПП розглянуто та рекомендовано до провадження на засіданні кафедри менеджменту (протокол № 2 від 04.09.2018 р.). Проект ОПП пройшов громадське обговорення протягом місяця на сайті ДДМА та був затверджений на засіданні вченої ради ДДМА (протокол № 3 від 04.10.2018 р.).

Проект ОПП «Маркетинг» (2019-2020 н.р.) за підсумками оприлюднення та з урахуванням пропозицій та побажань стейкхолдерів переглянуто і узгоджено на засіданні робочої групи спеціальності 075 Маркетинг (протокол № 1 від 15.05.2019р.), розглянуто на засіданні кафедри менеджменту (протокол №24 від 21.05.2019р.). ОПП затверджено на засіданні вченої ради ДДМА (протокол № 12 від 30.05.2019 р.).

Проект ОПП «Маркетинг» (2020-2021 н.р.) було переглянуто відповідно до Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р., № 960, і рекомендовано до громадського обговорення на засіданні робочої групи спеціальності 075 Маркетинг (протокол № 1 від 21.04.2020р.), розглянуто на засіданні кафедри менеджменту (протокол №23 від 05.05.2020р.). ОПП затверджено на засіданні вченої ради ДДМА (протокол № 8 від 28.05.2020 р.).

Відповідно до Положення про порядок розроблення та реалізації освітніх програм Донбаської державної машинобудівної академії ОП «Маркетинг» переглядається регулярно, але не рідше ніж на 3 роки.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2020 - 2021	2	1	1	0	0
2 курс	2019 - 2020	9	2	7	0	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	39571 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	29811 Маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	43826 Маркетинг

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	53187	16067
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	49115	13231
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж	239	204

право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)		
Приміщення, здані в оренду	3833	2632

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_маркетинг_магістр_2020.pdf</i>	U9uqn7p4Jdl5vLaR7x+8QtgmPdWRG6QEoUKRlGrdd8I=
Навчальний план за ОП	<i>навч_пл_ден_075.pdf</i>	IWKzP9bTPHhE6RGbBl/8EKcW4JRGLQ9a1/NSHV796U4=
Навчальний план за ОП	<i>навч_пл_зао_075.pdf</i>	ei+2Yx5J9EZKeijTNDTzMMKsAB/QkT25Ot+1B5is84U=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензії та відгуки.pdf</i>	BpIX4Tb7DAx1ApEYSJIFAUNCzP/4TwHtWQXRuUljV30=

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Мета ОП - підготовка фахівців високого рівня, які володіють фундаментальними знаннями і практичними навичками з проведення ефективного управління маркетинговою діяльністю організацій та підприємств, зокрема промислових, здатні впроваджувати отримані знання в наукових дослідженнях, пов'язаних з проблемами розвитку маркетингової теорії та практики. Особливості ОП - підготовка із застосуванням компетентностного підходу фахівців високого рівня до організаційно-управлінської, аналітичної та науково-дослідної діяльності в області теорії та практики маркетингу, зокрема промислового.

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

Відповідно меті ОП кафедрою здійснюється підготовка магістрів маркетингу високого рівня до організаційно-управлінської, аналітичної та науково-дослідної діяльності у сфері теорії та практики маркетингу. Реалізація даної ОП дозволить сформувати фундаментальні та професійні компетентності, необхідні для організації ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності, які діють на ринку, з акцентом на особливості маркетингової діяльності промислових підприємств, що повністю відповідає місії та Концепції стратегії розвитку ДДМА.

www.dgma.dnetsk.ua/docs/acts/Концепція%20стратегічного%20розвитку%20та%20план.pdf). Стратегічна мета ЗВО - зайняти провідне положення на ринку науково-дослідних і освітніх послуг за допомогою комплексної підготовки висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців-випускників, що відповідають вимогам інноваційного розвитку економіки, сучасним потребам суспільства і здатних самостійно ухвалювати нестандартні, оригінальні підходи та рішення в усіх галузях життя. У відповідності до Концепції стратегічного розвитку освітньої діяльності ДДМА планує зайняти позицію лідера на ринку освітніх та навчальних послуг з напрямів важкого машинобудування і суміжних напрямків. Тому унікальність (акцент) програми підготовки магістрів маркетингу корелює із перспективами розвитку ДДМА: вектор змісту компонентів ОП – специфіка організації маркетингової діяльності на промислових підприємствах.

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

За допомогою анкетування до обговорення змісту ОП залучалися здобувачі вищої освіти, від яких надходили побажання та пропозиції стосовно оновлення ОП сучасними дисциплінами, важливості програмних результатів навчання на інше.

Інтереси здобувачів вищої освіти враховано під час формування переліку компонентів та цілей ОП наступним чином: передбачено досягнення мети навчання; забезпечення умов формування та розвитку професіональних компетентностей, оволодіння навичками, які є властивими для сучасного магістра маркетингу, готовності до працевлаштування.

Оскільки акредитація є первинною, випускників на зазначеній ОП ще немає, але коли вони будуть, вважаємо можливим корегування цілей програми.

- роботодавці

Інтереси роботодавців враховані в аспекті прагнення підготувати фахівця (відповідно до цілей) з розвинутими професійними компетентностями, які могли б демонструвати свої знання, уміння і навички, необхідні для здійснення фахової діяльності у галузі маркетингу на підприємствах і організаціях з різною формою власності, різною організаційно-правовою формою, різною галузевою приналежністю, – тобто безпосередньо на робочому місці. Прагнемо підготувати фахівця в галузі маркетингу, який максимально готовий для роботи на підприємствах і організаціях, та у той же час постійно вдосконалюється сам.

- академічна спільнота

- Інтереси академічної спільноти у формулюванні цілей та програмних результатів ураховані наступним чином:
- щодо академічної спільноти ЗВО – максимальна відповідність цілей та програмних результатів ОП можливості активізації викладацької діяльності для їх досягнення, точність формулювання для конкретизації програмних результатів та інших визначальних складових освітніх компонентів;
- щодо академічної спільноти загалом – оптимальним баченням цього питання є створення умов для співпраці з представниками інших закладів вищої освіти, наукових установ.

- інші стейкхолдери

Також враховані інтереси школярів, абітурієнтів та їх батьків, які знаходяться на стадії вибору спеціальності, формують змістовне наповнення вибіркової складової програми шляхом спілкування на профорієнтаційних зустрічах та Днях відкритих дверей ДДМА.

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

Цілі ОП «Маркетинг» та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності «Маркетинг», ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм. Щодо основних тенденцій ринку праці, було визначено, що на даний час маркетологи є одними з найзатребуваніших фахівців в Україні: за даними порталу rabota.ua, попит на маркетологів не просто існує, він ще й зростає в останній час; найбільший попит на ринку праці у 2020 р. був на фахівців: менеджер з продажів, менеджер зі збуту, менеджер з продажу послуг, торговий представник, менеджер з маркетингу та реклами.

У структурі вакансій (за даними державної служби зайнятості <https://www.dcz.gov.ua/analitics/68>) фахівці з методів розширення ринку збуту (маркетолог) увійшли у ТОП-30 професій, по яких кількість працевлаштованих в Україні є найбільшою у І півріччі 2020 року. В переліку професій, за якими кількість вакансій буде найбільшою у 2020 році за професійними групами ТОП-10 – менеджер із збуту. За даними сайту <https://www.jobs.ua> кількість вакансій за категорією «Реклама, маркетинг, PR» є найбільшою.

Наведені тенденції розвитку спеціальності на ринку праці відображено у ПРН освітньої програми.

Для практичної підготовки здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» укладено договори про співпрацю з провідними підприємствами регіону.

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

В ОП зазначено, що її ціллю є фахівців високого рівня, які володіють фундаментальними знаннями і практичними навичками з проведення ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств та організацій, здатні впроваджувати отримані знання в наукових дослідженнях, пов'язаних з проблемами розвитку маркетингової теорії, шляхом, зокрема, забезпечення відповідності змісту навчання потребам ринку праці та перспективам регіонального розвитку транспортної галузі.

Враховано побажання підприємств регіону, які мають сучасну виробничу базу, таких, як ПрАТ «НКМЗ», ПАТ «ЕМСС», ПАТ «ВЕСКО», ПрАТ «ГРЕТА», ТОВ «Корум Дружківський машинобудівний завод» в процесі формування цілей та програмних результатів навчання ОП, зокрема при формуванні тем кваліфікаційних робіт магістрів 2020 року.

Галуzeвий та регіональний контекст враховано у наступних ПРН освітньої програми: ПРН 2, ПРН 11, ПРН 12. Орієнтуючись на галуzeвий та регіональний аспекти, а також побажання стейкхолдерів, було введено додаткові програмні результати навчання, які визначають основний фокус ОП: консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку промислових підприємств; знати психологічні методи та прийоми, що застосовуються у сфері маркетингового управління, та використовувати набуті знання для оцінки об'єктивних факторів оточення, створення умов щодо генерування нових ідей у мінливому бізнес-середовищі та вирішення актуальних маркетингових завдань.

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

При формуванні цілей та програмних результатів навчання ОП «Маркетинг» було враховано досвід аналогічних вітчизняних програм підготовки магістра маркетингу та досвід іноземних програм закладів вищої освіти розвинених країн із сформованою ринковою економікою, які спрямовані на підвищення рівня особистої професійної підготовки, на вміння враховувати окремі елементи маркетингу в різних країнах світу, шляхом обміну інформацією на щорічній всеукраїнській науково-методичній конференції з міжнародною участю, присвяченій

питанням сучасної освіти, що проходить у ДДМА, де беруть участь представники відомих освітніх шкіл України. В Україні близько 130 закладів вищої освіти здійснюють підготовку здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг», з них у Донецькій області – 3 заклади.

Робочою групою ОП «Маркетинг» регулярно проводиться моніторинг сайтів відомих іноземних закладів вищої освіти з метою вивчення кращих практик реалізації освітніх програм, досвід яких враховано під час формування цілей та програмних результатів навчання. А саме: напрацювання проекту Тюнінг, досвід Європейської Асоціації забезпечення якості вищої освіти (ENQA), Європейського союзу студентів (ESU), Асоціації університетів Європи (EUA), Європейської асоціації закладів вищої освіти (EURASHE), Європейської Маркетингової Конфедерації (ЕМС), Світової асоціації професіоналів соціологічних та маркетингових досліджень (ESOMAR).

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

Зміст ОП «Маркетинг» враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту» та Національної рамки кваліфікацій для кваліфікаційного рівня магістр з маркетингу (другого (магістерського) ступеня вищої освіти), дає можливість досягти результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р., № 960.

Зміст освітньої програми дає можливість досягти результатів навчання, які визначені стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Зокрема, одним з результатів навчання, вказаних у стандарті вищої освіти за відповідною спеціальністю, є Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

(<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>).

На досягнення цього результату навчання, як це відображено в матриці відповідності, спрямоване формування відповідних компетентностей. Відповідні компетентності формуються під час вивчення таких нормативних дисциплін, представлених в освітній програмі: ОЗП 1 Психологія лідерства та професійної успішності, ОЗП 3 Основи наукових досліджень у професійній сфері, ОПП 2 Маркетинговий менеджмент, ОПП 5 - Курсова робота "Стратегічний маркетинг", ВПП 1.1 Рекламний менеджмент, ВПП 2.1 - Фінансовий менеджмент, ВПП 3.1 Психологічні технології роботи з персоналом, ВПП 5.1 – Медіапланування, ВПП 5.2 Цифровий маркетинг.

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

Для спеціальності 075 «Маркетинг» існує затверджений Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти затвердженого введений у дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

90

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

66.5

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

23.5

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

Зміст ОП «Маркетинг», що акредитується, відповідає предметній області заявленої для неї спеціальності 075 Маркетинг, зокрема у діючому Стандарті вищої освіти (<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>) в опису предметної області зазначено, що об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів; цілями навчання є підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.

Ці цілі, а також теоретичний зміст предметної області відповідно до Стандарту конкретизовані у ОП, що акредитується.

Зміст ОП «Маркетинг» має чітку структуру: освітні компоненти, включені до освітньої програми, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.

Теоретичний зміст ОП «Маркетинг» визначається відповідно до заявленого переліку дисциплін, практик та інших видів освітньої діяльності, необхідних для набуття означених Стандартом компетентностей, та містить суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.

Відповідно до предметної області ОП «Маркетинг» застосовуються загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності; сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень, а також інструменти та обладнання.

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

Структура ОП передбачає можливість для формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема через індивідуальний вибір здобувачами вищої освіти навчальних дисциплін в обсязі, передбаченому законодавством – не менше 20 кредитів (25%). Вибір дисциплін регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в Донбаській державній машинобудівній академії

(www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_організацію_освітнього_2.pdf) та Положенням про порядок та умови обрання студентами вибірових дисциплін у Донбаській державній машинобудівній академії, затвердженими Вченою радою ДДМА 26.09.2019 р. протокол № 2 та введеним в дію наказом від 3.10.2019 р. № 66 (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/положення_про_порядок_обрання_вибіркових_1.pdf).

Формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти ДДМА регулюється також Положенням про навчання студентів ДДМА за індивідуальним графіком (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Индив%20навч_ДДМА_Сайт.pdf) та забезпечується за допомогою індивідуального навчального плану здобувача, що складається на підставі освітньо-професійної програми підготовки магістра і включає всі обов'язкові навчальні дисципліни та вибірові навчальні дисципліни з обов'язковим урахуванням послідовності вивчення дисциплін, визначених структурно-логічною схемою підготовки. Також формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти здійснюється через самостійне обрання теми кваліфікаційної (магістерської) роботи.

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

Здобувачі вищої освіти за освітньою програмою, що акредитується, мають можливість самостійно обирати дисципліни з блоку вибірових, що регламентується Положенням про порядок та умови обрання здобувачами вищої освіти вибірових дисциплін у Донбаській державній машинобудівній академії (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/_про_порядок_обрання_вибіркових_1.pdf)

Здобувач вищої освіти має право обрати навчальні дисципліни з вибірової складової навчального плану відповідної освітньої програми, за якою він навчається, або будь-які дисципліни з навчальних планів за іншими освітніми програми, які відповідають необхідному обсягу кредитів та викладаються у відповідному – осінньому або весняному семестрі.

Каталог вибірових дисциплін розміщено на сторінці ДДМА (www.dgma.donetsk.ua/katalog-distiplin-vilnogo-viboru-na-2019/2020-n.r.html).

У випадку вибору дисциплін, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, необхідною умовою є погодження декана факультету, на якому навчається студент та декана факультету, на якому здійснюється викладання дисципліни.

Кафедри, які забезпечують викладання вибірових дисциплін, до 10 березня кожного навчального року подають до деканатів список дисциплін, які пропонуються для вибору здобувачам вищої освіти на наступний навчальний рік, силабуси або робочі навчальні програми та короткі анотації цих дисциплін.

Деканати спільно з кафедрами ознайомлюють здобувачів вищої освіти з переліком вибірових дисциплін та інформують про особливості формування груп.

Вибір дисциплін здобувачами 1 курсу другого (магістерського) рівня за ОП на наступний навчальний рік здійснюється шляхом подачі письмової заяви на ім'я декана факультету до 10 квітня поточного навчального року.

Якщо здобувач починає заняття на певному рівні вищої освіти з 1 вересня, то він може брати участь у виборі навчальних дисциплін на поточний навчальний рік шляхом подачі письмової заяви на ім'я декана факультету до 15 вересня.

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

У навчальному плані передбачена практична підготовка здобувачів, яка здійснюється, зокрема, відповідно до Положення про порядок проведення всіх видів практик здобувачів вищої освіти ДДМА в особливих умовах (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_Практику_в_карантин.pdf).

У ОП та навчальному плані передбачені такі види практик: виробнича практика (1 курс), переддипломна практика (2 курс). Загальна кількість кредитів – 10,5. Зміст практики та послідовність її проведення визначаються програмою практики, яка розроблена кафедрою менеджменту і затверджується у встановленому порядку. Виробнича та

переддипломна практики спрямовані на формування компетентностей, зокрема: навички міжособистісної взаємодії; здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом; здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу; здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу, здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування; здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі; здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків; здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

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

Набуття соціальних навичок ОП забезпечує через оволодіння надпрофесійними універсальними компетентностями: навички міжособистісної взаємодії; здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом через освітні компоненти, зокрема такі, як «Психологія лідерства та професійної успішності», «Основи наукових досліджень у професійній сфері», «Стратегічний маркетинг», "Маркетинговий менеджмент" та інші, на заняттях з яких неодмінними компонентами є спілкування, робота в команді, уміння вирішувати конфлікти, уміння формувати власну думку, швидко адаптуватися до нових умов тощо.

Формування соціальних навичок враховано у меті ОП. Набуття соціальних навичок за ОП забезпечують наступні ПРН: презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами; використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу; керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання; формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку; знати психологічні методи та прийоми, що застосовуються у сфері маркетингового управління, та використовувати набуті знання для оцінки об'єктивних факторів оточення, створення умов щодо генерування нових ідей у мінливому бізнес-середовищі та вирішення актуальних маркетингових завдань.

Яким чином зміст ОП урахує вимоги відповідного професійного стандарту?

Професійний стандарт за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для другого (магістерського) рівня вищої освіти відсутній. Зміст ОП «Маркетинг» враховує вимоги Національної рамки кваліфікацій для кваліфікаційного рівня магістр з маркетингу (другого (магістерського) ступеня вищої освіти).

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

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в ДДМА обсяг річного навантаження має складати 60 кредитів із рівним розподілом їх за семестрами. Обсяг вибіркової частини має складати не менше 25% загального обсягу ОП, кількість аудиторних занять у магістрів – в середньому 18 годин на тиждень. Фактично обсяг вибіркової частини ОП становить 26,1% (23,5 кредитів), кількість аудиторних занять за денною формою навчання – 23 години (1 семестр), 17 годин (2а семестр) та 17 годин (2б семестр). Розгляд робочих програм навчальних дисциплін на засіданнях кафедр передбачає попередню експертизу відповідності обсягу дисципліни та обсягу програмних результатів навчання.

Організація самостійної роботи здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про організацію і контроль самостійної позааудиторної роботи студентів у Донбаській державній машинобудівній академії (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення%20про%20організацію%20і%20контроль%20самостійної%20позааудиторної%20роботи%20студентів%20у%20Донбаській%20державній%20машинобудівній%20академії.pdf). Зміст самостійної роботи при вивченні певної дисципліни визначається робочою програмою дисципліни, методичними рекомендаціями до СРС.

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

Підготовка здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за дуальною формою навчання відсутня. Але потрібно відмітити, що дуальне навчання у ДДМА регламентується Положенням про порядок організації та проведення дуального навчання (затверджено Вченою радою ДДМА протокол № 5 та введено в дію наказом від 29.03.2023) (www.dgma.donetsk.ua/docs/dyalne_yavchannia/Положення%20Дуальне%20навчання%20на%20сайті.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

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

Відповідно правил прийому ДДМА для конкурсного відбору осіб, які на основі ступеня бакалавра, освітньо-кваліфікаційного рівня магістра або спеціаліста вступають на навчання для здобуття ступеня магістра, зараховуються: результати єдиного вступного іспиту з іноземної мови у формі тесту з іноземної мови або вступного випробування з іноземної мови (у випадках, передбачених цими Правилами); результати фахового вступного випробування.

Програмні вимоги для проведення фахових випробувань готуються кафедрою «Менеджмент» і затверджується головою Приймальної комісії не пізніше ніж за три місяця до початку прийому заяв вступників. Данні програмові вимоги оновлюються щорічно. Програма Комплексного іспиту з маркетингу містять питання з таких навчальних дисциплін: «Мікро- та макроекономіка», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика».

Програма вступних випробувань для ЄВІ з іноземної мови формується і переглядається наказом МОН та розміщується за посиланням:

https://testportal.gov.ua/wp-content/uploads/2020/09/ZNO-2020_pidsumky-provedennya_bryfing.pdf

Порядок проведення та критерії оцінювання вступних випробувань, програма фахових випробувань, тестові завдання оприлюднюються на сайті Приймальної комісії

ДДМА.
www.dgma.donetsk.ua/docs/abiturient/2020/vstupni/magistr/osnovni/Програма%20вступних%20випробувань%20075%20Маркетинг.pdf

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

www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_організацію_освітнього_2.pdf

Питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулюється Положенням про порядок визначення академічної різниці та перезарахування навчальних дисциплін у Донбаській державній машинобудівній академії та Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти ДДМА.

Переведення здобувачів вищої освіти з одного ЗВО до іншого здійснюється за згодою керівників обох ЗВО.

Поновлення до складу здобувачів першого курсу забороняється. Повновлення на навчання (з інших закладів вищої освіти, на іншу форму навчання) здобувачів, які навчалися на другому (магістерському) рівні, здійснюється на ту ж спеціальність, за якою здійснювалась підготовка. Перезарахування навчальних дисциплін (перенесення кредитів) проводиться згідно заяви здобувача на ім'я декана факультету на підставі порівняння навчального плану підготовки за заявленою ОП та документів, виданих здобувачу вищої освіти за попереднім місцем навчання.

Результат перезарахування відображається у відповідній відомості з внесенням до навчальної картки здобувача: назви дисципліни, загальної кількості годин/кредитів, оцінки і підстав для перезарахування (номер академічної довідки, залікової книжки, диплома тощо).

Здобувачі, які навчалися в неакредитованих програмах в закладах вищої освіти, не мають права переведення (поновлення) до ДДМА.

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

На ОПП «Маркетинг» практики застосування вказаних правил у звітному періоді не було.

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті регулюється Положенням про порядок визнання в Донбаській державній машинобудівній академії результатів навчання, отриманих у неформальній освіті (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Неформальна%20освіта%20ДДМА.pdf), що розміщено на головній сторінці сайту ДДМА.

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

Звернень про визнання результатів навчання у неформальній освіті в межах заявленої ОП «Маркетинг» не було.

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Навчання на ОП «Маркетинг» здійснюється за денною і заочною формами у поєднанні з елементами дистанційної форми навчання. Лекції та практичні заняття проводяться професорами і доцентами ДДМА згідно розкладу.

Індивідуальні заняття - за окремим графіком з урахуванням індивідуального плану здобувача. Консультація може

бути індивідуальною або проводитися для групи студентів. Для ефективнішої організації самостійної роботи здобувачів функціонує дистанційна платформа MOODL. Практична підготовка здобувачів ОП здійснюється шляхом проходження практики на підприємствах згідно з договорами. Проведення практики в особливий період відбувається у відповідності до «Положення про порядок проведення всіх видів практик здобувачів вищої освіти ДДМА в особливих умовах» (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_Практику_в_карантин.pdf). У процесі навчання на ОП застосовуються різноманітні методи навчання, які забезпечують досягнення програмних цілей та результатів, а саме: пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності; методи стимулювання навчальної діяльності; методи контролю і самоконтролю у навчанні; практичні методи навчання; самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань. Їх відповідність ПРН кожного освітнього компоненту визначається в робочих програмах навчальних дисциплін та практики.

Продemonструйте, 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?

ОП орієнтована на особисті здібності здобувачів, формування відносин, які базуються на довірі та співпраці з викладачами. Реалізація принципів студентоцентрованого навчання за ОП відображається у: реалізації можливості вибору навчальних дисциплін; здійснення системи заходів щодо підготовки випускників до майбутньої професійної діяльності та їхнього позиціонування на ринку праці, регулярного проведення ярмарки вакансій, «круглих столів» з роботодавцями тощо; реалізації доступу до навчальних інформаційних ресурсів (<http://moodle.dgma.donetsk.ua/?lang=ru>) ; впровадженні академічної мобільності студентів ([www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Акад_мобільність_ДДМА_\(сайт\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Акад_мобільність_ДДМА_(сайт).pdf)). Згідно результатів опитування 77,8 % здобувачів повністю задоволені методами навчання і викладання за ОП, 22,2 – частково задоволені. За критерієм «Викладачі використовували сучасні педагогічні методи (майстер-клас, навчальні дискусії, мозковий штурм, тренінги, ділові ігри та ін.)» отримана середня оцінка 4,67 з можливих 5. Також критерій «Рівень якості використовуваних методів, способів і форм організації освітнього процесу (проведення лекцій, лабораторних та практичних занять, семінарів)» був врахований при оцінюванні здобувачем кожного викладача (за анкетой «Викладач очима студентів»).

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

Здобувачі ОП є самостійними учасниками освітнього процесу: вільно здійснюють наукову діяльність, обирають форми і методи викладання та навчання, отримують знання з усіх доступних інформаційних каналів. Освітній процес на ОП базується на принципах академічної свободи його учасників, що забезпечується: 1) самостійним вибором викладачами форм і методів викладання навчальних дисциплін. Кожний викладач розробляє власний методичний комплекс навчальних дисциплін, вільно впроваджує сучасні форми і методи навчання, ініціює та застосовує новачі щодо освітніх технологій і методів; 2) аналізом та врахуванням інтересів і думок здобувачів щодо орієнтованості ОП на забезпечення високої якості освітнього процесу на основі принципів академічної свободи його учасників; 3) співпрацею викладачів і здобувачів на всіх етапах освітнього процесу, що дозволяє сформувати у здобувачів здатність до вільного викладання власної думки, активної участі в обговореннях проблемних питань; 4) взаємною довірою та повагою здобувачів і викладачів ОП. За результатами опитування у 88,9 % здобувачів очікування щодо ОП Маркетинг повністю співпали з її реальним змістом, у 11,1 % - частково співпали. Крім того, 66,7 % здобувачів повністю задоволені можливістю вільно вибирати дисципліни, 33,3 % – частково. Рівень задоволеності можливостями наукового зростання та рівень задоволеності підтримкою ДДМА у вирішенні проблем навчання становлять 89 %.

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 *

Забезпечення учасників освітнього процесу своєчасною та повною інформацією щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку і критеріїв оцінювання за ОП здійснюється постійно шляхом: 1) використання офіційного сайту ДДМА, на якому розміщуються навчально-методичні матеріали з усіх навчальних дисциплін ОП (www.dgma.donetsk.ua/tsdzo-golovna.html), розклад занять, каталоги навчальних дисциплін за вибором студента, електронні навчальні посібники тощо, а також новини щодо здійснення освітнього процесу; 2) інформування здобувачів викладачами на лекціях, практичних заняттях, консультаціях, що забезпечує своєчасне з'ясування всіх актуальних питань з організації освітнього процесу; 3) надання інформації в усній, письмовій, а також онлайн формі працівниками кафедр, деканату; 4) використання електронної пошти для індивідуального інформування здобувачів щодо організації їх самостійної роботи, підготовки рефератів, проектів тощо; 5) використання Інтернет ресурсів, зокрема Facebook-груп кафедри Менеджмент (<https://www.facebook.com/menagement24>). За результатами опитування у 88,9 % здобувачів очікування щодо ОП Маркетинг повністю співпали з її реальним змістом, у 11,1 % - частково співпали. Крім того, 66,7 % здобувачів повністю задоволені можливістю вільно вибирати дисципліни, 33,3 % – частково. Рівень задоволеності можливостями наукового зростання та рівень задоволеності підтримкою ДДМА у вирішенні проблем навчання становлять 89 %.

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

Важливе місце в організації освітнього процесу здобувачів другого (магістерського) рівня освіти посідає наукова та дослідницька діяльність. Основними її проявами є участь у конференціях, написання тез доповідей, написання

наукових статей, подання на конкурси наукових робіт, участь у наукових темах кафедри, організація наукових заходів для здобувачів, проведення досліджень для написання кваліфікаційних робіт. Для розкриття наукового потенціалу молоді та з метою обміну практичними та науковими напрацюваннями у ДДМА щорічно у квітні місяці організовується щорічна наукова конференція молодих вчених, аспірантів та студентів. У квітні 2020 року проходила XLII науково-технічна он-лайн конференція науково-педагогічних працівників, докторантів, аспірантів, магістрантів і студентів (секція менеджмент, маркетинг) (<https://uso4web.zoom.us/j/4224317392?pwd=aFRtQnhHd3EzZTZRmVmduVzFtNXBDQT09>), в якій приймали участь магістранти Николаєва Ю., Брант М. На цій конференції здобувачі вищої освіти діляться своїми спільними з науково-педагогічними керівниками напрацюваннями та результатами досліджень. Також протягом навчального року здобувачі освіти мають чимало можливостей поїхати на конференції в інші міста України чи Європи.

Кожного року проходить відбір найбільш схильних до наукової діяльності здобувачів вищої освіти, які потім приймають участь у програмі підготовки обдарованих студентів, яка регламентується «Положенням про роботу з обдарованою студентською молоддю» (<http://www.dgma.donetsk.ua/molodizhna-nauka.htm> l). Ще одним вагомим напрямом студентської наукової роботи є написання наукових робіт та подання їх на конкурс. Здобувачі вільно обирають тематику таких досліджень та наукового керівника, з яким хотіли б працювати. Така наукова робота є довершеним унікальним дослідженням, у якому висвітлюються шляхи розв'язання тих чи інших актуальних питань та пропонуються ефективні управлінські та фінансові рішення. На основі наукових робіт здобувачі під науковим керівництвом пишуть статті та публікують їх у фахових вітчизняних і міжнародних виданнях. Так, разом з викладачами кафедри менеджменту к.е.н. Шубною О.В. та к.ф.н. Болотіною Є.В. ст. гр. МК-19маг Николаєвою Ю.В. була надрукована стаття «Using Environmental Marketing Tools in the Implementation of the Concept of Sustainable Development of the Region». Викладач Фоміченко І.П. займається науковою роботою зі ст. гр. МК-19маг Брантом М.А., результатом якої стала стаття «Організація маркетингової діяльності промислових підприємств у сучасних умовах господарювання». Також здобувачі вищої освіти долучаються до виконання науково-дослідних тем кафедри. До переліку виконаних НДР за участю здобувачів ОП, які отримали підтримку стейкхолдерів, належить дослідження «Маркетинговий механізм управління розвитком промислового регіону: інноваційні підходи» (ДК-2020) », науковий керівник Фоміченко І.П., к.е.н., доцент кафедри Менеджмент.

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

У ДДМА діє «Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у Донбаській державній машинобудівній академії» (затверджено Вченою радою ДДМА 25.10.2018 р. протокол № 4; введено в дію наказом від 26.10.2018 р. № 89), в якому виокремлено завдання щодо необхідності оновлення змісту освітніх компонентів на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі.

Освітні компоненти ОП постійно оновлюються на основі сучасних досягнень економічної науки, інноваційних практик менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування за ініціативою викладачів кафедри, представників бізнесу, здобувачів. Найбільш ефективними методами оновлення змісту ОП є: 1) проведення науково-практичних дискусій з актуальних проблем менеджменту і маркетингу в редакції журналу «Економічний вісник ДДМА» (http://www.dgma.donetsk.ua/science_public/ddma/); 2) проведення науково-методичних семінарів кафедри з обговоренням сучасних теоретичних і практичних питань менеджменту і маркетингу, (наприклад, доповідь к.е.н., доцента Фоміченко І.П. «Новітні технології у викладанні промислового маркетингу»); 3) опублікування викладачами кафедри авторських навчальних посібників (Мироненко Є.В., Волошина О.О., Шубна О.В. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю: практикум для студентів спеціальності «Менеджмент» денної та заочної форм навчання / Є. В. Мироненко, О. О. Волошина, О. В. Шубна. – Краматорськ : ДДМА, 2018. – 71 с, співавтор Волошина О.О. викладає дисципліну «Інвестиційний менеджмент») та монографій (Фоміченко І.П.

Трансформаційні перетворення господарської системи в контексті глобалізаційних змін: еволюція та управління. [Монографія] / [авт.кол.: Мироненко Є.В., Шевченко О.О., і др.]. за заг. ред. Мироненко Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2017. – 272 с); 4) вивчення експертних висновків роботодавців і керівників практики, що сприяє з'ясуванню актуальних проблем практики маркетингу.

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

Інтернаціоналізація діяльності ДДМА регламентується Положенням про академічну мобільність здобувачів ДДМА ([www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Акад_мобільність_ДДМА_\(сайт\).pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Акад_мобільність_ДДМА_(сайт).pdf)) . Для підготовки здобувачів до участі у програмах академічної мобільності та інтернаціоналізації підготовки за ОП «Маркетинг» викладається дисципліна «Ділове академічне письмо іноземною мовою». Міжнародна діяльність кафедри «Менеджмент» здійснюється також у наступних формах: участь студентів і викладачів у міжнародних конференціях, публікація наукових статей у зарубіжних виданнях (наприклад, Фоміченко І. П., Лобода Д. О., Николаєва Ю. В. Місце інновацій в розробці маркетингової стратегії підприємства/ I Міжнародна науково-практична конференція «WORLD SCIENCE: PROBLEMS, PROSPECTS AND INNOVATIONS» (1-3 жовтня) [сб. тез.]. - Торонто, Канада, 2020.), (Fomichenko I.P. To the question of managing regional marketing// I.Fomichenko, Barkova S // II International Scientific Conference The Modern Economic Research: Theory, Methodology, Practice: Conference Proceedings, September 27th, 2019. Kielce, Poland: Baltija Publishing. – С. 95-98.); науковці Академії мають безкоштовний доступ до баз даних Scopus та інформаційної платформи Web of Science. У рамках виконання Європейського проекту ДДМА отримала обладнання для системи дистанційного навчання Moodle. Академічна мобільність науково-педагогічних працівників кафедри менеджменту реалізується у формі стажувань.

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

Контрольні заходи на ОП здійснюються відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу в Донбаській державній машинобудівній академії» (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_організацію_освітнього_2.pdf), «Положення про організацію і контроль самостійної позааудиторної роботи студентів у Донбаській державній машинобудівній академії» (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_організацію_і_контроль_самостійної_позааудиторної_роботи_студентів_у_Донбаській_державній_машинобудівній_академії.pdf). На ОП застосовуються: форми попереднього контролю, наприклад, вхідний тестовий контроль; – форми поточного контролю знань студентів, зокрема: опитування на практичних заняттях і колоквіумах; виконання тестових завдань; розв'язання практичних завдань; контрольні роботи; підготовка та захист здобувачами доповідей, проектів або їх елементів, кейсів та ін.; – форми підсумкового контролю – іспити й заліки. Прозорість і зрозумілість контролю для студентів забезпечують: ознайомлення здобувачів на початку вивчення навчальної дисципліни з контрольними завданнями та всіма формами контрольних заходів і критеріями їх оцінювання; надання інформації на зборах здобувачів певного курсу, що проводяться деканом факультету економіки і менеджменту та кафедрою на початку кожного семестру; інформація на сайті про строки здійснення контрольних заходів; інформація на сторінках кафедри у системі Moodle DDMA.

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

Згідно Положення «Про організацію освітнього процесу в ДДМА» форми і методи контролю знань студентів обирає кафедра. Контроль знань студентів здійснюється за рейтинговою накопичувальною (100-бальною) системою, яка передбачає складання обов'язкових контрольних точок (ОКТ). З метою забезпечення повної і якісної перевірки досягнення ПРН відповідної дисципліни у ДДМА здійснюється постійний поточний контроль основної частини матеріалу, який завершується не пізніше передостаннього тижня семестру. Максимальна кількість балів (100) при оцінюванні знань здобувачів з навчальної дисципліни, яка завершується екзаменом, формується з двох частин, з коефіцієнтом 0,5 кожна: за поточну успішність 100 балів; на екзамені 100 балів. З дисциплін, що завершуються заліком, поточна успішність оцінюється, виходячи зі 100 балів. У будь-якій системі контролю знань усі контрольні заходи повинні проводитися тільки під час аудиторних занять. Підсумкова оцінка за екзамен або залік виставляється за 100-бальною шкалою. Обрана система контрольних заходів у межах навчальних дисциплін ОП «Маркетинг» погоджується з деканом за належністю кафедри і доводиться до відома здобувачів на першому занятті з даної дисципліни. Вносити до неї будь-які зміни протягом семестру забороняється. Кожній групі викладач дає роздрукований склад і графік складання контрольних заходів. Для різних освітніх компонентів в залежності від їхніх цілей і запланованих результатів навчання застосовуються відповідні форми і методи оцінювання.

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

Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти забезпечується шляхом відображення відповідної інформації в робочій програмі навчальної дисципліни, структура та зміст якої регламентується Положенням «Про організацію освітнього процесу в ДДМА» (наказ № 66 від 3.10.2019 р.). Розклад атестаційних тижнів, розклад занять розміщені на сайті академії (<http://www.dgma.donetsk.ua/tabel-kalendar-navchalnogo-protsesu-na-2020-2021-navchalniy-rik.html>), (www.dgma.donetsk.ua/rozklad-dlya-dennogo-viddilennya.html). У робочій програмі навчальної дисципліни наведений розподіл балів за змістовними модулями, а також вказані максимальні та мінімальні бали з кожного контрольного заходу з урахуванням їх вагомості та трудомісткості. Система контрольних заходів передбачає кількісні та якісні критерії оцінювання. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів за кількісними критеріями здійснюється за національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно; зараховано, незараховано); 100-бальною шкалою та шкалою ECTS. Якісні критерії оцінювання результатів навчання здобувачів представлені у робочих програмах навчальних дисциплін як необхідний обсяг знань та вмінь, комунікативних навичок та відповідальності.. За результатами опитування за п'ятибальною системою рівень задоволення процедурою інформування стосовно освітнього процесу впродовж навчального періоду становить 4,56, оцінка процедури проведення поточного та підсумкового контролю знань є чіткою та зрозумілою – 4,78.

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

Стандартом вищої освіти України другого (магістерського) рівня за галуззю знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» передбачено таку форму атестації здобувачів вищої освіти, як публічний захист кваліфікаційної роботи. Крім того, Стандартом висуваються певні вимоги до кваліфікаційної роботи. Випускна кваліфікаційна робота спрямована на розв'язання складного завдання або проблеми в сфері маркетингу за обраним студентом напрямом, що передбачає певну спеціалізацію та пріоритетність частини компетентностей. Визначені ОП вимоги до кваліфікаційної роботи повністю відповідають вимогам, які встановлені Стандартом. Вимоги до кваліфікаційної роботи другого (магістерського) рівня за галуззю знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» представлено в «Методичних вказівках до виконання

кваліфікаційної роботи».

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

Положення «Про організацію освітнього процесу в ДДМА», Положення «Про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ДДМА», Положення «Про екзаменаційну комісію в ДДМА» містять процедуру проведення контрольних заходів та особливості системи оцінювання знань здобувачів вищої освіти. Ці документи оприлюднені на офіційному сайті ДДМА (<http://www.dgma.donetsk.ua/normativni-akti.html>), що забезпечує їх доступність для обізнаності, опрацювання та перегляду здобувачами вищої освіти та викладачами. Вони містять процедуру проведення контрольних заходів, а також процедури повторної здачі та оскарження результатів. Крім того, усім учасникам освітнього процесу своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо порядку та критеріїв оцінювання в межах окремих освітніх компонентів у формі робочої навчальної програми дисципліни, що забезпечує моніторинг обізнаності здобувачів вищої освіти з процедурами проведення контрольних заходів. За ОП розробляється навчальний план, який затверджується рішенням Вченої ради Академії та є основою для складання графіку освітнього процесу, що затверджується наказом ДДМА. Для проведення атестації здобувачів створюються екзаменаційні комісії, персональний склад яких затверджується наказом ДДМА не пізніше ніж за місяць до початку її роботи. Графік проведення захисту кваліфікаційних робіт затверджується наказом ДДМА та оприлюднюється на стендах кафедри та деканату, у системі Moodle DDMA

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

Об'єктивність екзаменаторів забезпечуються: комплексністю, неперервністю та відкритістю результатів контролю знань студентів; організацією діяльності здобувачів із самоконтролю знань; застосуванням інтерактивних форм контролю, що передбачають активну участь групи в оцінюванні якості виконання завдань її учасниками. Процедури врегулювання конфлікту інтересів як суперечності між приватними інтересами членів університетської спільноти та їх посадовими обов'язками визначено у «Положенні про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій у Донбаській державній машинобудівній академії» ([www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення Конфлікти ДДМА_Сайт.pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення%20Конфлікти%20ДДМА_Сайт.pdf)) Протягом усього періоду здійснення навчального процесу на ОП (вересень 2019 р. – вересень 2020 р.) не було випадків задокументованого конфлікту інтересів.

Результати опитування здобувачів (від 0 до 5): оцінювання знань відбувалось прозоро та чесно – 4,67, обізнаність у правилах та процедурах вирішення конфліктних ситуацій у ДДМА – 4,67. Також критерій «Пропонує і послідовно керується системою своїх вимог і критеріїв для оцінки результатів освітньої діяльності» був врахований при оцінюванні здобувачем кожного викладача (за анкетю «Викладач очима студентів»).

Результати опитування здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» засвідчили що студентам відомий порядок оскарження процедури проведення контрольних точок (55,6 % - так, 44,4 % - ні).

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

Згідно Положення «Про організацію освітнього процесу в Донбаській державній машинобудівній академії» якщо здобувач не допускається кафедрою до складання заліку або екзамену, то в заліково-екзаменаційну відомість екзаменатор пише «недопуск». У цьому випадку здобувач направляється на комісію, яка має пересвідчитись в об'єктивності цієї оцінки і прийняти рішення або рекомендувати здобувачу повторне вивчення дисципліни, або дозволити здобувачу відпрацювання заборгованостей і допустити його до повторної здачі екзамену (заліку). Згідно з Положенням «Про організацію освітнього процесу в ДДМА», здобувачам вищої освіти, які отримали незадовільну оцінку або позначку «не з'явилися», може бути надано право перескладання екзамену або заліку протягом сесії за індивідуальним графіком ліквідації академічних заборгованостей. Здобувач, який отримав оцінку «незадовільно» під час захисту кваліфікаційної роботи, після завершення атестації відрховується з ДДМА як такий, що виконав навчальний план, але не пройшов атестації. При цьому йому видається академічна довідка. Якщо захист кваліфікаційної роботи визнається незадовільним, екзаменаційна комісія визначає, чи може випускник подати до повторного захисту ту саму роботу з доопрацюванням, яке визначається комісією, чи повинен обрати для опрацювання нову тему, яка визначається відповідною кафедрою. У випадках повторного незадовільного захисту кваліфікаційної роботи зазначені особи до атестації не допускаються.

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

Згідно Положення «Про організацію освітнього процесу в ДДМА» (наказ № 66 від 3.10.2019 р.) для забезпечення обґрунтованості і прозорості оцінювання знань здобувачів, виконання положень «Стандарту академічної доброчесності ДДМА» (наказ № 107 від 28.12.2018 р.) наказом ректора створюються апеляційні комісії, які розглядають скарги здобувачів щодо обґрунтованості отриманих оцінок рейтингових балів, проводять аналіз письмових робіт здобувачів щодо обґрунтованості їхнього оцінювання викладачами; забезпечують залучення, у разі необхідності, викладачів з інших кафедр для врегулювання спірних питань; забезпечують обов'язкове залучення до розгляду скарг усіх зацікавлених учасників освітнього процесу (здобувачів, що подали скаргу, та викладачів, що проводили оцінювання студентів); доводять до зацікавлених учасників освітнього процесу обґрунтованого рішення апеляційної комісії (у строк не більше ніж 7 діб). У випадку встановлення комісією порушення процедури проведення атестації, яке вплинуло на результати оцінювання, комісія пропонує ректору скасувати відповідне рішення і провести повторне засідання екзаменаційної комісії у присутності представників

комісії з розгляду апеляції. Протягом періоду здійснення освітньої діяльності випадків оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів серед здобувачів ОП не було.

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

У ДДМА є наявна комплексна політика щодо забезпечення протидії академічній недоброчесності. Існують чітко прописані правила дотримання норм академічної доброчесності. Політика, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності у ДДМА знайшли відображення у таких нормативно-правових документах: – Положенні «Про організацію освітнього процесу в ДДМА» (наказ № 66 від 3.10.2019 р.); – Стандарти академічної доброчесності ДДМА (наказ № 107 від 28.12.2018 р.); – Положенні «Про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ДДМА» (наказ № 89 від 26.10.2018 р.); – Тимчасовим Положенні «Про запобігання та виявлення академічного плагіату у навчальній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу у ДДМА (затверджено ВР ДДМА 29.03.2018 р., протокол №8). Вказані документи оприлюднені на головній офіційній сторінці сайту ДДМА (<http://www.dgma.donetsk.ua/normativni-akti.html>), що забезпечує їх доступність для обізнаності, опрацювання та перегляду здобувачами вищої освіти та викладачами. Ці положення спрямовані на підтримку ефективної системи дотримання академічної доброчесності, яка поширюється на наукові та навчально-методичні розробки учасників освітнього процесу, курсові, атестаційні роботи здобувачів вищої освіти.

Результати опитування здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою “Маркетинг” засвідчили що здобувачі ознайомлені з документами ДДМА, які містять політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності (77,8 % - так, 22,2 % - частково).

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

Для протидії порушенням академічної доброчесності у ДДМА передбачено, що усі курсові роботи та кваліфікаційні роботи магістрів проходять перевірку на плагіат в системі «eГХТАнтиплагіат» або іншої системи (з доданням до роботи довідки-бланку щодо результатів оцінювання). Ці системи допомагають підвищити якість оригінальних текстів за рахунок впровадження принципів академічної доброчесності в академічну культуру та покращення академічної мотивації здобувачів та викладачів. Всі запозичення з друкованих та електронних джерел, а також із захищених раніше дослідницьких робіт, кандидатських і докторських дисертацій у роботах мають відповідні посилання. В результаті перевірки складається звіт, у якому виділено плагіат, посилання та цитати, джерела плагіату. Здобувачі заповнюють та підписують заяву за встановленою формою, якою підтверджується факт відсутності у письмовій роботі запозичень. Відмова у написанні заяви означає недопуск роботи до захисту. Кваліфікаційна робота магістра надається для реєстрації секретарю екзаменаційної комісії та допускається до захисту після проведеної заздалегідь перевірки матеріалу в системі «eГХТАнтиплагіат» (або іншої системи) та отримання відповідної довідки про рівень унікальності тексту і оформлення усієї необхідної документації. Всі кваліфікаційні роботи магістрів зберігаються в репозиторії кафедри. Для уніфікації та спрощення процедури перевірки досліджень здобувачів, в даний час академія проводить тестування програмного продукту "Strikeplagiarism" з метою його подальшого впровадження.

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

Популяризація принципів академічної доброчесності серед здобувачів вищої освіти ОП спрямована на формування нульової толерантності майбутніх професіоналів з маркетингу до будь-яких форм їх порушень - як при здійсненні власних професійних дій, так і з боку співробітників, ділових партнерів тощо - шляхом імплементації її принципів у навчальний процес та культуру ДДМА. Поширенню принципів академічної етики у студентській спільноті ДДМА сприяють: – інформування про заходи запобігання проявам академічної недоброчесності та їх реалізацію; – обговорення у студентських групах принципів академічної етики, стану їх запровадження в ДДМА, неприпустимості їх порушення; – діяльність викладачів із роз'яснення здобувачам принципів академічної етики, важливості їх дотримання у навчальному процесі; – включення вимог щодо дотримання принципів академічної етики у методичні матеріали з підготовки здобувачами доповідей, рефератів, виступів на студентських наукових конференціях, випускних кваліфікаційних робіт та ін.; – забезпечення вільного доступу здобувачів до документів ДДМА, присвячених питанням академічної етики. За результатами опитування здобувачів за критерієм «Заохочення у дотриманні принципів та правил академічної доброчесності під час навчання та виконання індивідуальних робіт» отримана середня оцінка 4,78 з можливих 5.

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

Для популяризації академічної доброчесності серед здобувачів у ДДМА проводиться консультування щодо вимог з написання письмових робіт із наголошенням на принципах самостійності, коректного використання інформації з інших джерел та уникання плагіату, а також правил опису джерел та оформлення цитувань. Згідно з Положенням «Про організацію освітнього процесу в ДДМА», «Стандартом академічної доброчесності ДДМА», «Положенням про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ДДМА», тимчасовим Положенням «Про запобігання та виявлення академічного плагіату у навчальній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу у ДДМА» запобігання академічного плагіату передбачає: розробку та розповсюдження методичних матеріалів із визначенням вимог щодо належного оформлення посилань на використані джерела; ознайомлення осіб, які навчаються, з документами, що регламентують запобігання академічного плагіату; розміщення на веб-сайтах періодичних видань університету викладу етичних норм публікації та рецензування статей. Для здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» така інформація надається в межах навчальної дисципліни «Методологія та

організація наукових досліджень». За результатами опитування 88,9 % здобувачів задоволені можливостями наукового зростання за спеціальністю Маркетинг та відмічають високий рівень інформаційної, консультативної та індивідуальної підтримки освітнього процесу, які створюють умови для запобігання порушення академічної доброчесності.

6. Людські ресурси

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

Необхідний рівень професіоналізму викладачів ОП під час конкурсного добору регламентується Положенням про порядок заміщення посад науково-педагогічних працівників Донбаської державної машинобудівної академії (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_порядок_заміщення.pdf)

До переліку документів входить список наукових праць; документи, які підтверджують рівень освіти, підвищення кваліфікації протягом останніх п'яти років (дипломи (про вищу освіту, наукові ступені), атестати (про вчене звання), сертифікати, свідоцтва, інші передбачені законодавством України документи), звіт за попередній період про наукову, методичну, організаційну роботу за попередній період (від претендента, який працював у ДДМА до проведення конкурсу (за основним місцем роботи або за сумісництвом). Це забезпечує попередній відбір претендентів на конкурсну посаду, що має необхідний рівень професіоналізму. Процедура, яка дозволяє здійснити якісний відбір кадрів прописана в пункті 3 Положення про порядок заміщення посад науково-педагогічних працівників Донбаської державної машинобудівної академії.

Добір викладачів заявленої ОП здійснюється на підставі досягнутих ними показників, що визначають кваліфікацію працівника відповідно до спеціальності згідно п.30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності (Постанова Постанови КМ № 347 від 10.05.2018)

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

Залучення роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу відбувається у наступних формах: залучення до роботи у робочій групі з удосконалення освітньої програми; участь у наукових та навчально-методичних заходах кафедри маркетингу та реклами, днів кар'єри та ярмарках вакансій; у рецензуванні (наданні відгуків) на освітню програму; у рецензуванні окремих програмних документів (робочих програм практики); у керівництві практикою від баз практики; у проведенні окремих навчальних занять з різних дисциплін (відповідно до профілю), а також для атестації осіб, які здобувають ступінь магістра, здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої обов'язково включаються представники роботодавців та їх об'єднань.

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

ДДМА активно залучає до наукових та навчально-методичних заходів за ОП «Маркетинг» провідних фахівців-практиків, експертів в галузі маркетингу та реклами, представників кращих підприємств Донецчини: ПрАТ «НКМЗ», ТОВ «Корум Дружківський машинобудівний завод», ПАТ «ВЕСКО», ПрАТ «ГРЕТА», ПАТ «ЕМСС» тощо, запрошуючи їх до участі у щорічній конференції у ролі спікерів; залучаючи до проведення майстер-класів, лекцій, семінарів, що дозволяє поєднувати здобуту теоретичну базу за ОП «Маркетинг» з практичним навчанням на прикладах кейсів підприємств Донецької області; запрошуючи до участі у круглих столах, де вони долучаються до обговорення проблем, які виникають у молодих фахівців з маркетингу при працевлаштуванні після закінчення закладу вищої освіти.

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

Сприяння професійному розвитку викладачів ОП «Маркетинг» становить цілісну систему в межах ДДМА, яка включає, зокрема: 1) надання взаємної науково-методичної допомоги на кафедрі; 2) обмін педагогічним досвідом під час проведення відкритих занять та інших навчально-методичних заходів; 3) підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників (формальна освіта) – направлення викладачів на стажування (тренінги), підвищення кваліфікації до ЗВО, з яким укладено договори про стажування; направлення викладачів у оплачувані відрядження до інших міст; організація курсів підвищення кваліфікації на базі ДДМА (зокрема, безкоштовних курсів для поглибленого вивчення викладачами ДДМА іноземної мови); 4) визнання результатів інформальної освіти (регламентується Положенням про підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників Донбаської державної машинобудівної академії (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення%20про%20підвищення%20кваліфікації_1.pdf)).

З метою обміну досвідом та підвищення педагогічної майстерності у ДДМА діє Старт-школа Sikorsky Challenge (<http://www.dgma.donetsk.ua/sikorsky/>) (доц. Шашко В.О. Навчання за програмою «Sikorsky Challenge» «Основи інноваційного підприємництва» (108 ак. год), 2018 рік).

У ДДМА діє Положення «Про трудове змагання співробітників і підрозділів Донбаської державної машинобудівної академії» (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/polozhennya_pro_trudove_zmagannya_spivrobitnikiv_i_pidrozdiliv_ddma.pdf), що є

елементом мотивації професійного розвитку викладачів ОП.

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Процедури, за якими ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності, включають професійне заохочення. З цією метою проводяться щорічні трудове змагання співробітників і підрозділів Донбаської державної машинобудівної академії

(www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/polozhennya_pro_trudove_zmagannya_spivrobitnikiv_i_pidrozdiliv_ddma.pdf)

Працівники академії мають можливість безкоштовного доступу до міжнародних баз даних «Web of Science» та «Scopus», використання матеріалів яких сприяє розвитку викладацької майстерності.

ДДМА стимулює розвиток викладацької майстерності завдяки: стимулюванню професійного зростання викладачів та наукових співробітників за рахунок створення необхідних умов для захисту дисертацій, отримання вчених знань, стимулювання творчої праці; організації безкоштовних курсів для поглибленого вивчення викладачами ДДМА іноземної мови; надання можливості стажування на провідних підприємствах міста та регіону; залученню кадрів до участі в наукових конференціях, організованих на базі ДДМА, а також до участі у всеукраїнських та міжнародних конференціях; проведення майстер-класів провідними лекторами з методології викладання і навчання; організації системи взаємодіючих занять викладачами; надання психологічної допомоги для запобігання професійного вигорання, що допомагає викладачам боротись з певними кризами.

Науково-педагогічні працівники Академії, які мають високі показники викладацької майстерності, за рішенням Вченої ради нагороджуються різними почесними відзнаками.

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

Матеріально-технічні ресурси ДДМА, які забезпечують навчання здобувачів за ОП "Маркетинг" включають: навчальні приміщення, комп'ютерні класи, спортивні зали; приміщення для науково-педагогічних працівників; службові приміщення; бібліотека; гуртожитки; пункти харчування; бази відпочинку; медичний пункт; кабінет психолога.

Обладнання спеціалізованих кабінетів крім комп'ютерної техніки включає мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unis UC28.

Бібліотека займає площу 1066 м². В структурі бібліотеки з обслуговування читачів – 4 абонементи та 3 читальні зали на 250 посадкових місць з підключенням до Wi-Fi. Бібліотека має 23 комп'ютери, 7 принтерів, штрихкодове обладнання, сканер, телевізор, DVD-плеєр, акустичну систему.

Бібліотекою академії забезпечено доступ до електронного каталогу (<http://www.dgma.donetsk.ua/elektronniy-katalog.html>). Комп'ютерна мережа ДДМА підключена до інформаційного ресурсу Web of Science та Scopus.

Навчально-методичне забезпечення ОПП включає робочі програми; завдання для проведення ККР; навчальні та навчально-методичні посібники, конспекти лекцій, методичні рекомендації до самостійної роботи та практичних занять, виконання курсових робіт; тематику індивідуальних завдань; склад і графік складання контрольних точок дисципліни; критерії оцінювання результатів навчання; комплект екзаменаційних (залікових) білетів.

Навчально-методичне забезпечення ОП постійно доповнюється та оновлюється у системі дистанційного навчання платформи Moodle.

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?

Для проведення освітнього процесу за ОП спеціально виділені навчальні аудиторії загальною площею 914 кв.м, в т.ч. лабораторія з охорони праці та комп'ютерний клас загальною площею 72 кв.м на 7 комп'ютерних місць.

Комп'ютерне устаткування обладнане програмними продуктами: Microsoft office, OpenOffice.org 4.1.7, Project Expert 7 Standard, Web-ресурси: Googledocs, HohliBuilder, Microsoft Power BI, Googleanalytics, GoogleTrends, Internet-браузер Google Chrome.

Основні новини та події з життя академії відображаються в газеті «Академія» (<http://www.dgma.donetsk.ua/vipuski-gazeti-pdf.html>) та на сторінках в соціальних мережах Facebook (<https://www.facebook.com/groups/mediagrupa>), Instagram (https://instagram.com/ddma_official?igshid=rmqnt19jwpgz).

Для виявлення та врахування потреб та інтересів здобувачів вищої освіти в академії щорічно проводиться опитування стосовно задоволеності здобувачів якістю складових функціонування освітнього середовища ДДМА. Згідно результатів опитування 88,9 % здобувачів задоволені підтримкою ДДМА у вирішенні проблем навчання, 11,1 % - частково задоволені. Висока оцінка 4,89 (за 5-бальною шкалою) отримана за критерієм «Вільний доступ до інформаційних ресурсів академії», 4,78 - «Задоволення рівнем організації та забезпечення освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання», 4,88 – «Рівень якості умов для самореалізації особистості і формування організаторських навичок, лідерських якостей (спорт, дозвілля, студентський клуб, художня самодіяльність, проектна робота)».

Опишіть, яким чином ЗВО забезпечує безпечність освітнього середовища для життя та здоров'я

здобувачів вищої освіти (включаючи психічне здоров'я)?

Питання щодо забезпечення безпечності освітнього середовища оговорені в колективному договорі між адміністрацією і колективом ДДМА на 2018-2020 роки.

Перед початком навчального семестру кожний здобувач проходить інструктаж з техніки безпеки. На канікулярний період здобувачі отримують пам'ятки щодо правил поведінки в різних ситуаціях. Проводити поточний ремонт приміщень. Для запобігання занесенню та поширенню коронавірусної інфекції COVID-19 у ВНЗ вжиті заходи відповідно до вимог Міністерства освіти і науки України та розроблені «Положення про дистанційне навчання здобувачів вищої освіти за денною формою у Донбаській державній машинобудівній академії в особливих умовах» (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_Дистанц_навч_в_карантин.pdf), «Положення про порядок проведення всіх видів практик здобувачів вищої освіти Донбаської державної машинобудівної академії в особливих умовах» (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_атестацію_в_карантин.pdf).

Фахівець з досвідом психологічного консультування допомагає здобувачам поліпшити якість свого життя, особистих і сімейних відносин, ефективно впоратися з різними проблемами, у тому числі тривожними або депресивними станами.

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?

Підготовка фахівців у ДДМА передбачає активне використання LMS Moodle DDMA (<http://moodle.dgma.donetsk.ua>).

Організаційною основою провадження освітньої діяльності є розклад навчальних занять (<http://www.dgma.donetsk.ua>). В академії створена та працює на професійному рівні медіа-група «Академія» (<http://www.dgma.donetsk.ua/zagalna-informatsiya-redaktsiya.html>).

Задля створення комфортних умов навчання за ОП співробітниками деканату економіки і менеджменту та кафедри ведеться постійна індивідуальна консультативна робота зі студентами з підтримки у вирішенні навчальних та життєвих питань.

Соціальні потреби здобувачів забезпечуються через надання місць в гуртожитку, які приєднані до локальної мережі академії з можливістю доступу до методичного забезпечення ОП, до електронного каталогу бібліотеки. У всіх гуртожитках створені кімнати відпочинку.

В штаті ДДМА працює психолог. На даний час в процесі обговорення знаходиться програма протидії булінгу та насильству.

Для надання своєчасної медичної допомоги студентам в Академії діє медпункт.

Заходи ДДМА з соціального захисту студентів: підтримуються державні програми соціального захисту пільгових категорій студентів; надається консультаційна допомога з питань забезпечення захисту студентів пільгових категорій силами профсоюзної організації; забезпечуються умови для проходження безкоштовного медичного огляду.

Рівень задоволеності здобувачів відповідно до результатів опитувань: освітньою підтримкою – 4,78, організаційною – 4,78, інформаційною – 4,67, консультативною – 4,67, соціальною – 4,56.

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)

Для реалізації права на вищу освіту особами з особливими освітніми потребами, або такими, які не можуть відвідувати аудиторні заняття за розкладом занять з поважних причин, в Академії організовуються заняття за індивідуальним графіком відповідно до п.5.7 Організація освітнього процесу за індивідуальним графіком положення про організацію освітнього процесу в ДДМА

(www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_організацію_освітнього_2.pdf) передбачається створення умов для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами.

Положення про навчання студентів ДДМА за індивідуальним графіком

(www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Индив%20навч_ДДМА_Сайт.pdf) регламентує порядок такого навчання.

Також, в академії запроваджено навчальний процес за заочно-дистанційною формою, що базується на застосуванні студентами програмних засобів і навчально-методичних ресурсів системи дистанційного навчання LMS Moodle DDMA (<http://moodle.dgma.donetsk.ua>), це дозволяє користуватись дистанційною формою навчання у випадку потреби.

II та III навчальні корпуси обладнані пандусом для доступу маломобільних осіб.

Під час реалізації ОП, яка акредитується, серед здобувачів вищої освіти студентів із особливими освітніми потребами не було.

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

В ДДМА діє Антикорупційна програма Державного вищого навчального закладу (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/антикор%20програма%20ДДМА%202018-2020.pdf).

В ДДМА прийнято Стандарт Академічної доброчесності

(www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Стандарт_академічної_доброчесності_2.pdf), який передбачає сукупність принципів і правил поведінки учасників освітнього процесу, спрямованих на формування самостійної та відповідальної особистості, спроможної навчатись, викладати і провадити наукову діяльність, дотримуючись етичних та правових норм. При виявленні конфліктних ситуацій, які не можуть бути врегульовані по місцю проявлення та потребують втручання інших осіб, для забезпечення неупередженості, виявлення причин та

кваліфікації наслідків індивідуальних трудових спорів Положенням про конференцію трудового колективу ДДМА (<http://www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/положення%20про%20конференцію%20ДДМА.pdf>) передбачається передача справи до Комісії з трудових спорів (КТС). Ця комісія створена та затверджена Конференцією і постійно «діє відповідно до законодавства про працю» весь її термін роботи (2 роки). Рівень обізнаності здобувачів вищої освіти у правилах та процедурах вирішення конфліктних ситуацій відповідно до результатів опитувань – 4,67; доступність інформації про права та обов'язки здобувача вищої освіти – 4,88; прозорість правил та процедур надання пропозицій та розгляду скарг від здобувачів вищої освіти – 4,78 (відповіді передбачали оцінку від 0 до 5).

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

Розробка, моніторинг та перегляд освітніх програм є елементом забезпечення внутрішньої системи якості освіти. (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення%20про%20розр%20та%20реаліз%20осв%20прогр%20ДДМА.pdf) Періодичний перегляд освітніх програм в ДДМА здійснюється відповідно до Положення про порядок розроблення та реалізації освітніх програм Донбаської державної машинобудівної академії (затверджено вченою радою ДДМА 27.06.2019 р., протокол №13 та введено в дію наказом від 08.07.2019 р. № 50). (<http://www.dgma.donetsk.ua/normativni-akti.html>)

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

ДДМА послідовно дотримується призначених процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП «Маркетинг».

Моніторинг та удосконалення ОП «Маркетинг» в процесі її реалізації проводиться з метою забезпечення відповідності встановленим цілям діяльності, а також потребам стейкхолдерів програми - здобувачів вищої освіти, роботодавців, суспільства в цілому. В результаті такого перегляду відбувається щорічне (за необхідності) оновлення навчального плану, робочих програм дисциплін (силабусів), змісту та структури практик, тематик кваліфікаційних робіт.

Удосконалення заявленої ОП може відбуватися у зв'язку з:

- 1) модифікацією переліку програмних результатів навчання за підсумками публічного обговорення проекту ОП,
- 2) змін у державному стандарті за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти;
- 3) коригуванням елементів освітньої складової у відповідності до новітніх тенденцій розвитку ринку праці, оновленням ресурсного забезпечення освітнього процесу;
- 4) рішеннями Вченої ради ДДМА, Методичної ради, Науково-технічної ради ДДМА, рекомендаціями методичної ради спеціальності 075 Маркетинг з питань ефективності реалізації ОП.

Відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу в ДДМА», освітні програми ДДМА є складовими внутрішньої системи забезпечення якості освіти в ДДМА і переглядаються регулярно, але не рідше 1 разу на три роки.

Остання редакція заявленої ОП була розроблена робочою групою з удосконалення освітньої програми (протокол №1 від 21.04.2020 рр.), зміни були схвалені на засіданні кафедри менеджменту (протокол № 23 від 05.05.2020р.) Нова редакція освітньої програми затверджена на засіданні Вченої ради ДДМА (протокол № 8 від 28.05.2020 р) Зміни, внесені в ОП, були вмотивовані результатами зворотного зв'язку зі здобувачами вищої освіти, роботодавцями, академічною спільнотою та іншими стейкхолдерами з метою адаптації її до зміни їх очікувань і потреб.

Зміни стосувалися: уточнення мети ОП; уточнення особливостей (унікальності) ОП; переліку компонент ОП (вилучено: з обов'язкових компонент – навчальну дисципліну «Фізвиховання»; з обов'язкових компонент перенесено у цикл вільного вибору «Охорона праці в галузі та цивільний захист», з вибіркових компонент перенесено до обов'язкових «Психологія лідерства та професійної успішності», «Інформаційні системи і технології в маркетингу та Інтернет-маркетинг»); введення нової компоненти вільного вибору «Глобальна економіка»; коригування структурно-логічної схеми.

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

Здобувачі вищої освіти безпосередньо та через органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду ОП «Маркетинг» та інших процедур забезпечення її якості як зацікавлені особи. Відповідно до Положення ДДМА «Про студентське самоврядування», затвердженого на конференції студентів Академії (Протокол № 1 від 8.02.17) (www.dgma.donetsk.ua/docs/sss/Положення%20ССС%20-%202019.pdf), здобувачі вищої освіти «беруть участь в обговоренні та вирішенні питань удосконалення освітнього процесу». За заявленою ОП з метою перегляду програми та інших процедур забезпечення її якості, здобувачі вищої освіти залучалися шляхом анкетування, яке було проведене у квітні 2020 р. За результатами анкетування здобувачів введено до переліку освітніх компонентів ОП навчальну дисципліну «Цифровий маркетинг», перенесено до обов'язкових компонентів «Інформаційні системи та технології в маркетингу»;

На даний час ще не відбулося жодного випуску за заявленою ОП, однак відповідно до Положення про порядок

розроблення та реалізації освітніх програм ДДМА задля врахування потреб і пропозицій здобувачів вищої освіти при перегляді ОП передбачається забезпечення зворотного зв'язку з випускниками ОП різних років (зустрічі, опитування, запрошення до участі у складі робочої групи), що дозволить отримати актуальну інформацію щодо «вузьких місць» в результатах навчання за ОП, виявлені у практичній діяльності.

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

Організація внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності ґрунтується на принципах студентоцентричності, відкритості, академічної чесності. Студентське самоврядування – це представницький орган здобувачів вищої освіти. Представникам студентського самоврядування надається можливість для спілкування зі здобувачами вищої освіти будь-якого рівня і у будь-якій зручній для обох сторін формі (особисті зустрічі, опитування тощо), про що представники студентського самоврядування повідомляють кожну академічну групу на початку семестру, виявляють проблеми і побажання здобувачів і залишають контактну інформацію. Згідно з Положенням про студентське самоврядування (www.dgma.donetsk.ua/docs/sss/Положення%20ССС%20-%202019.pdf), здобувачі мають своїх представників на всіх рівнях управління академією – від Конференції трудового колективу і до навчально-виховної комісії на кафедрі, від Вченої ради ДДМА і до Ради спеціальності. Тому при виконанні процедур внутрішнього забезпечення якості ОП студенти можуть впливати на процес забезпечення якості ОП.

У випадку, коли конкретний здобувач вищої освіти має пропозиції щодо вдосконалення якості ОП, але не може звернутися до викладачів забезпечуючої кафедри, куратора групи, членів групи забезпечення, завідуючого кафедрою, або не знаходить розуміння з цими особами, він може звернутися до представників студентського самоврядування. Далі здобувач відстоює свою точку зору, погляди, пропозиції з підтримкою студентської спільноти, яка дає змогу підключити до цього процесу адміністрацію ДДМА..

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

Кафедри ДДМА мають тісні зв'язки з провідними підприємствами, організаціями, установами міста та регіону у тому числі через механізм функціонування філій кафедр на підприємствах. Кафедра менеджменту має філії на ПрАТ «НКМЗ» та ПАТ «ЕМСС» (м.Краматорськ). В процесі спільної роботи (читання оглядових лекцій з перспективних напрямків розвитку економічних процесів, новітніх наукових підходів й поглядів; рецензування кваліфікаційних робіт; підготовки спільних наукових публікацій тощо), безперечно, виокремлюються нові погляди на складові компоненти та програмні результати освітньої програми. Діють і безпосередні методи залучення роботодавців до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення якості ОП. При перегляді ОП «Маркетинг» робочими групами обов'язково залучаються стейкхолдери, які мають можливість внести свої пропозиції, узгодити оновлення ОП «Маркетинг». Зокрема, за заявленою ОП у роботодавці залучалися до рецензування програми, їхні пропозиції були враховані при перегляді програми. Найбільш гострими для роботодавців є проблеми фахової підготовки здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» в сфері цифрового маркетингу, Інтернет-маркетингу, розвитку надпрофесійних компетенцій фахівців.

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

У ДДМА наявна практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників. В місті Краматорськ створена Асоціація випускників та друзів КІП-ДДМА. В ДДМА діє Клуб випускників (<http://www.dgma.donetsk.ua/klub-vipusknikiv.html>) на основі Положення про клуб випускників. Кожна кафедра має свого представника – голову спілки випускників (<http://www.dgma.donetsk.ua/golovi-spilki-vipusknikiv.html>). Через особисті комунікації, соціальні мережі, підприємства-партнери кафедра менеджменту має постійне та активне спілкування з випускниками освітніх програм.. Саме завдяки використанню перерахованих комунікаційних інструментів кафедра з'ясовує кар'єрний шлях випускників, обговорює їх подальші перспективи, проводить, за потреби, онлайн спілкування на професійні теми. Оскільки здобувачі вищої освіти, що навчаються за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, вже під час навчання починають працювати, після закінчення навчання вони, частіше за все, продовжують трудову кар'єру на обраних підприємствах, в установах, організаціях. Однак, для отримання більш точної інформації з працевлаштування, на початку кожного поточного навчального року кафедрами ДДМА збирається інформація стосовно кар'єри випускників. Ця інформація оприлюднюється на сайті академії (www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Відомості%20про%20працевлаштування%20випускників_1.pdf) За заявленою ОП на даний час ще не відбулося жодного випуску.

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 забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у Донбаській державній машинобудівній академії (<http://www.dgma.donetsk.ua/normativni-akti.html>) у ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості ОП «Маркетинг» у освітній діяльності з реалізації ОП відмічено такий недолік: у ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості ОП «Маркетинг» за час її реалізації було виявлено необхідність набуття здобувачами вищої освіти знань в сфері глобальної економіки, цифрового маркетингу, Інтернет-маркетингу, отримання універсальних компетентностей та спеціальних компетентностей в контексті

управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства.

За результатами аналізу системи внутрішнього забезпечення якості ОП «Маркетинг» було оновлено зміст освітніх компонентів, а саме: введено дисципліну «Глобальна економіка» (вільний вибір), «Цифровий маркетинг» (вільний вибір), «Інформаційні системи і технології в маркетингу та Інтернет-маркетинг» (перенесено до блоку обов'язкових дисциплін), «Психологія лідерства та професійної успішності» (перенесено до блоку обов'язкових дисциплін), актуалізовано перелік програмних результатів навчання.

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

Результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти беруться до уваги під час перегляду ОП «Маркетинг». Під час проведення процедури останньої акредитації інших ОП ДДМА були висунуті зауваження, які можуть бути узагальнені таким чином: продовжити роботу щодо поліпшення якісного складу кафедр, забезпечити подальшу підготовку кадрів через докторантуру та аспірантуру за відповідною науковою спеціальністю; забезпечити підготовку курсів дисциплін для дистанційної освіти (особливо у середовищі Moodle); забезпечити формування постійних ділових контактів з спорідненими кафедрами України та університетами дальнього зарубіжжя; активізувати участь студентів у міжнародних студентських конференціях та молодіжних наукових форумах; розробити сукупність заходів з покращення дієвості реклами і формування іміджу спеціальності в засобах масової інформації та електронних мережах.

Зауваження, отримані іншими ОП, враховані при організації освітнього процесу на ОП «Маркетинг», а саме: 1) за заявленою ОП лекційні заняття проводять тільки ті викладачі кафедри менеджменту, які мають наукові ступені та/або вчені звання, серед яких 4 доктори наук 8 кандидатів наук; 2) в ДДМА Центром дистанційної і заочної освіти введено обов'язкове використання системи дистанційного навчання «Moodle DDMA» (www.dgma.donetsk.ua/tsdzo-golovna.html). За освітніми компонентами заявленої ОП до системи «Moodle DDMA» не пізніше, ніж за місяць до початку семестру, завантажуються: робоча програма дисципліни (силабус); опорний конспект лекцій; методичні вказівки до виконання курсової роботи за дисципліною; тестові завдання; індивідуальні завдання тощо. У системі «Moodle DDMA» студенти складають частковий підсумковий контроль набутих знань за тестовими технологіями в цьому ж навчальному середовищі; 3) кафедрою менеджменту, за якою закріплено заявлену ОП, ще не налагоджені контакти з зовнішнім освітнім середовищем і це є недоліком в організації освітнього процесу за даною ОП, але кафедрою налагоджені контакти із професіоналами-практиками, які періодично запрошувались у форматі онлайн для проведення консультування студентів за актуальними питаннями., зокрема: д.е.н., проф. Каїрою З.С., д.е.н., проф. Корж М.В., д.е.н., проф. Беліковою О.Ю. надавалися поради студентам стосовно збору практичних матеріалів під час переддипломної практики для виконання кваліфікаційної роботи; 4) заходи щодо підвищення іміджу і популяризації спеціальності 075 «Маркетинг» та заявленої ОП проводяться у формі профорієнтаційної роботи, надання потенційним абітурієнтам друкованої рекламної продукції (буклети, роздатковий матеріал тощо), а також через соціальні мережі Facebook, зокрема, на сторінці кафедри менеджменту (<https://www.facebook.com/menegment2426/>), на сторінці Медіа-групи "АКАДЕМІЯ" ДДМА (<https://www.facebook.com/groups/mediagrupa/>). Також кафедра впроваджувала досвід розміщення наочної реклами у місцевих ЗМІ.

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

Учасники академічної спільноти залучаються до внутрішнього забезпечення якості в ДДМА на усіх рівнях: на рівні здобувачів вищої освіти – моніторинг якості проведення навчальних занять (шляхом опитування, результати якого заслуховуються на засіданнях кафедри, методичних семінарах); на рівні кафедр (гаранти освітніх програм, викладачі, куратори академічних груп) – включення до методичної ради спеціальностей кафедри; вдосконалення структури та змісту навчальних планів; раціоналізація аудиторного навантаження студентів; робочі програми навчальних дисциплін з усіх обов'язкових та вибіркових дисциплін; розробка наукової, навчальної і навчально-методичної літератури та ін.; на рівні факультету – розгляд питань щодо забезпечення якості ОП на засіданнях вченої та методичної ради факультету; на рівні ректорату, навчального відділу, вченої ради ДДМА розробляються: навчальний план, який визначає обсяг навчальних дисциплін у кредитах ЄКТС, послідовність вивчення дисциплін, форми проведення навчальних занять та їх обсяг, графік освітнього процесу, форми поточного і підсумкового контролю; рішення вченої ради щодо забезпечення якості ОП. На рівні Академії Наглядова рада Академії. Якість методичних розробок контролюється методичними радами кафедри, факультету і Академії.

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

У відповідності до Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ДДМА організація внутрішнього забезпечення якості в Академії здійснюється на п'яти рівнях.

На першому рівні здобувачі вищої освіти, які допомагають сформувати первинну інформацію через соціологічні опитування. На другому рівні кафедра (гаранти освітніх програм, викладачі, куратори академічних груп) контролює виконання вимог якісної організації освітньої діяльності, моніторинг компетентностей та досягнутих результатів навчання здобувачів вищої освіти, запобігає та виявляє академічний плагіат в їх кваліфікаційних роботах. На третьому рівні факультет (декан, заступники деканів, вчена та методична ради факультетів) планує та контролює якість вищої освіти за спеціальностями, здійснює моніторинг освітніх програм, навчальних планів, робочих програм навчальних дисциплін, забезпечує внутрішню перевірку якості та контролює процедури зовнішнього забезпечення якості вищої освіти (ліцензування спеціальностей та акредитація освітніх програм). На четвертому рівні ректорат, навчальний відділ, вчена рада Академії здійснюють процедури і заходи щодо забезпечення виконання усіх вимог до

якості вищої освіти. На п'ятому рівні Наглядова рада Академії забезпечує постійне покращення здатності Академії виконувати вимоги усіх зацікавлених сторін до якості вищої освіти на основі результатів вивчення задоволеності якістю вищої освіти випускників Академії та роботодавців.

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?

Нормативну основу, яка регулює права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу в ДДМА, складають: Конституція України; закон України «Про освіту»; «Про вищу освіту»; «Про наукову та науково-технічну діяльність»; розпорядчі нормативно – правові документи Президента України, Кабінету Міністрів України, Міністерства освіти і науки України, інших міністерств та відомств.

У ДДМА права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу регулюються наступними документами (www.dgma.donetsk.ua/normativni-akti.html):

- «Статут ДДМА»;
- «Правила внутрішнього розпорядку ДДМА»;
- «Положення про організацію освітнього процесу в ДДМА»;
- «Положення про навчання студентів ДДМА за індивідуальним графіком»;
- «Положення про порядок та умови обрання здобувачами вищої освіти вибіркових дисциплін у ДДМА»;
- «Положення про самостійну роботу студентів ДДМА»;
- «Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ДДМА »;
- «Тимчасове положення Про запобігання та виявлення академічного плагіату у навчальній та науково – дослідній роботі учасників освітнього процесу у ДДМА»;
- «Положення про екзаменаційну комісію в ДДМА».

В цих документах викладені основні положення щодо організації та проведення освітнього процесу в ДДМА, чітко і зрозуміло визначені права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу; інформація щодо організації освітнього процесу у відкритому доступі на офіційному сайті ДДМА в розділі «Нормативні акти».

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

www.dgma.donetsk.ua/docs/pro-ddma/obgovo_osvi/ПроектОПП_маркетинг_магістр_2020_1.pdf

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

www.dgma.donetsk.ua/docs/op/2020-08/ОПП_маркетинг_магістр_2020.pdf

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

До числа сильних сторін ОП належать:

- 1) актуальність змісту та програмних результатів навчання,
- 2) забезпеченість процедурами перегляду та удосконалення, конкретною спрямованістю на підготовку магістрів маркетингу до виконання завдань у відповідності до кваліфікаційних характеристик та запитів ринку праці;
- 3) приділення значної уваги практичній підготовці майбутніх професіоналів (обсяг практик 10,5 кредитів);
- 4) наявність системи моніторингу інформації щодо змісту та організації освітнього процесу за ОП;
- 5) залучення висококваліфікованого професорсько-викладацького складу, який орієнтований на активну освітню та наукову діяльність у предметній області;
- 5) постійний контакт із стейкхолдерами, і відслідковування змін у професійних викликах як основа удосконалення змісту ОП, підтримка з боку роботодавців у реалізації програми.

До числа слабких сторін програми можна віднести:

- 1) недостатня практика викладання дисциплін іноземною мовою;
- 2) недостатній рівень інтернаціоналізації як викладання, так і навчання: залучення зарубіжних викладачів, закордонні стажування викладачів ОП для підвищення кваліфікації на з метою оволодіння передовими Європейськими практиками;
- 3) недостатньо приділено увагу організації дуальної освіти, як способу поєднання теорії та практики.

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

- 1) Розширення переліку вибіркових дисциплін з метою врахування регіональної спеціалізації підприємств

Донецької області («Стандартизація та сертифікація продукції», «Інтелектуальна власність», «Міжнародний бізнес»).

2) Активізація залучення практиків для проведення тренінгів в рамках певних освітніх компонентів з метою підвищення щільності зв'язку теорії та практики, а також для консультування здобувачів вищої освіти при виконанні кваліфікаційних робіт.

3) Підвищення якості кадрового забезпечення ОП в частині підвищення кваліфікації відповідно до дисциплін що викладаються.

4) Популяризація ОП на ринку освітніх послуг за спеціальністю шляхом створення клубу «Маркетолог» та організації інтерактивних лекцій у форматі воркшоп орієнтованої на широке коло зацікавлених осіб.

5) Впровадження на основі ОП дуальної форми навчання для здобувачів вищої 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: Ковальов Віктор Дмитрович

Дата: 12.10.2020 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Переддипломна практика	практика	<i>практика_магістр_075переддипломна.pdf</i>	9VfCQnfNc9ZDSiYk4lMx6qaW1of1Ep4ZdLoPMeBdskU=	Ноутбук Samsung N148P (Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.12
Виробнича практика	практика	<i>практика_виробнича.pdf</i>	ZSWgrUJRXdu+UMQqQDDnntPeAs77eucZNSUKLH8WoLg=	Ноутбук Samsung N148P (Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.12
Дипломування	підсумкова атестація	<i>дипломування_маг_075.pdf</i>	XSzWo/8ApzYPef6M1SYSQwC4J4tXtcnPo jpkWxReGFI=	Ноутбук Samsung N148P (Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.12
Стратегічний маркетинг	курсова робота (проект)	<i>KP_стратегічний_маркетинг.pdf</i>	BVDNThRVwyUbgod4QIYCPXvSmYyEmiTGx3bo7ekChkw=	Ноутбук Samsung N148P (Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.12
Цифровий маркетинг	навчальна дисципліна	<i>ВПП_5_2_Цифровий_маркетинг.pdf</i>	nolo/D5rB8jq1M2HfRF+uJooQnYWRWFyFgBDcGDzU10=	Ноутбук Dell I3 (Intel® Core i3-317U 1.8 GHz), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, GoogleAnalytics, GoogleTrends, HohliBuilder, Microsoft Power BI, Microsoft Power BI, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Медіапланування	навчальна дисципліна	<i>ВПП_5_1_Медіапланування.pdf</i>	DM4dNU9oLpnDnnBjllpVU2FRGZLZOjZksFDGL8madEg=	Ноутбук Dell I3 (Intel® Core i3-317U 1.8 GHz), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, HohliBuilder, Microsoft Power BI, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Міжнародний	навчальна	<i>ВПП_4_2_Міжнар</i>	C7mtMDaY4Wfo2pr	Ноутбук Samsung N148P

маркетинг	дисципліна	одний_маркетинг.pdf	Itvha+HYoF1WixIM PESxjFG2aRps=	(Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Управління конкурентоспроможністю	навчальна дисципліна	ВПП_4_1_Управління_конкурентоспроможністю.PDF	/zTWLoMhzesd71+Y GoFc+jH6dWzaJF98 Nw1+uKmI8zI=	Ноутбук Samsung N148P (Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ) мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Інформаційно-комунікаційні технології	навчальна дисципліна	ВЗП_3_2_Інформаційно_комунікаційні_технології.pdf	b3RzmRBWK4do8Y Y6Z4Rwe3n8DzehtH me+1+G9zVzkt4=	Ноутбук Emachines eM350 NAV51 (Intel® Atom™ N450 (1,66 GHz) / RAM 1 ГБ) мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, Intel(R) Celeron(R) 1,60 GHz 5 од Intel(R) Celeron(R) 700-1700 MHz 20д. OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Googleanalytics, GoogleTrends, Viber, Telegram. Zoom, Microsoft Power BI, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Психологічні технології роботи з персоналом	навчальна дисципліна	ВПП_3_1_Психологічні_технології.pdf	HWzgWFBnppyYNo xSJv1GM+JQtdPG75 WXCmsA9R2hSGo=	Ноутбук Emachines eM350 NAV51 (Intel® Atom™ N450 (1,66 GHz) / RAM 1 ГБ) мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Інвестиційний менеджмент	навчальна дисципліна	ВПП_2_2_Інвестиційний_менеджмент.pdf	5A6datE5yJlhp7hFP piDZkxTFwR9QbAYv onHuZeCWw8=	Ноутбук Emachines eM350 NAV51 (Intel® Atom™ N450 (1,66 GHz) / RAM 1 ГБ) мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Project Expert – 7 од. (Project Expert 7 Standard (несетева версия)), Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Фінансовий менеджмент	навчальна дисципліна	ВПП_2_1_Фінансовий_менеджмент.pdf	DaYaK9w+eE3qcRw CUf/FxquSKG+2Xo D3idSLxf404dw=	Ноутбук Samsung N148P (Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ) мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Project Expert – 7 од. (Project Expert 7 Standard (несетева версия)), Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Рекламний менеджмент	навчальна дисципліна	ВПП_1_1_Рекламний_менеджмент.pdf	sdFnyvYntRkD2z+iLj 52rUnnkcVnRQbZC3 hfFgZc1i8=	Ноутбук ASUS X200M (IntelPentium III Xeon 2166 cHz RAM 2ГБ) мультимедійний бізнес-проектор

				Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, Gooleanalytics, GoogleTrends, HohliBuilder, Microsoft Power BI, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Глобальна економіка	навчальна дисципліна	ВЗП_1_2_Глобальна_економіка.pdf	dar4P8UrGHCEcxEA6zc4vpqLxCvOBDFa3eQmtXCa+sM=	Ноутбук ASUS X200M (IntelPentium III Xeon 2166 cHz RAM 2ГБ) , мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Охорона праці в галузі та цивільний захист	навчальна дисципліна	ВЗП_1_1_Охорона_праці.pdf	5Dvch3Lfyl9mJrP/tqeU/f1IoLLgeJSK4alvC4L/uz8=	Ноутбук Lenovo SL500, мультимедійний проектор Epson W4, презентер Samsung SDP-6500DXA, Microsoft Office - 30 од. (Microsoft Office 2019 Ukrainian Academic OLP 1License NoLevel.), Internetбраузер Opera 66.0.3515.103.
Інформаційні системи і технології в маркетингу та інтернет – маркетинг	навчальна дисципліна	ОПП_5_Інформ_систем_технолог_маркет.pdf	q/5DdGyGjCamodw/WegtRya9fO2coZvdOtoPMP8cu+o=	Ноутбук Lenovo S10-3 (Intel® Atom™ CPU N455 1/66 GHz RAM 1 ГБ) мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, Intel(R) Celeron(R) 1,60 GHz 5 од Intel(R) Celeron(R) 700-1700 MHz 20д OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, HohliBuilder, Microsoft Power BI, Gooleanalytics, GoogleTrends, Project Expert – 7 од. (Project Expert 7 Standard (несетевая версия)), Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Управління маркетинговими проектами	навчальна дисципліна	ОПП_4_Упр_маркетин_проект.pdf	dDXWibx1AIszFoxxyovd2SU4dxvJcoOJ1IR3V5fjL10=	Ноутбук HP HQ-TR71025 (3-5005U 2/0Ghz RAM 4 ГБ) мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, Intel(R) Celeron(R) 1,60 GHz 5 од Intel(R) Celeron(R) 700-1700 MHz 20д OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Project Expert – 7 од. (Project Expert 7 Standard (несетевая версия)), Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Маркетинговий аудит	навчальна дисципліна	ОПП_3_Маркетинговий_аудит.pdf	ORhfrwEAYTokHI+OxpLvrjObtsACU3X/OJTdjLaJsGE=	Ноутбук Dell I3 (Intel® Core i3-317U 1.8 GHz), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Маркетинговий менеджмент	навчальна дисципліна	ОПП_2_Маркетинговий_менеджмент.pdf	ZorrDX4saOVLzPU2mbVgXVZFQX7FqxwspAbObvvNgNE=	Ноутбук Samsung N148P (Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ) мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, Internet-браузер Google Chrome

				85.04183.121
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	ОПП_1_Стратегічний_маркетинг.pdf	9GfLAuREhGmqKee62pDsiqRSIMFJoxsaR6Ec9+6k6J4=	Ноутбук Samsung N148P (Intel Atom N450 (1.66 ГГц) / RAM 1 ГБ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Основи наукових досліджень у професійній сфері	навчальна дисципліна	ОЗП_3.pdf	iVovVr5HWF5vx0lrF/wmoEA8ecE+WeQjqrEdszSkXw4=	Ноутбук ASUS X200M (IntelPentium III Xeon 2166 GHz RAM 2ГБ, мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Ділове та академічне письмо іноземною мовою	навчальна дисципліна	ОЗП_2.pdf	f3Ln7j21ZtME84DdXssgEKYGz55rXoZAKHZETfotpiI=	Ноутбук Samsung Q210 - FA05, мультимедійний проектор UNIC UC46 WiFi, презентер Logitech Wireless Presenter R400 (910-001356), Microsoft Office - 30 од. (Microsoft Office 2019 Ukrainian Academic OLP 1License NoLevel.), Internet-браузер Opera 66.0.3515.103.
Психологія лідерства та професійної успішності	навчальна дисципліна	ОЗП_1.pdf	eoZR7v/ruwN1GO6J4p4jKGhdrJF9aaqPorUsUGurEhU=	Ноутбук Emachines eM350 NAV51 (Intel® Atom™ N450 (1,66 GHz) / RAM 1 ГБ) мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121
Бренд-менеджмент	навчальна дисципліна	ВПП_1_2_Бренд_менеджмент.pdf	8nkVyHHkKxL9GksIxrRD8Khcl9kJynch+w664aaHFwU=	Ноутбук ASUS X200M (IntelPentium III Xeon 2166 cHz RAM 2ГБ) мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, Googleanalytics, GoogleTrends, HohliBuilder, Microsoft Power BI, Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121

* 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
62883	Волошина Олена Олексіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Донбаська державна машинобудівна академія, рік	20	Інформаційно-комунікаційні технології	30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до

				закінчення: 1999, спеціальність: Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 061356, виданий 06.10.2010, Атестат доцента 12ДЦ 016146, виданий 25.01.2013		наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection Nadiia Yasynska, Inna Fomichenko, Lada Byvsheva, Olena Voloshyna, Ekaterina Krikunenko Assessment of the level of business readiness for digitalization using marketing and neural network technologies Innovative Marketing - Volume 15 2019, Issue №3, pp. 42-59 (Scopus from 2018) 30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях , включених до переліку наукових фахових видань України 1. Бившева Л.О., Волошина О.О., Яцишин Р.О. Психологічні аспекти розвитку креативних здібностей студентів на заняттях з менеджменту // Гуманізація навчально-виховного процесу. Збірник наукових праць ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”. - №6(92) -2018.-Харків ТОВ «Видавництво НТМТ»- с. 252-269 2. Болотіна Є.В., Волошина О.О., Шубна О.В. Іноваційні підходи до управління персоналом машинобудівних підприємств // Управління економікою: теорія та практика: П'яті чумаченківські читання. - 2017. - С.119-128. 3 Волошина О.О. Болотіна Є.В., Шубна О.В. Організація продажі туристичних послуг. БІЗНЕС ІНФОРМ. – 2019. - №2. - С.231-239 4 Voloshyna Olena, Byvshev Roman. State and prospects of development of financial decentralization in Ukraine. // Економічний вісник Донбасу. - Київ.-№4(54).-2018 р. 5 Voloshina O., Volodchenko V., Shashko V. IT Industry as the Basis of Innovative
--	--	--	--	--	--	---

							Development Economy of Ukraine. // Економічний вісник Донбасу.- Київ.-№4(58).-2019 р - С.163-168
							30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1 Мироненко Є.В., Волошина О.О., Шубна О.В. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю: практикум для студентів спеціальності «Менеджмент» денної та заочної форм навчання / Є. В. Мироненко, О. О. Волошина, О. В. Шубна. – Краматорськ : ДДМА, 2018. – 71 с. 2. Трансформаційні перетворення господарської системи в контексті глобалізаційних змін: еволюція та управління [монографія] / за заг. ред. Мироненка Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2017. – 272 с. 3 Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія /за загальною редакцією професора О.Г. Янкового. – Одеса, Атлант, 2017. – 514 с. Особистий внесок: Волошина Е.А., Шубная Е.В. Конкурентоспособность предприятий отечественной отрасли информационных технологий: проблемы и перспективы(с. 296-305 4) Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія]/ [авт. кол.: Мироненко Є.В., Фоміченко І.П., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. Мироненко Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с. 6) Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник]/ [авт. кол.:

							Фоміченко І.П., Бурцева О.Є., Белікова О.Ю., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360 с. 30.13 наявність виданих навчально-методичних посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/ рекомендацій загальною кількістю три найменування 1 МIRONENKO Є.В., Волошина О.О., Шубна О.В. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю: практикум для студентів спеціальності «Менеджмент» денної та заочної форм навчання / Є. В. МIRONENKO, О. О. Волошина, О. В. Шубна. – Краматорськ : ДДМА, 2018. – 71 с. 2 Фінансовий менеджмент: методичні вказівки до практичних занять для студентів спеціальності «Менеджмент» денної форми навчання / укл.: Є. В. МIRONENKO, О.Ю. Белікова О.О. Волошина. - Краматорськ: ДДМА, 2020.- 52 с. 3 Дистанційні курси (Moodl): Фінансовий менеджмент, Інвестиційний менеджмент, Інформаційно-комунікаційні технології 30.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету/ журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських
--	--	--	--	--	--	--	--

							наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/ проблемною групою, керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів та проєктів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проєктів, керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Параолімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України, виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту, виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань, керівництво спортивною делегацією, робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу. Авраменко Дар'я Валеріївна ст. гр. Мн-16. «Інвестиційна стратегія промислового містоутворюючого підприємства ПрАТ «НКМЗ»», 1 місце на I етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт із галузей знань і спеціальностей у 2018/2019 Робота подана до II туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт із галузей знань і спеціальностей у 2018/2019 навчальному році, спеціалізація «Менеджмент інвестиційної та інноваційної діяльності» Робота у складі журі Всеукраїнської
--	--	--	--	--	--	--	--

							студентської олімпіади «Менеджмент інноваційної діяльності за спеціальності 073 «Менеджмент» 15-17 травня 2019 року 30.15 наявність науково–популярних та / або консультаційних (дорадчих) та / або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1 Волошина О.О.,Зверев О.В., Рупенко В.С., Особливості формування інвестиційної стратегії підприємств енергетичної галузі в період економічної кризи Матеріали за XV міжнародна научна практична конференція, Бъдещите изследвания -2019 , 15 -22 февруари 2019 г.Закон. Икономики. Публичната администрация. Философия. : София.« Бял ГРАД-БГ»-8ос. – С.7-92 2 Волошина О.О., Листопадов А О., Особливості формування інвестиційного портфеля інституційного інвестора в умовах трансформаційної економіки. Materials of the XIII International scientific and practical Conference Science and civilization -2018, January 30 -February 7 , 2018 Economic science. : Sheffield. Science and education LTD -98-102 3 Волошина О.О., Лаврина І.В., Бышева Л.О. Развитие креативных способностей студентов на занятиях с менеджменту Materials of the XV International scientific and practical Conference Modern scientific potential - 2019 , February 28 - March 7, 2019 Pedagogical sciences. : Sheffield. Science and education LTD -128p. 4 Волошина О.О., Грачов Д.В. Особливості конкуренції
--	--	--	--	--	--	--	--

							банківського сектору в умовах транзитивної економіки України. Materials of the XIII International scientific and practical Conference Science and civilization -2018, May 30- June 7 , 2018 Economic science. : Sheffield. Science and education LTD -3-6 5 Волошина Е.А., Авраменко Д., Казенный С.Ю. Особенности поведения хозяйственных субъектов в условиях транзитивной экономики Materials of the XV In-ternational scientific and practical Conference Modern scientific poten-tial - 2019 , February 28 - March 7, 2019 Economic science. : Sheffield. Science and education LTD – p. 6-9 30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років ПрАТ «НКМЗ» наукове консультування щодо удосконалення інформаційного забезпечення процесів підготовки та проведення акціонерних зборів Акт №1 від 29 травня 2018 року ПАТ «ЕМСС» Наукове консультування щодо розробки заждів підвищення ефективності інвестиційної діяльності ПАТ «ЕМСС» Акт №1 від 7 жовтня 2019 року
363309	Познякова Оксана Олегівна	Ст. викладач, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, рік закінчення: 2006, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 012765, виданий 28.03.2013	о	Управління конкурентоспроможністю	30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях , включених до переліку наукових фахових видань України 1. Рекова Н.Ю., Познякова О.О. Модернізація системи державної фінансової політики. Ефективна економіка. 2017. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5911 2. Коніщева Н.Й., Ткачова С.С., Познякова О.О. Тенденції розвитку туризму на півночі

							донецької області. Ефективна економіка. 2018. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6862 3. Познякова О.О. Аналіз зарубіжного досвіду стратегічного управління конкурентоспроможністю сфери послуг. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019, вип. 27. ч. 2. С. 35 – 40. 4. Познякова О.О. Дослідження стану конкурентоспроможності вітчизняної сфери гостинності. Бізнес-навігатор. 2019. 6.1 (56). С. 114 – 119. 5. Познякова О.О. Система понять, яка формує теоретичну основу досліджень конкурентоспроможності. Національна економічна діяльність і міжнародні економічні відносини: сучасний стан та тенденції розвитку: колективна монографія. / Кол. авторів. Полтава: ПП «Астроя», 2020. Розд. 1. С. 12 – 17. 30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1. Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія]/ [авт. кол.: Познякова О.О., Фоміченко І.П., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. Мироненко Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с. 2. Управління конкурентоспроможністю: Навч. Посібник (друге видання)/ І.П. Фоміченко, В.О. Шашко, Познякова О.О., Баркова С.О.– Краматорськ.:ДДМА, 2020. –230с. 3. Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник / [авт.кол.: Белікова О.Ю., Фоміченко І.П., Шевченко О.О. та інші] за заг.ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360с.
--	--	--	--	--	--	--	--

								30.15 наявність науково–популярних та / або консультаційних (дорадчих) та / або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Познякова О.О. Дослідження конкурентоспроможності сфери надання послуг гостинності. Інтеграція освіти, науки та бізнесу в сучасному середовищі: зимові диспути: I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. (6-7 лютого 2020 р.) Дніпро, 2020. Т.3. С. 29 – 33. 2. Познякова О.О. Правове забезпечення державної політики в сфері гостинності. Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (Одеса, 26 березня 2020 р.) [Електронний ресурс]. – Одеса: ОНЕУ, 2020. С. 177 – 181. 3. Познякова О.О. Управління розвитком конкурентоспроможності сфери гостинності. Управлінська діяльність: досвід, тенденції та перспективи. Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених. Харків: ХНУБА, 2020. С.178 – 179. 4. Познякова О.О., Приймакова Ю.А. Innovative business models in tourism: joint consumption. Integración de las ciencias fundamentales y aplicadas en el paradigma de la sociedad post-industrial. Барселона, 2020. С. 18 – 20. 5. Познякова О.О. Конкурентні переваги сфери надання послуг гостинності та їх фінансова складова. Корпоративні фінанси: соціально-економічні, організаційно-правові
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							та інституціональні аспекти. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. К.: НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, 2018. С.290 – 292. 30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років Наукове консультування ТОВ «УКРМЕГАБУД», протягом 2018 – 2020 років.
25775	Шевченко Олена Олександрівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Донбаська державна машинобудівна академія, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом магістра, Донбаська державна машинобудівна академія, рік закінчення: 2020, спеціальність: 281 Публічне управління та адміністрування, Диплом доктора наук ДД 008467, виданий 23.04.2019, Диплом кандидата наук ДК 050114, виданий 08.10.2008, Аттестат доцента 12ДЦ 033423, виданий 25.01.2013	19	Основи наукових досліджень у професійній сфері	30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection 1. Diagnostics of systemic risk impact on the enterprise capacity for financial risk neutralization: the case of Ukrainian metallurgical enterprises / Kolupaieva I., Pustovhar S., Suprun O., Shevchenko O. // OeconomiaCopernicana . – 2019. – Vol. 10, Issue 3. – PP. 471-491. (закордонне видання, Міжнародна наукометрична база Web of science).Print version ISSN 2083-1277, e-version ISSN 2353-1827, DOI: 10.24136 h-index 12 Web of Science, http://economic-research.pl/Journals/index.php/oc/article/view/1719/1608 2. Justification of scenarios of state regulatory policy of Ukraine / Kolupaieva I. Shevchenko O. // Proceedings of the International conference of Innovation in Science and Education, March 20-22, 2019, Prague Czech Republic. (закордонне видання, Міжнародна наукометрична база Web of science) file:///C:/Documents%20and%20Settings/User/%Do%9C%Do%BE%Do%B8%20%Do%B4%Do%BE%Do%BA%D1%83%Do%BC%Do%B5%

							Do%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/1357-Article%20Text-3268-3-10-20191023.pdf 3.Kolupaieva I., Shevchenko O.,Mytsenko I., Borysova A. Analysis of migration processes and assessment of their impact on the development of international money transfers of Ukraine // European Financial Systems 2019. Proceedings of the 16th International Scientific Conference, Brno: Masaryk University, 2019, ISBN 978-80-210-9337-1 (for print version Proceeding), ISBN 978-80-210-9338-6 (for on-line version Proceeding). (закордонне видання, Міжнародна наукометрична база Web of science.). https://is.muni.cz/do/econ/sborniky/2019/Proceedings_final.pdf 4. IDEFO-Technology of Modeling of Processes of Minimization the Resistance of the Personnel to Organizational Changes at the Enterprise / Stashkevych I., Turlakova S., Shevchenko O., Derzhevetska M. // Wseas transactions of Environment and development. 2020. Vol. 16. PP. 286-296. E-ISSN: 224-3496. DOI: 10.37394/232015.2020.16.30. Міжнародна наукометрична база Scopus. 30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях , включених до переліку наукових фахових видань України 1. Шевченко О. О., Борисполець А.В., Новік Г.М. Механізм захисту як складник соціальної політики держави. Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Економіка (Index Copernicus , Research Bible, РІНЦ). 2020. Т. 25. Вип. 3 (82). С. 8-12. (0,7 др. арк.) 2. Шевченко О. О., Кершев В.А., Лашина І.С. Концепція соціального захисту
--	--	--	--	--	--	--	--

населення: парадигмальні засади змін. Вчені записки Таврійського нац. ун-ту імені В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління». 2020. Том 31 (70). № 4. С. 57-62.

3. Шевченко О. О. Теоретико-методологічні засади аналізу еволюції господарських систем. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки» (Index Copernicus). 2016. Вип. 17. С. 14-17. (0,5 др. арк.)

4. Шевченко О. О. Імперативи розвитку господарських систем сучасного світу. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. (Index Copernicus). 2015. № 4 (11). С. 102-107. (0,5 др. арк.)

5. Шевченко О. О. Особливості модернізації господарської системи суспільства (протягом XX ст.). Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки (Research Bible, РІНЦ). 2015. № 2 . С. 12-19. (0,8 д. а.)

6. Шевченко О. О. Категорія «господарська система»: теоретико-дефінітивна експозиція в економічній думці. Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Економіка (Research Bible, РІНЦ). 2016. Т. 21. Вип. 2. С. 8-12. (0,7 др. арк.)

7. Шевченко О. О. Адаптація національної господарської системи до процесів глобалізації. Економічний вісник Донбасу (Research Bible, РІНЦ). – 2016. - № 3 (45). – С. 94-98. (0,7 др. арк.)

8. Шевченко О. О. Розвиток структури господарської системи: системно-синергетичний аналіз підсистем. Бізнес-Інформ (Ulrichsweb™, RePEc, РІНЦ, Index Copernicus, Directory

							of Open Access Journals, Cite Factor, Academic Journals Database, SIS, Advanced Science Index, Open Academic Journals Index, Get Info, Bielefeld Academic Search Engine, Info Base Index, Open Airei Open AIREplus, WorldCat, Serials Union Catalogue, COPAC, Socionet, Open Access Library, J-Gate, Google Scholar, Research Bib). 2016. № 4. С. 14-20. (0,8 др. арк.) 9. Шевченко О. О. Цивілізаційна парадигма дослідження генези господарської системи. Глобальні та національні проблеми економіки (Index Copernicus). 2017. Вип. 15. URL: http://global-national.in.ua/archive/15-2017/4.pdf (дата звернення: 29.04.2017) (0,7 др. арк.) 10. Шевченко О. О. Національна господарська система: проблеми та перспективи розвитку в сучасних умовах. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент» (Index Copernicus). 2017. № 27. С. 17-19. (0,5 др. арк.) 30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1. Shevchenko O. Development of the national economic system: architecture and inclusive issues. // New trends in the economic systems management in the context of modern global challenges: collective monograph. VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia, 2020. 309 p. (особисто автору належить 0,8 др. арк. - gl. 1.3. Р. 31-40.) 2. Шевченко О.О. Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія] за заг. ред.. Мироненко Є.В. – К.: «Центр учбової
--	--	--	--	--	--	--	---

літератури», 2020. – 280с.

3. Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник за заг.ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360с.

4. Шевченко О. О. Еволюція господарської системи: методологія аналізу у світовій економічній думці (кінець XIX – початок XXI ст.): монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2017. 304 с. (19 др. арк.). (Рецензії: Актуальні проблеми економіки. 2017. № 12. С. 63-65; Бізнес-Інформ. 2017. № 12. С. 469-470.)

5. Шевченко О.О., Познякова О.О. Державна політика соціального забезпечення: регуляторні впливи та правовий концепт: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2020. 320 с. (15 др.арк.)

6. Шевченко О.О. Трансформаційні перетворення господарської системи в контексті глобалізаційних змін: еволюція та управління: монографія / за заг. ред. Мироненка Є. В. Київ: «Центр учбової літератури», 2017. 272 с. (автору належить 4,8 др. арк. - С. 5-16, 31-51, 78-94.)

7. Shevchenko E. A. Transformational conversion of the economic system in the context of globalization changes: evolution and management // Socio-economic problems of management: Collective monograph. Thorpe-Bowker, Melbourne, Australia, 2015. 324 p. особисто автору належить 0,8 д. а. - г. 1.5. Р. 44-52.)

8. Shevchenko E. A. Specificity of the modern paradigm of theoretical studies of the economic system in the context of globalization // Problems of social and economic development of business: collective monograph. Publishing house "BREEZE", Montreal, Canada,

							2014. 408 р. (особисто автору належить 0,8 др. арк. - gl. 2.9. Р. 199-204.) 9. Шевченко О.О. Історія економіки та економічної думки: сучасні економічні теорії. Київ: Центр учбової літератури. 2019. 288 с. (Гриф МОНУ: лист № 1/ П – 11909 від 23.12.2010 р., 14 др. арк.) 10. Шевченко О.О. Міжнародна економіка. Краматорськ: ДДМА. 2012. 376 с. (Гриф МОНУ: лист № 1/ П – 10923 від 22.11.2011р., 21,9 др. арк.). 30.8 виконання функцій наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/ члена редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України, або іноземного рецензованого наукового видання член редакційної колегії збірника наукових праць «Історія народного господарства та економічної думки України» ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України» ISSN 2522-4271 (Online), ISSN 0320-4421 (Print) Керівник НДР ДК-09-2019 «Механізми регулювання соціально-економічної політики держави в умовах постконфліктного відновлення» (ДР №0119U103842) Відповідальний виконавець НДР ДК 05-2020 «Стратегічні імперативи менеджменту» (ДР № 0120U104003) Відповідальний виконавець НДР ДК 03-2017 «Управління бізнесом в умовах транзитивної економіки України» (ДР №0117U007403) 30.10 організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/ інституту/
--	--	--	--	--	--	--	--

							факультету/ відділення (наукової установи)/ філії/ кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/ відділу (наукової установи)/ навчально-методичного управління (відділу)/ лабораторії/ іншого навчально-наукового (інноваційного) структурного підрозділу/ вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/ відповідального секретаря приймальної комісії та його заступника секретар вченої ради факультету економіки та менеджменту (2014-2019рр.), заступник відповідального секретаря приймальної комісії ДДМА (2017-2019 рр.) 30.11 участь у атестації наукових працівників як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради (не менше трьохразових спеціалізованих вчених рад) заступник голови спеціалізованої вченої ради Д 12.105.03 у Донбаській державній машинобудівній академії, спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним господарством (наказ МОНУ № 1301 від 15.10.2019) 30.15 наявність науково–популярних та / або консультаційних (дорадчих) та / або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Shevchenko O. O. Modern economic thought on economic system. Modernization of socio-economic system: the new economic conditions: International Scientific Conference, Conference Proceedings, September 28th, 2016, Kielce, Poland: Baltija Publishing, 216 p. p. 4-
--	--	--	--	--	--	--	---

							6. (0,3 др. арк.) 2. Шевченко О. О. Неоліберальний напрям економічних досліджень про розвиток господарства: специфіка теоретичного і методологічного аналізу. Сучасні наукові підходи до вдосконалення політики економічного зростання: зб. матеріалів доп. учасн. Міжнародної науково-практичної конференції, Ужгород, 5-6 травня 2017 року. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2017. С. 14-17. (0,3 др. арк.) 3. Шевченко О. О. Проблеми розвитку економічної системи у працях К.Маркса та представників неокласичного напряму економічної думки. Економічна спадщина К.Маркса: погляд через призму століть: зб. матеріалів доп. учасн. Всеукраїнського Круглого столу, Київ, 25 квітня 2018 року. Київ: КНЕУ, 2018. С. 103-104. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/Kaf+istorii+ta+teorii+gospodarstva/212121ZbD196rnik28A529-verstka_Marks_2018.pdf (дата звернення: 19.05.2018) (0,2 др. арк.) 4. Shevchenko E. A. Civilizational paradigm as a basis for the study of the economic system of society. Economics, management, law: problems and prospects: Collection of scientific articles. Vol. 1. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2015. P. 145-148. (0,4 др. арк.) 5. Шевченко О.О. Інклюзивне зростання як основа формування сучасної національної моделі господарської системи. Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір: зб. матеріалів доп. учасн. Міжнародної науково-практичної
--	--	--	--	--	--	--	---

							конференції, Запоріжжя, 4-5 жовтня 2018 р. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. С. 97-99. (0,3 др. арк.) 6. Diagnostics of system risk impact on the enterprise capacity for financial risk neutralization / Kolupaieva I., Pustovhar S., Suprun O., Shevchenko O. 10th International conference on applied economics «Contemporary issues in economy»: Abstract book edited by Adam P. Balcerzak Ilona Pietryka, Toruń, Poland 27–28 June 2019. – P. 135. (0,3 др. арк.) 7. Shevchenko O. O. Genesis of the modern model of functioning of global economy. Стратегічний потенціал державного та територіального розвитку: зб. матеріалів доп. учасн. III Міжнародної науково-практичної конференції, Маріуполь, 9-10 жовтня 2019 р. Маріуполь, Кривий Ріг: вид-во Р.К. Козлов, 2019. – 405 с. С. 42-43. (0,3 др. арк.) 8. Shevchenko O.O. National economic development model^ conceptual fundamentals of social security. 30.16 участь у професійних об'єднаннях за спеціальністю Член Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація економістів-міжнародників»
42570	Бившева Лада Олексіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Слов'янський державний педагогічний університет, рік закінчення: 2004, спеціальність: 040101 Психологія, Диплом кандидата наук ДК 000860, виданий 19.01.2012, Аттестат доцента 12ДЦ 042007, виданий 28.04.2015	15	Психологія лідерства та професійної успішності	30.1. Наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection Nadiia Yasynska, Inna Fomichenko, Lada Byvsheva, Olena Voloshyna, Ekaterina Krikunenko Assessment of the level of business readiness for digitalization using marketing and neural network technologies Innovative Marketing -

Volume 15 2019, Issue №3, pp. 42-59 (Scopus from 2018)

30.2. Наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України

1. Бившева Л.О., Волошина О.О., Яцишин Р.О. Психологічні аспекти розвитку креативних здібностей студентів на заняттях з менеджменту // Гуманізація навчально-виховного процесу. Збірник наукових праць ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”. - №6(92) -2018.-Харків ТОВ «Видавництво НТМТ»- с. 252-269
2. Бившева Л.А, Сан жура В.С., Бирюков К.В. Основные тенденции развития рынка труда IT-отрасли в Украине за 2014-2016г. В Украине./ Бившева Л.А, Сан жура В.С., Бирюков К.В. Вестник Донбасской государственной машиностроительной академии. – Краматорск: ДГМА, 2016. - № 3 (39). – С. 9-13
3. Бившева Л.О., Кондратенко О.О., Лисенко А.О. Франчайзінг як ефективна форма розвитку інноваційного підприємництва в Україні./ Бившева Л.О., Кондратенко О.О., Лисенко А.О. Економічний вісник Донбасу . Науковий журнал, №3 , 2018.- с. 136-141
4. Бившева Л.О. Кондратенко О.О. Особливості найму та підбору персоналу в сучасних організаціях / Бившева Л.О. Кондратенко О.О. -Научный вестник ДГМА. – 2015. - №3(18Е). – С.244-251
5. Бившева Л.О., Кондратенко О.О. Real estate as an efficient instrument for innovative activities of industrial enterprises in modern conditions/ Економічний вісник

							Донбасу.- Київ.-№4(54).-2018 р.20-25 6. Byvsheva L. Features and Principles of Formation of Marketing Strategies in the Activity of Agricultural Enterprises of Ukraine / L. Byvsheva, O. Kondratenko, A. Kovalenchenko // Economic Herald of the Donbas. – Kyiv – Starobilsk, 2019. - № 4. – р. 117-123. 7. Бившева Л.О. Стратегічне управління персоналом як фактор зростання конкурентоспроможності промислового підприємства / Л.О. Бившева, О.О. Кондратенко, С.В. Желдак., А.О.Коваленченко// Економічний вісник Донбасу. – Київ– Старобільськ, 2020. - № 1. – С. 137-144. 8. Бившева Л.О. Стратегічні напрями фінансування соціальних послуг в умовах децентралізації/ Л.О. Бившева, О.О. Кондратенко, Ю.А.Самсоненко, М.В.Харасайло // Економічний вісник Донбасу. – Київ– Старобільськ, 2020. - № 2. – С. 131-142. 30.3. Наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1. Трансформаційні перетворення господарської системи в контексті глобалізаційних змін: еволюція та управління [монографія] / за заг. ред. Мироненка Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2017. – 272 с. 2. Менеджмент: практикум / Л. О. Бившева, О. О. Кондратенко, С. В. Мироненко. – Краматорськ : ДДМА, 2018. – 64 с. (ISBN 978-966-379-864-6) 30.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського
--	--	--	--	--	--	--	--

							конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету/ журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/ проблемною групою, керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів та проєктів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проєктів, керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Параолімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України, виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту, виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань, керівництво спортивною делегацією, робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу. Робота у складі журі Всеукраїнської студентської олімпіади «Менеджмент інноваційної діяльності за спеціальності 073 «Менеджмент» 15-17 травня 2017 року 30.15 наявність науково-популярних та / або консультаційних (дорадчих) та / або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше
--	--	--	--	--	--	--	---

							п'яти публікацій 1.Бившева Л.О., Кондратенко О.О., Рубан О.О. Развитие системы контроля качества в Украине./ MATERIALY 14 MIĘDZYNARODOWEJ NAUKOWI-PRAKTYCZNEJ KONFERENCJI « DYNAMIKA NAUKOWYCH BADAN-2018 VOLUME 5 Ekonomiczne nauki. : Przemysł. Nauka i studia , P 18-20 2. Волошина О.О., Лаврина І.В., Бившева Л.О. Розвиток креативних здібностей студентів на заняттях з менеджменту/ Materials of the XV International scientific and practical Conference Modern scientific potential - 2019 , February 28 - March 7, 2019 Pedagogical sciences. : Sheffield. Science and education LTD -128p. 3. Бившева Л.О., Кондратенко О.О., Лисенко А.О. Еволюція поглядів на розвиток персоналу Materiály XIII Mezinárodní vědecko - praktická conference «AKTUALNI VYMOZENOSTI VEDY» 2018 VOLUME 5.: Praha. Education and Science, P10-12 4. Бившева Л.О., Матюшин І.В. Теоретичні аспекти професійного навчання персоналу Materiály XIII Mezinárodní vědecko - praktická conference «AKTUALNI VYMOZENOSTI VEDY»-2018 VOLUME 5.: Praha. Education and Science, P14-16 5. Бившева.Л.О.Астапов а Д.С. Теоретичні аспекти системи найму та оцінки персоналу у сучасних умовах Materiály XIII Mezinárodní vědecko - praktická konference , «Věda a vznik - Díl 8.: Praha. Education and Science, 2017. – 11–16 s. 6. Бившева Л.О.Професійний розвиток особистості як невід'ємна складова людського капіталу / Л.О.Бившева, О.О.Кондратенко,
--	--	--	--	--	--	--	--

							Т.М. Рахманова // Матеріали хв міжнародної науково-практичної конференції «Закон. Економіка. Публічне адміністрування», том 5: м. Софія 15-22 листопада 2019 р. – С. 25-26 7. Бившева Л.О. Сутність соціальних складових самоменеджменту / Л.О.Бившева, О.О.Кондратенко, К.С.Попова // Матеріали хв міжнародної науково-практичної конференції «Наукові проблеми європейського континенту - 2019», том 6: м. Прага 22-30 листопада 2019 р. – С. 29-30. 30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років ПрАТ «НКМЗ» наукове консультування щодо удосконалення інформаційного забезпечення процесів підготовки та проведення акціонерних зборів Акт №1 від 29 травня 2018 року ПАТ «ЕМСС» Наукове консультування щодо розробки заходів підвищення ефективності інвестиційної діяльності ПАТ «ЕМСС» Акт №1 від 7 жовтня 2019 року
62883	Волошина Олена Олексіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Донбаська державна машинобудівна академія, рік закінчення: 1999, спеціальність: Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 061356, виданий 06.10.2010, Атестат доцента 12ДЦ 016146, виданий 25.01.2013	20	Інвестиційний менеджмент	30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection Nadiia Yasynska, Inna Fomichenko, Lada Byvsheva, Olena Voloshyna, Ekaterina Krikunenko Assessment of the level of business readiness for digitalization using marketing and neural network technologies Innovative Marketing - Volume 15 2019, Issue №3, pp. 42-59 (Scopus from 2018)

							30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях , включених до переліку наукових фахових видань України 1. Бившева Л.О., Волошина О.О., Яцишин Р.О. Психологічні аспекти розвитку креативних здібностей студентів на заняттях з менеджменту // Гуманізація навчально-виховного процесу. Збірник наукових праць ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”. - №6(92) -2018.-Харків ТОВ «Видавництво НТМТ»- с. 252-269 2. Болотіна Є.В., Волошина О.О., Шубна О.В. Іноваційні підходи до управління персоналом машинобудівних підприємств // Управління економікою: теорія та практика: П'яті чумаченківські читання. - 2017. - С.119-128. 3 Волошина О.О. Болотіна Є.В., Шубна О.В. Організація продажі туристичних послуг. БІЗНЕС ІНФОРМ. – 2019. - №2. - С.231-239 4 Voloshyna Olena, Byvshev Roman. State and prospects of development of financial decentralization in Ukraine. // Економічний вісник Донбасу.- Київ.-№4(54).-2018 р. 5 Voloshina O., Volodchenko V., Shashko V. IT Industry as the Basis of Innovative Development Economy of Ukraine. // Економічний вісник Донбасу.- Київ.-№4(58).-2019 р - С.163-168 30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1 Мироненко Є.В., Волошина О.О., Шубна О.В. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю: практикум для
--	--	--	--	--	--	--	---

						студентів спеціальності «Менеджмент» денної та заочної форм навчання / Є. В. Мироненко, О. О. Волошина, О. В. Шубна. – Краматорськ : ДДМА, 2018. – 71 с. 2. Трансформаційні перетворення господарської системи в контексті глобалізаційних змін: еволюція та управління [монографія] / за заг. ред. Мироненка Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2017. – 272 с. 3 Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія /за загальною редакцією професора О.Г. Янкового. – Одеса, Атлант, 2017. – 514 с. Особистий внесок: Волошина Е.А., Шубная Е.В. Конкурентоспособность предприятий отечественной отрасли информационных технологий: проблемы и перспективы(с. 296-305 4) Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія]/ [авт. кол.: Мироненко Є.В., Фоміченко І.П., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. Мироненко Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с. 6) Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник]/ [авт. кол.: Фоміченко І.П., Бурцева О.Є., Белікова О.Ю., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360 с. 30.13 наявність виданих навчально-методичних посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/
--	--	--	--	--	--	---

						рекомендацій загальною кількістю три найменування 1 Мироненко Є.В., Волошина О.О., Шубна О.В. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю: практикум для студентів спеціальності «Менеджмент» денної та заочної форм навчання / Є. В. Мироненко, О. О. Волошина, О. В. Шубна. – Краматорськ : ДДМА, 2018. – 71 с. 2 Фінансовий менеджмент: методичні вказівки до практичних занять для студентів спеціальності «Менеджмент» денної форми навчання / укл.: Є. В. Мироненко, О.Ю. Белікова О.О. Волошина. - Краматорськ: ДДМА, 2020.- 52 с. 3 Дистанційні курси (Moodl): Фінансовий менеджмент, Інвестиційний менеджмент, Інформаційно-комунікаційні технології 30.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету/ журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/ проблемною групою, керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів та проектів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проектів,
--	--	--	--	--	--	--

							керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Параолімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України, виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту, виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань, керівництво спортивною делегацією, робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу. Авраменко Дар'я Валеріївна ст. гр. Мн-16. «Інвестиційна стратегія промислового містоутворюючого підприємства ПрАТ «НКМЗ»», 1 місце на I етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт із галузей знань і спеціальностей у 2018/2019 Робота подана до II туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт із галузей знань і спеціальностей у 2018/2019 навчальному році, спеціалізація «Менеджмент інвестиційної та інноваційної діяльності» Робота у складі журі Всеукраїнської студентської олімпіади «Менеджмент інноваційної діяльності за спеціальності 073 «Менеджмент» 15-17 травня 2019 року 30.15 наявність науково-популярних та / або консультаційних (дорадчих) та / або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій
--	--	--	--	--	--	--	---

							1 Волошина О.О.,Зверев О.В., Рупенко В.С., Особливості формування інвестиційної стратегії підприємств енергетичної галузі в період економічної кризи Материали за XV международна научна практична конференция, Бъдещите изследвания -2019 , 15 -22 февруари 2019 г.Закон. Икономики. Публичната администрация. Философия. : София.« Бял ГРАД-БГ»-8ос. – С.7-92 2 Волошина О.О., Листопадов А О., Особливості формування інвестиційного портфеля інституційного інвестора в умовах трансформаційної економіки. Materials of the XIII International scientific and practical Conference Science and civilization -2018, January 30 -February 7 , 2018 Economic science. : Sheffield. Science and education LTD -98-102 3 Волошина О.О., Лаврина І.В., Бышева Л.О. Развитие креативных способностей студентов на занятиях с менеджменту Materials of the XV International scientific and practical Conference Modern scientific potential - 2019 , February 28 - March 7, 2019 Pedagogical sciences. : Sheffield. Science and education LTD -128p. 4 Волошина О.О., Грачов Д.В. Особливості конкуренції банківського сектору в умовах транзитивної економіки України. Materials of the XIII International scientific and practical Conference Science and civilization -2018, May 30- June 7 , 2018 Economic science. : Sheffield. Science and education LTD -3-6 5 Волошина Е.А., Авраменко Д., Казенный С.Ю. Особенности поведения хозяйственных субъектов в условиях транзитивной
--	--	--	--	--	--	--	---

							економики Materials of the XV In-ternational scientific and practical Conference Modern scientific poten-tial - 2019 , February 28 - March 7, 2019 Economic science. : Sheffield. Science and education LTD – p. 6-9 30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років ПрАТ «НКМЗ» наукове консультування щодо удосконалення інформаційного забезпечення процесів підготовки та проведення акціонерних зборів Акт №1 від 29 травня 2018 року ПАТ «ЕМСС» Наукове консультування щодо розробки заждів підвищення ефективності інвестиційної діяльності ПАТ «ЕМСС» Акт №1 від 7 жовтня 2019 року
145036	Коротенко Євген Дмитрович	завідувач кафедри, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов ім. Крупської, рік закінчення: 1994, спеціальність: Англійська мова, українська мова та література, Диплом кандидата наук ДК 030292, виданий 30.06.2015	25	Ділове та академічне письмо іноземною мовою	30.2. Наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України 1. Коротенко Є. Д. Зміна інтерпретацій мови як головна передумова «лінгвістичного повороту» у філософії / Є. Д. Коротенко // Мультиверсум : філософський альманах. – К., 2009. – Вип. 80. – С. 74–85. 2. Коротенко Є.Д. Концепція подолання опозиції «синхронія – діахронія мови» у творах Р. Якобсона / Є. Д. Коротенко // Мультиверсум : філософський альманах. – К., 2010. – Вип. 10 (98). – С. 53–65. 3. Коротенко Є.Д. Структуральний метод К. Леві-Стросса та його значення для науки і філософії / Є. Д. Коротенко // Політологічний вісник : зб. наук. праць. – К. : ІНТАС, 2011. – Вип. 56. – С. 16–25. 4. Коротенко Є.Д. Структура психіки та її

							зв'язок з мовою у філософії Ж. Лакана / Є. Д. Коротенко // Мультиверсум : філософський альманах. – К., 2012. – Вип. 8 (116). – С. 40–51. 5. Коротенко Є.Д. Філософський контекст лінгвістичної теорії Ф. де Сосюра / Є. Д. Коротенко // Мультиверсум : філософський альманах. – К., 2010. – Вип. 7 (95). – С. 91–103. 30.3. Наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії ISBN 978-617-619-184-1 Бібліотека Международной Кафедры Юнеско «Философия человеческого общения», «Философия языка: в границах и вне границ», Международная серия монографий №9, Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства им. Петра Василенко, г.Харьков, 2016г. 30.5. Участь у міжнародних наукових проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання “суддя міжнародної категорії” Проект Erasmus + 586114-EPP-1-2017-1-ES-EPPKA2-SBHE-JP (Угода про грант Erasmus + 2017 - 2894/001-001 від EACEA) «Innovative Multidisciplinary Curriculum in Artificial Implants for Bio-Engineering BSc / MSc Degrees» («Розробка інноваційної міждисциплінарної навчальної програми з інтелектуальних імплантатів для бакалаврів і магістрів в області біоінженерії / BIOART»). 30.10. Організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника ... кафедри ... Завідувач кафедри
--	--	--	--	--	--	--	--

							мовної підготовки ДДМА з 2003р. 30.15. Наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Холодняк Ю.С., Капорович С.В., Коротенко Е.Д., «Силовой расчёт плоских ферм с использованием упрощённой двумерной модели вынужденных колебаний», сборник научных трудов международной конференции «Современные инновационные технологии подготовки инженерных кадров для горной промышленности и транспорта 2020», 24-25 апреля 2020 года, Украина, Днепр, с.130-139. 2. Коротенко Е.Д., Коротенко Н.С., «Аспекти застосування мобільних технологій при навчанні англійській мові», матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Людина, суспільство, комунікативні технології», м.Харків-м.Лиман, 2019р.. 3. Коротенко Е.Д., «Р.Якобсон: діахронія як еволюція мовних структур», матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Людина, суспільство, комунікативні технології», м.Харків-м.Лиман, 2017р., с.210-213. 4. Коротенко Е.Д., Коротенко Н.С., «Європейські тенденції вітчизняної вищої освіти», матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Людина, суспільство, комунікативні технології», м.Харків-м.Лиман, 2016р., с.217-219. 5. Коротенко Е.Д., Коротенко Н.С.,
--	--	--	--	--	--	--	---

							Прасолова А.Є. «Мовні та моральні аспекти міжкультурної комунікації в діловому спілкуванні міжнародних компаній», збірник наукових праць XII Всеукраїнської науково-практичної Internet-конференції за міжнародною участю «Корпоративна культура організацій XXI століття», м.Краматорськ, 2015р., с.30-32. 30.17. Досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років Робота на посадах вчителя/викладача англійської мови з 01.09.1994р.
364272	Корж Марина Володимирівна	Професор, Сумісництво	Факультет економіки та менеджменту	Диплом доктора наук ДД 000126, виданий 10.11.2011, Атестат професора 12ПР 007732, виданий 29.03.2012	о	Бренд-менеджмент	30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection 1. Корж М.В. Регіональні аспекти розвитку середнього класу в Україні / Корж М.В., В.В. Клименко, Л.М. Акімова // Актуальні проблеми економіки. Науковий економічний журнал. - №4. – 2016. – С. 178-189. (open-access) 2. Korzh M. Assessment of the enterprise marketing performance // M. Korzh. , K. Hurdzhyian , A. Gaievskyi// Problems and Perspectives in Management' (open-access), 2017 - №15 (4). – P. 1-16. 3. Korzh M. Formation of organization support for the management of the economic security of engineering enterprises^ Metodical and practical aspects/O.Khalina, V.Bazyliuk, O.Chornenka, I.Krasilych, M.Korzh// Business: Theory and Practice. - 2019. - V.20. - pp.317-328. (open-access) 4. Korzh M. Conflict dynamic model of innovative development in the system of ensuring the

							competitiveness of an enterprises /V.Zamlynskyi, O.Stanislavsky, O.Halintskyi, M.Korzh, N.Reznik//International Journal of Scientific and Technology Research. - 2020. - V.9(2). - pp.5322-5325. (open-access) 30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України 1. Корж М.В. Розвиток цінового управління як одного з інструментів міжнародного маркетингу/ М. Корж, В.Новак, О.Певченко // International Scientific Journal of Universities and Leadership. – К.: Національний авіаційний університет, 2015.- №1. – С. 71-76. 2. Корж М.В. Регіональні аспекти розвитку середнього класу в Україні / Корж М.В., В.В. Клименко, Л.М. Акімова // Актуальні проблеми економіки. Науковий економічний журнал. - №4. – 2016. – С. 178-189. 3. Корж М.В. Вивчення ефективності маркетингових заходів із застосуванням методів метаевристички/ М.В. Корж, Хасан Алі Аль-Абабнех // Проблеми системного підходу в економіці. Збірник наукових праць. – Випуск 54. – К.: Національний авіаційний університет, 2016. – С. 52-60. 4 Корж М.В. Процес планування рекламної компанії на ринку авіаперевезень та його вплив на результати функціонування підприємства/ М.В. Корж, Хасан Алі Аль-Абабнех // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Електронне наукове фахове видання. – №4. – Дніпропетровськ: ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та
--	--	--	--	--	--	--	---

архітектури», 2016. – С. 234-238.

5. Korzh M. Approach To Systemic Process Of The Entrepreneurship Competitiveness Management in Ukraine /Akimova L., M. Korzh., I. Chub// International Journal of New Economics and Social Sciences. . Polska, Warszawie, 2017 - –№2. – P.37-44. (Index Copernicus, Directory of Open Access Journals).

6. Корж М.В. Simulation of control strategy for international marketing services / М.В. Корж , І.В. Чуб, Л.М. Акімова // Науковий журнал "Proceedings of the National Aviation University". - К.: NAU, № 2 (71), 2017. - P. 131 – 138. (Index Copernicus (Польща); Google Scholar (США);)

7. Корж М.В. Ресурсо-орієнтована модель управління маркетингом виробничого підприємства / М.В. Корж , І.В. Чуб // Товари і ринки: міжнародний наук.-практ. журн. – К.: КНТЕУ, 2017. – Том 2. – С.40-51. (Index Copernicus (Польща); ResearchBib (Японія); Google Scholar (США);)

8. Корж М.В. Simulation of control strategy for international marketing services / М.В. Корж , І.В. Чуб, Л.М. Акімова // Науковий журнал "Proceedings of the National Aviation University". - К.: NAU, № 2 (71), 2017. - P. 131 – 138. (Google Scholar, EBSCO, DOAJ, Index Copernicus, Directory of Open Access Journals).

9. Корж М.В. Системно-ситуативний підхід до процесу маркетингового планування на підприємствах сфери послуг / М.В. Корж, Т.О. Сулова, Д.О. Даниленко / Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, №3. Т. 2 –2018. – С. 210-214. (Index Copernicus; Google

									Scholar; РИНЦ). 10. Корж М.В. Цінове оптимізаційне моделювання в міжнародному маркетингу/ М.В. Корж// Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 5 (100). – С. 87-101. (Index Copernicus; Google Scholar; РИНЦ) 11. Корж М.В. Цінове управління в системі міжнародного маркетингу/ М.В. Корж, К.І.Маліношевська / Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, №3.3. –2018. – С. 56-60. (Index Copernicus; Google Scholar) 12. Корж М.В. Теоретико-методологічні засади маркетингового забезпечення господарюючого суб'єкту/ М.В. Корж, Т.С.Чуніхіна / Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Випуск 3 (24). – Ужгород: Ужгородський національний університет 2019.- С. 119-125 (Index Copernicus; Google Scholar) 13. Корж М.В. Стратегія міжнародного маркетингу в управлінні інноваційним розвитком/ М.В. Корж, Т.С.Чуніхіна, К.І.Маліношевська/ Бізнес-навігатор. Випуск 2 (51). – К., - 2019.- С. 119-125 (Index Copernicus; Google Scholar) 14. Корж М.В. Міжнародний маркетинг як основа міжнародного бізнесу / М.В. Корж , І.В. Чуб // Стратегія розвитку України: наук.журн. – К.: НАУ, 2017. - №1. – С.21-24. 15. Корж М.В. Системно-ситуативний підхід до процесу маркетингового планування на підприємствах сфери послуг / М.В. Корж, Т.О. Сулова, Д.О. Даниленко / Вісник
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

							Хмельницького національного університету. Економічні науки, №3. Т. 2 –2018. – С. 210-214. (Index Copernicus; Google Scholar; РИНЦ). 16. Корж М.В. Цінове оптимізаційне моделювання в міжнародному маркетингу/ М.В. Корж// Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 5 (100). – С. 87-101. (Index Copernicus; Google Scholar; РИНЦ) 17. Корж М.В. Міжнародний маркетинг як основа міжнародного бізнесу / М.В. Корж , І.В. Чуб // Стратегія розвитку України: наук.журн. – К.: НАУ, 2017. - №1. – С.21-24. 18. Корж М.В. Цінове управління в системі міжнародного маркетингу/ М.В. Корж, К.І.Маліношевська / Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, №3.3. –2018. – С. 56-60. 19. Теоретико-методологічні засади маркетингового забезпечення господарюючого суб'єкту/ М.В. Корж, Т.С.Чуніхіна / Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Випуск 3 (24). – Ужгород: Ужгородський національний університет 2019.- С. 119-125 20. Корж М.В. Стратегія міжнародного маркетингу в управлінні інноваційним розвитком/ М.В. Корж, Т.С.Чуніхіна, К.І.Маліношевська/ Бізнес-навігатор. Випуск 2 (51). – К., - 2019.- С. 18-23 21. Корж М.В. Цінове оптимізаційне моделювання в міжнародному маркетингу/ М.В. Корж// Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 5 (100). – С. 87-101.
--	--	--	--	--	--	--	--

30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії

1. Корж М.В. Фінансова діяльність і корпоративна стратегія комерційних банків. Том 3. Корпоративні основи здійснення фінансової діяльності в умовах комерційних банків: колективна монографія / Г.В. Астапова, О.В. Ареф'єва, В.В. Матвєєв, М.В. Корж та ін... – Київ, Центр учбової літератури, 2016. – 92 с.
2. Корж М.В. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства: монографія / М.В. Корж, Л.М.Акімова, І.В.Чуб. – Рівне: НУВГП, 2017. – 121 с.
3. Монографія: Корж М.В. Стратегія міжнародного маркетингу в антикризовому управлінні / М.В. Корж, С.Т. Пілецька, Т.С. Чуніхіна, К.І.Маліношевська. – К.: КОМПРИНТ, 2019. – 408 с.
4. Монографія: Корж М.В. Стратегічні напрями інноваційного розвитку суб'єктів господарювання агропромислового комплексу. Економіко-правові аспекти сталого розвитку: теорія, методологія, практика міжнародна колективна монографія / М.В. Корж, Т.О. Сулова, Т.С. Чуніхіна, К.І.Маліношевська. – К.: НАНУ, 2019. – С.204-234.
5. Корж М.В. Промисловий маркетинг: навч. посібник / М.В. Корж – Краматорськ: ДДМА, 2011. – 320 с. (18,6 д.а.).
6. Корж М.В. Маркетинг: теорія і практика. Модуль 1: Сучасна концепція маркетингу: навч. посібник / М.В. Корж – Краматорськ: ДДМА, 2011. – 188 с. (10,5 д.а.).
7. Корж М.В. Маркетинг: теорія і

						практика. Модуль 2: Маркетингова політика на підприємстві: навч. посібник / М.В. Корж – Краматорськ: ДДМА, 2011. – 224 с. (13,05 д.а.). 30.4 наукове керівництво (консультування) здобувача, який одержав документ про присудження наукового ступеня 1. Ільєнко Оксана Вікторівна “МЕТОДОЛОГІЯ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ» (дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за Спеціальністю 08.00.02 - світове господарство та міжнародні економічні відносини) - Захист відбувся 06 червня 2015 року на засіданні спеціалізованої вченої ради НАУ Д 26.062.02 2. Жуков С.А. «Механізм управління промисловим маркетингом на підприємствах», (Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)), 26» квітня 2018 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 67.052.05 у Херсонському національному технічному університеті Міністерства освіти і науки України 30.5 участь у міжнародних наукових проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання “суддя міжнародної категорії” 1. Залучення до міжнародної експертизи: acceptant to the “East West” Association For Advanced Studies And Higher EdmbH as a member of the Editorial Board, Editor for journal “Austrian Journal of Humanities and Social Science”
--	--	--	--	--	--	--

							(Vienna). 2. Участь у міжнародному проєкті Інституту економіко-правових досліджень НАНУ та Комратського державного університету: Стратегічні напрями інноваційного розвитку суб'єктів господарювання агропромислового комплексу. Економіко-правові аспекти сталого розвитку: теорія, методологія, практика (довідка про впровадження науково-дослідницької роботи «Стратегічні напрями інноваційного розвитку суб'єктів господарювання агропромислового комплексу») 30.7 робота у складі експертних рад з питань проведення експертизи дисертацій МОН або галузевих експертних рад Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, або Акредитаційної комісії, або їх експертних рад, або міжгалузевої експертної ради з вищої освіти Акредитаційної комісії, або трьох експертних комісій МОН / зазначеного Агентства, або Науково-методичної ради/ науково-методичних комісій (підкомісій) з вищої освіти МОН Член експертної ради Департаменту атестації кадрів вищої кваліфікації та ліцензування з питань проведення експертизи дисертаційних робіт Міністерства з питань макроекономіки, світового господарства і соціально-економічного розвитку. 30.11 участь атестації наукових працівників як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради (не менше трьохразових спеціалізованих
--	--	--	--	--	--	--	---

							вчених рад) Член постійної спеціалізованої вченої ради по захисту докторських дисертацій К 26.055.06 КНТЕУ 30.13 наявність виданих навчально-методичних посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/ рекомендацій загальною кількістю три найменування 1. Корж М.В., Конопляникова М.А. Програма дисципліни «Промисловий маркетинг».- К.:КНТЕУ, 2018.-10 с. 2. Корж М.В., Файвішенко Д.С. програми та робоча програма виробничої (переддипломної) практики освітнього ступеню «магістра» спеціальності «Маркетинг» спеціалізації «Бренд-менеджмент».- К.:КНТЕУ, 2018.-30 с. 3. Осика В.А., Ромат Є.В., КоржМ.В. Стандарт вищої освіти КНТЕУ ступінь вищої освіти «магістр» спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Бренд-менеджмент».- К.:КНТЕУ, 2018.-15 с. 4. Корж М.В. Збірник тестових завдань з «Промислового маркетингу». - ».- К.:КНТЕУ, 2019.-33 с. 30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років 1. Наукове консультування фахівців з маркетингу за програмою підвищення кваліфікації Інституту вищої кваліфікації КНТЕУ «Бренд-менеджмент», «Промисловий маркетинг» 2. Наукове консультування фахівців з маркетингу, клієнтоорієнтованості, бренд-менеджменту за програмою МВА в бізнес-школі МАБІТ (Міжнародна Академія бізнесу і
--	--	--	--	--	--	--	---

						інформаційних технологій» 3. Надання консалтингових послуг з питань маркетингу, клієнтоорієнтованості, бренд-менеджменту консалтингово-інжинірингової групи «Veritex»
42570	Бившева Лада Олексіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Слов'янський державний педагогічний університет, рік закінчення: 2004, спеціальність: 040101 Психологія, Диплом кандидата наук ДК 000860, виданий 19.01.2012, Аттестат доцента 12ДЦ 042007, виданий 28.04.2015	15	Психологічні роботи з персоналом 30.1. Наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection Nadiia Yasynska, Inna Fomichenko, Lada Byvsheva, Olena Voloshyna, Ekaterina Krikunenko Assessment of the level of business readiness for digitalization using marketing and neural network technologies Innovative Marketing - Volume 15 2019, Issue №3, pp. 42-59 (Scopus from 2018) 30.2. Наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України 1. Бившева Л.О., Волошина О.О., Яцишин Р.О. Психологічні аспекти розвитку креативних здібностей студентів на заняттях з менеджменту // Гуманізація навчально-виховного процесу. Збірник наукових праць ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет». - №6(92) -2018.-Харків ТОВ «Видавництво НТМТ»- с. 252-269 2. Бившева Л.А, Сан жура В.С., Бирюков К.В. Основные тенденции развития рынка труда IT-отрасли в Украине за 2014-2016г. В Украине./ Бившева Л.А, Сан жура В.С., Бирюков К.В. Вестник Донбасской государственной машиностроительной академии. – Краматорск: ДГМА, 2016. - № 3 (39). – С. 9-13 3. Бившева Л.О.,

							Кондратенко О.О., Лисенко А.О. Франчайзінг як ефективна форма розвитку інноваційного підприємництва в Україні. Бившева Л.О., Кондратенко О.О., Лисенко А.О. Економічний вісник Донбасу . Науковий журнал, №3 , 2018.- с. 136-141 4. Бившева Л.О. Кондратенко О.О. Особливості найму та підбору персоналу в сучасних організаціях / Бившева Л.О. Кондратенко О.О. .-Научный вестник ДГМА. – 2015. - №3(18Е). – С.244-251 5. Бившева Л.О., Кондратенко О.О. Real estate as an efficient instrument for innovative activities of industrial enterprises in modern conditions/ Економічний вісник Донбасу.- Київ.-№4(54).-2018 р.20-25 6. Byvsheva L. Features and Principles of Formation of Marketing Strategies in the Activity of Agricultural Enterprises of Ukraine / L. Byvsheva, O. Kondratenko, A. Kovalenchenko // Economic Herald of the Donbas. – Kyiv – Starobilsk, 2019. - № 4. – р. 117-123. 7. Бившева Л.О. Стратегічне управління персоналом як фактор зростання конкурентоспромож ності промислового підприємства / Л.О. Бившева, О.О. Кондратенко, С.В. Желдак., А.О.Коваленченко// Економічний вісник Донбасу. – Київ– Старобільськ, 2020. - № 1. – С. 137-144. 8. Бившева Л.О. Стратегічні напрями фінансування соціальних послуг в умовах децентралізації/ Л.О. Бившева, О.О. Кондратенко, Ю.А.Самсоненко, М.В.Харасайло // Економічний вісник Донбасу. – Київ– Старобільськ, 2020. - № 2. – С. 131-142. 30.3. Наявність
--	--	--	--	--	--	--	---

							виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1. Трансформаційні перетворення господарської системи в контексті глобалізаційних змін: еволюція та управління [монографія] / за заг. ред. Мироненка Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2017. – 272 с. 2. Менеджмент: практикум / Л. О. Бившева, О. О. Кондратенко, Є. В. Мироненко. – Краматорськ : ДДМА, 2018. – 64 с. (ISBN 978-966-379-864-6) 30.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету/ журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/ проблемною групою, керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів та проєктів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проєктів, керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Параолімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України, виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту, виконання
--	--	--	--	--	--	--	---

							обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань, керівництво спортивною делегацією, робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу. Робота у складі журі Всеукраїнської студентської олімпіади «Менеджмент інноваційної діяльності за спеціальності 073 «Менеджмент» 15-17 травня 2017 року 30.15 наявність науково-популярних та / або консультаційних (дорадчих) та / або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1.Бившева Л.О., Кондратенко О.О., Рубан О.О. Развитие системы контроля качества в Украине./ MATERIALY 14 MIĘDZYNARODOWEJ NAUKOWI-PRAKTYCZNEJ KONFERENCJI «DYNAMIKA NAUKOWYCH BADAN-2018 VOLUME 5 Ekonomiczne nauki. : Przemysł. Nauka i studia , P 18-20 2. Волошина О.О., Лаврина І.В., Бившева Л.О. Розвиток креативних здібностей студентів на заняттях з менеджменту/ Materials of the XV International scientific and practical Conference Modern scientific potential - 2019 , February 28 - March 7, 2019 Pedagogical sciences. : Sheffield. Science and education LTD -128p. 3. Бившева Л.О., Кондратенко О.О., Лисенко А.О. Еволюція поглядів на розвиток персоналу Materiály XIII Mezinárodní vědecko - praktická conference «AKTUALNI VYMOZENOSTI VEDY» 2018 VOLUME 5.: Praha. Education and Science, P10-12 4. Бившева Л.О.,
--	--	--	--	--	--	--	--

							Матюшин І.В. Теоретичні аспекти професійного навчання персоналу Materiály XIII Mezinárodní vědecko - praktická conference «AKTUALNI VYMOZENOSTI VEDY»-2018 VOLUME 5.: Praha. Education and Science, P14-16 5. Бившева.Л.О.Астапов а Д.С. Теоретичні аспекти системи найму та оцінки персоналу у сучасних умовах Materiály XIII Mezinárodní vědecko - praktická conference , «Věda a vznik - Díl 8.: Praha. Education and Science, 2017. – 11–16 s. 6. Бившева Л.О.Професійний розвиток особистості як невід’ємна складова людського капіталу / Л.О.Бившева, О.О.Кондратенко, Т.М. Рахманова // Матеріали хv міжнародної науково-практичної конференції «Закон. Економіка. Публічне адміністрування», том 5: м. Софія 15-22 листопада 2019 р. – С. 25-26 7. Бившева Л.О. Сутність соціальних складових самоменеджменту / Л.О.Бившева, О.О.Кондратенко, К.С.Попова // Матеріали хv міжнародної науково-практичної конференції «Наукові проблеми європейського континенту - 2019», том 6: м. Прага 22-30 листопада 2019 р. – С. 29-30. 30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років ПрАТ «НКМЗ» наукове консультування щодо удосконалення інформаційного забезпечення процесів підготовки та проведення акціонерних зборів Акт №1 від 29 травня 2018 року ПАТ «ЕМСС». Наукове консультування щодо розробки заходів
--	--	--	--	--	--	--	---

						підвищення ефективності інвестиційної діяльності ПАТ «ЕМСС» Акт №1 від 7 жовтня 2019 року
227560	Єнікєєв Олександр Фанілович	Зав кафедри, Основне місце роботи	Факультет автоматизації машинобудування та інформаційних технологій	Диплом доктора наук ДД 005300, виданий 25.02.2016, Диплом кандидата наук ТН 110905, виданий 13.07.1988, Аттестат доцента ДЦ 000047, виданий 01.07.1994	35	Інформаційні системи і технології в маркетингу та маркетинг 30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection; 1. Information technology for protecting diesel-electric station reliable operation / О. Yenikieiev, L. Shcherbak // Technical Electrodynamics 2019(4), с. 85-91. 2. Analysis of the frequensy characteristics of the automatic control system of manufacturing proress parameters / О. Yenikieiev, F. Yevsiukova, О. Prihodko, M. Ivanova, Ye. Basova, M. Gasanov // ACTA TECHNICA NAPOSENSIS, - 2019, vol. 62. Issue 111. P. 473-482. 30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України 1. Аналіз метрологічних характеристик апаратних засобів для вимірювань параметрів частотно-модульованого сигналу / І.Б. Абрамська, О.Ф. Єнікєєв, Д.Ю. Захаренков // Науковий Вісник ДДМА. – Краматорськ: ДДМА, – 2018. – № 2(44). – С. 169 – 174. 2. Аналіз частотних характеристик системи керування продуктивністю технологічного процесу алмазного шліфування / О.Ф. Єнікєєв, Ф.М. Євсюкова, О.Ю. Приходько, О.В. Набока // Вісник національного технічного університету «ХПІ». –

							2018. – № 34(1310). – С. 53 – 56. 3. Аналіз частотних характеристик систем автоматичного керування параметрами технологічних процесів / О.Ф. Єнікєєв, Ф.М. Євсюкова, О.В. Суботін, О.Ю. Приходько // Вісник національного технічного університету «ХПІ». – 2018. – № 6(1282). – С. 13 – 17. 4. Інформаційна технологія обробки частотно-модульованого сигналу швидкості обертання / І.Б. Абрамська, О.Ф. Єнікєєв, Д.Ю. Захаренков // Науковий Вісник ДДМА. – Краматорськ: ДДМА, – 2018. – № 1(43). – С. 5 – 9. 5. Аналіз характеристик математичної моделі кінематичної схеми двигуна внутрішнього згоряння / О.Ф. Єнікєєв, Д.Ю. Захаренков // Науковий Вісник ДДМА. – 2017. – № 2 (23Е). – С. 94 – 98. 6. Інформаційна технологія визначення похибок зубчастого з'єднання / О.Ф. Єнікєєв, Д.Ю. Захаренков // Надійність інструменту та оптимізація технологічних систем. – 2017. – Вип. 40. – С. 50– 56. 7. Комп'ютерна система програмного керування процесом алмазного шліфування / О.Ф. Єнікєєв, І.Б. Абрамська, О.В. Суботін, О.В. Разживін // Обчислювальна техніка та автоматизація – 2017. – № 1(30)'2017, – С. 147 – 158. 8. System optimization of parameters of diamond grinding / A. Yenikieiev, F. Yevsiukova, I. Zykov, O. Prihodko, I. Abramska // Sciences of Europe. – 2017. – № 14 (14). Vol 3. P. 88 – 94. 9. Комп'ютерна система програмного керування процесом
--	--	--	--	--	--	--	---

							алмазного шлифування / О.Ф. Єнікєєв, О.В. Суботін, О.В.Разживін, І.Б. Абрамська // Наукові праці ДНТУ. Серія: «Обчислювальна техніка та автоматизація» – 2017. – № 1(30) 2017, – С. 147 – 158. 10. Автоматизированная система программного задания продольной подачи шлифовального круга / А.Ф. Еникеев, Ф.М. Евсюкова, И.С. Зыков, О.Ю. Приходько, И.Б. Абрамская // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2017. – № 4. – С. 83 – 87. 11. Інформаційна технологія оцінювання ідентичності робочих циклів двигунів внутрішнього згоряння / Є.М. Борисенко, О.Ф. Єнікєєв // Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія. – 2016. – № 2. – С. 21 – 28. 12. Аналіз метрологічних характеристик вимірювального перетворювача частотно- модульованих сигналів / О.Ф. Єнікєєв, І.Б. Абрамська, О.В. Суботін // Наукові праці ДНТУ. Серія: «Обчислювальна техніка та автоматизація» – 2016. – Вип. 0(00), – С. 132 – 142. 13. Аналіз характеристик двохступінчастої інформаційно- вимірювальної системи покоординатного задавання параметрів алмазного шлифування / А.Ф. Еникеев, Ф.М. Евсюкова, О.Ю. Приходько // Вісник національного технічного університету «ХПІ». – 2015. – № 40(1149). – С. 26 – 31. 14. Анализ эффективности аппаратных средств управления поперечной подачей шлифовального круга / А.Ф. Еникеев, Ф.М.
--	--	--	--	--	--	--	---

							Свсюкова, Л.А. Шищенко // Вестник национального технического университета «ХПИ». – 2015. – № 4. – С. 132– 137. 15. Computer implementation of the indirect method for estimating of the predicted microroughnesses/ A.F. Yenzikeyev // Збірник наукових праць Українського державного університету залізничного транспорту. – 2015. Випуск 153. – С. 39 – 46. 30.3 наявність виданого підручника чи навчаль-ного посібника або монографії; Покоординатне керування параметрами технологічних процесів на основі оброблення даних непрямих вимірювань: монографія / О.Ф. Єнікєєв // – Краматорск: ДГМА, – 2018. – 266 с. 30.10 організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/інституту/факультету/відді-лен-ня (наукової установи)/ філії / кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/відділу (наукової установи)/навчально-методичного управління (відділу)/лабораторії/і ншого нав-чаль-но-наукового (інноваційного) структур-ного підрозділу/вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/відпові-дального секретаря приймальної комісії та його заступника Завідувач кафедри «Інтелектуальні системи прийняття рішень». 30.12 наявність не менше п'яти авторських свідоцтв та/або патентів загальною кількістю
--	--	--	--	--	--	--	--

							два достижения 1. А.с. №1247714. Устройство для определения ВМТ поршня ДВС / А.Н. Борисенко, А.Ф. Еникеев и др. (СССР). Оpubл. в Б.И. №28, 1986г. 2. А.с. №1260713. Устройство для измерения угла опережения впрыска топлива / А.Н. Борисенко, А.Ф. Еникеев и др. (СССР). Оpubл. в Б.И. №36, 1986г. 3. А. с. 1331239 СССР. МКИ G 01 М 15/00. Устройство для контроля неравномерности вращения вала ДВС / А.Ф. Еникеев, А.Н. Борисенко и др. (СССР). – № 3971901; заявл. 01.11.85; опубл. 07.10.87, Бюл. № 37. 4. А. с. 1343279 СССР. МКИ G 01 М 15/00. Устройство для оценки неравномерности работы цилиндров ДВС / А.Ф. Еникеев, А.Н. Борисенко и др. (СССР). – № 4070495/25-06; заявл.26.05.86; опубл. 07.10.87, Бюл. № 37. 5. А. с. 1350525 СССР. МКИ G 01 М 15/00. Устройство для оценки неравномерности работы цилиндров ДВС / А.Н. Борисенко, А.Ф. Еникеев и др. (СССР). – №4072953/25-06; заявл. 30.05.86; опубл. 11.07.87, Бюл. № 41. 6. А.с. №1413474 Устройство для измерения угла опережения подачи топлива в дизель / А.Н. Борисенко, А.Ф. Еникеев и др. (СССР). Оpubл. в Б.И. №28, 1988г. 7. А. с. 1460644 СССР. МКИ G 01 М 15/00. Устройство для контроля неравномерности вращения вала ДВС / А.Ф. Еникеев, А.Н. Борисенко и др. (СССР). – № 3900371/25-06; заявл. 23.05.85; опубл. 23.02.89, Бюл. № 7. 8. А.с. №1481104. Устройство для регулирования напряжения тягового генератора тепловоза / А.Н. Борисенко, А.Ф. Еникеев, В.В.
--	--	--	--	--	--	--	---

							Золотых. (СССР). Опубл. в Б.И. №19, 1989г. 9. А.с. №1523943. Устройство для определения ВМТ поршня дизеля / А.Н. Борисенко, А.Ф. Еникеев и др. (СССР). 10. А. с. 1538679 СССР. МКИ G 01 M 15/00. Устройство для контроля неравномерности вращения вала ДВС / Б.Г. Марченко, А.Н. Борисенко, А.Ф. Еникеев (СССР). – № 4428977; заявл. 23.05.88; опубл. 15.09.89, Бюл. № 34. 11. А.с. №1635169. Система регулирования угла опережения впрыска топлива в двигатель / А.Н. Борисенко, А.Ф. Еникеев и др. (СССР). 12. А.с. №1657716. Устройство измерения угла опережения подачи топлива в дизель / А.Н. Борисенко, А.Ф. Еникеев, В.В. Золотых. (СССР). 13. А.с. №1673138. Двухимпульсный регулятор скорости дизель-генератора / А.Н. Борисенко, А.Ф. Еникеев и др. (СССР). 30.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету/журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/проблемною групою; керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів та проектів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних мистецьких конкурсів, інших культурно- мистецьких проектів;
--	--	--	--	--	--	--	--

							керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Паралімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України; виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту; виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань; керівництво спортивною делегацією; робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу Робота у складі організаційного комітету Всеукраїнської студентської олімпіади AUCPC
364272	Корж Марина Володимирівна	Професор, Сумісництво	Факультет економіки та менеджменту	Диплом доктора наук ДД 000126, виданий 10.11.2011, Аттестат професора 12ІР 007732, виданий 29.03.2012	о	Міжнародний маркетинг	30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection 1. Корж М.В. Регіональні аспекти розвитку середнього класу в Україні / Корж М.В., В.В. Клименко, Л.М. Акімова // Актуальні проблеми економіки. Науковий економічний журнал. - №4. - 2016. - С. 178-189. (open-access) 2. Korzh M. Assessment of the enterprise marketing performance // M. Korzh. , K. Hurdzhyian , A. Gaievskyi// Problems and Perspectives in Management' (open-access), 2017 - №15 (4). - P. 1-16. 3. Korzh M. Formation of organization support for the management of the economic security of engineering enterprises^ Metodical and practical aspects/O.Khalina, V.Bazyliuk, O.Chornenka, I.Krasilych, M.Korzh//

							Business: Theory and Practice. - 2019. - V.20. - pp.317-328. (open-access) 4. Korzh M. Conflict dynamic model of innovative development in the system of ensuring the competitiveness of an enterprises /V.Zamlynskyi, O.Stanislavskiy, O.Halintskyi, M.Korzh, N.Reznik//International Journal of Scientific and Technology Research. - 2020. - V.9(2). - pp.5322-5325. (open-access) 30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях , включених до переліку наукових фахових видань України 1. Корж М.В. Розвиток цінового управління як одного з інструментів міжнародного маркетингу/ М. Корж, В.Новак, О.Шевченко // International Scientific Journal of Universities and Leadership. – К.: Національний авіаційний університет, 2015.- №1. – С. 71-76. 2. Корж М.В. Регіональні аспекти розвитку середнього класу в Україні / Корж М.В., В.В. Клименко, Л.М. Акімова // Актуальні проблеми економіки. Науковий економічний журнал. - №4. – 2016. – С. 178-189. 3. Корж М.В. Вивчення ефективності маркетингових заходів із застосуванням методів метаевристіки/ М.В. Корж , Хасан Алі Аль-Абабнех // Проблеми системного підходу в економіці. Збірник наукових праць. – Випуск 54. – К.: Національний авіаційний університет,2016. – С. 52-60. 4 Корж М.В. Процес планування рекламної компанії на ринку авіаперевезень та його вплив на результати функціонування підприємства/ М.В. Корж , Хасан Алі Аль-Абабнех // Східна Європа: економіка,
--	--	--	--	--	--	--	--

							бізнес та управління. Електронне наукове фахове видання. – №4. – Дніпропетровськ: ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури», 2016. – С. 234-238. 5. Korzh M. Approach To Systemic Process Of The Entrepreneurship Competitiveness Management in Ukraine /Akimova L., M. Korzh., I. Chub// International Journal of New Economics and Social Sciences. . Polska, Warszawie, 2017 - –№2. – P.37-44. (Index Copernicus, Directory of Open Access Journals). 6. Корж М.В. Simulation of control strategy for international marketing services / М.В. Корж , І.В. Чуб, Л.М. Акімова // Науковий журнал "Proceedings of the National Aviation University". - К.: NAU, № 2 (71), 2017. - P. 131 – 138. (Index Copernicus (Польща); Google Scholar (США);) 7. Корж М.В. Ресурсо- орієнтована модель управління маркетингом виробничого підприємства / М.В. Корж , І.В. Чуб // Товари і ринки: міжнародний наук.- практ. журн. – К.: КНТЕУ, 2017. – Том 2. – С.40-51. (Index Copernicus (Польща); ResearchBib (Японія); Google Scholar (США);) 8. Корж М.В. Simulation of control strategy for international marketing services / М.В. Корж , І.В. Чуб, Л.М. Акімова // Науковий журнал "Proceedings of the National Aviation University". - К.: NAU, № 2 (71), 2017. - P. 131 – 138. (Google Scholar, EBSCO, DOAJ, Index Copernicus, Directory of Open Access Journals). 9. Корж М.В. Системно- ситуативний підхід до процесу маркетингового планування на підприємствах сфери послуг / М.В. Корж,
--	--	--	--	--	--	--	--

							Т.О. Сулова, Д.О. Даниленко / Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, №3. Т. 2 –2018. – С. 210-214. (Index Copernicus; Google Scholar; РИНЦ). 10. Корж М.В. Цінове оптимізаційне моделювання в міжнародному маркетингу/ М.В. Корж// Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 5 (100). – С. 87-101. (Index Copernicus; Google Scholar; РИНЦ) 11. Корж М.В. Цінове управління в системі міжнародного маркетингу/ М.В. Корж, К.І.Маліношевська / Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, №3.3. –2018. – С. 56-60. (Index Copernicus; Google Scholar) 12. Корж М.В. Теоретико-методологічні засади маркетингового забезпечення господарюючого суб'єкту/ М.В. Корж, Т.С.Чуніхіна / Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Випуск 3 (24). – Ужгород: Ужгородський національний університет 2019.- С. 119-125 (Index Copernicus; Google Scholar) 13. Корж М.В. Стратегія міжнародного маркетингу в управлінні інноваційним розвитком/ М.В. Корж, Т.С.Чуніхіна, К.І.Маліношевська/ Бізнес-навігатор. Випуск 2 (51). – К., - 2019.- С. 119-125 (Index Copernicus; Google Scholar) 14. Корж М.В. Міжнародний маркетинг як основа міжнародного бізнесу / М.В. Корж , І.В. Чуб // Стратегія розвитку України: наук.журн. – К.: НАУ, 2017. - №1. – С.21-24. 15. Корж М.В.
--	--	--	--	--	--	--	--

							Системно-ситуативний підхід до процесу маркетингового планування на підприємствах сфери послуг / М.В. Корж, Т.О. Суслора, Д.О. Даниленко / Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, №3. Т. 2 –2018. – С. 210-214. (Index Copernicus; Google Scholar; РИНЦ). 16. Корж М.В. Цінове оптимізаційне моделювання в міжнародному маркетингу/ М.В. Корж// Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 5 (100). – С. 87-101. (Index Copernicus; Google Scholar; РИНЦ) 17. Корж М.В. Міжнародний маркетинг як основа міжнародного бізнесу / М.В. Корж , І.В. Чуб // Стратегія розвитку України: наук.журн. – К.: НАУ, 2017. - №1. – С.21-24. 18. Корж М.В. Цінове управління в системі міжнародного маркетингу/ М.В. Корж, К.І.Маліношевська / Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, №3.3. –2018. – С. 56-60. 19. Теоретико-методологічні засади маркетингового забезпечення господарюючого суб'єкту/ М.В. Корж, Т.С.Чуніхіна / Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Випуск 3 (24). – Ужгород: Ужгородський національний університет 2019.- С. 119-125 20. Корж М.В. Стратегія міжнародного маркетингу в управлінні інноваційним розвитком/ М.В. Корж, Т.С.Чуніхіна, К.І.Маліношевська/ Бізнес-навігатор. Випуск 2 (51). – К., - 2019.- С. 18-23
--	--	--	--	--	--	--	---

							21. Корж М.В. Цінове оптимізаційне моделювання в міжнародному маркетингу/ М.В. Корж// Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 5 (100). – С. 87-101. 30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1. Корж М.В. Фінансова діяльність і корпоративна стратегія комерційних банків. Том 3. Корпоративні основи здійснення фінансової діяльності в умовах комерційних банків: колективна монографія / Г.В. Астапова. О.В. Ареш'єва, В.В. Матвеев, М.В. Корж та ін... – Київ, Центр учбової літератури, 2016. – 92 с. 2. Корж М.В. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства: монографія / М.В. Корж, Л.М.Акімова, І.В.Чуб. – Рівне: НУВГП, 2017. – 121 с. 3 Монографія: Корж М.В. Стратегія міжнародного маркетингу в антикризовому управлінні / М.В. Корж, С.Т. Пілецька, Т.С. Чуніхіна, К.І.Маліношевська. – К.: КОМПРИНТ, 2019. – 408 с. 4. Монографія: Корж М.В. Стратегічні напрями інноваційного розвитку суб'єктів господарювання агропромислового комплексу. Економіко-правові аспекти сталого розвитку: теорія, методологія, практика міжнародна колективна монографія / М.В. Корж, Т.О. Суслова, Т.С. Чуніхіна, К.І.Маліношевська. – К.: НАНУ, 2019. – С.204-234. 5. Корж М.В. Промисловий маркетинг: навч. посібник / М.В. Корж – Краматорськ: ДДМА, 2011. – 320 с. (18,6 д.а.). 6. Корж М.В. Маркетинг: теорія і
--	--	--	--	--	--	--	---

							практика. Модуль 1: Сучасна концепція маркетингу: навч. посібник / М.В. Корж – Краматорськ: ДДМА, 2011. – 188 с. (10,5 д.а.). 7. Корж М.В. Маркетинг: теорія і практика. Модуль 2: Маркетингова політика на підприємстві: навч. посібник / М.В. Корж – Краматорськ: ДДМА, 2011. – 224 с. (13,05 д.а.). 30.4 наукове керівництво (консультування) здобувача, який одержав документ про присудження наукового ступеня 1. Ільєнко Оксана Вікторівна «МЕТОДОЛОГІЯ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ» (дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за Спеціальністю 08.00.02 - світове господарство та міжнародні економічні відносини) - Захист відбувся 06 червня 2015 року на засіданні спеціалізованої вченої ради НАУ Д 26.062.02 2. Жуков С.А. «Механізм управління промисловим маркетингом на підприємствах», (Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)), 26» квітня 2018 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 67.052.05 у Херсонському національному технічному університеті Міністерства освіти і науки України 30.5 участь у міжнародних наукових проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання "суддя міжнародної категорії" 1. Залучення до міжнародної експертизи: acceptant
--	--	--	--	--	--	--	--

								to the “East West” Association For Advanced Studies And Higher EdmbH as a member of the Editorial Board, Editor for journal “Austrian Journal of Humanities and Social Science” (Vienna). 2. Участь у міжнародному проєкті Інституту економіко-правових досліджень НАНУ та Комратського державного університету: Стратегічні напрями інноваційного розвитку суб’єктів господарювання агропромислового комплексу. Економіко-правові аспекти сталого розвитку: теорія, методологія, практика (довідка про впровадження науково-дослідницької роботи «Стратегічні напрями інноваційного розвитку суб’єктів господарювання агропромислового комплексу») 30.7 робота у складі експертних рад з питань проведення експертизи дисертацій МОН або галузевих експертних рад Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, або Акредитаційної комісії, або їх експертних рад, або міжгалузевої експертної ради з вищої освіти Акредитаційної комісії, або трьох експертних комісій МОН / зазначеного Агентства, або Науково-методичної ради/ науково-методичних комісій (підкомісій) з вищої освіти МОН Член експертної ради Департаменту атестації кадрів вищої кваліфікації та ліцензування з питань проведення експертизи дисертаційних робіт Міністерства з питань макроекономіки, світового господарства і соціально-економічного розвитку.
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							30.11 участь атестації наукових працівників як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради (не менше трьохразових спеціалізованих вчених рад) Член постійної спеціалізованої вченої ради по захисту докторських дисертацій К 26.055.06 КНТЕУ 30.13 наявність виданих навчально-методичних посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/ рекомендацій загальною кількістю три найменування 1. Корж М.В., Конопляникова М.А. Програма дисципліни «Промисловий маркетинг».- К.:КНТЕУ, 2018.-10 с. 2. Корж М.В., Файвішенко Д.С. програми та робоча програма виробничої (переддипломної) практики освітнього ступеню «магістра» спеціальності «Маркетинг» спеціалізації «Бренд-менеджмент».- К.:КНТЕУ, 2018.-30 с. 3. Осика В.А., Ромат Є.В., КоржМ.В. Стандарт вищої освіти КНТЕУ ступінь вищої освіти «магістр» спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Бренд-менеджмент».- К.:КНТЕУ, 2018.-15 с. 4. Корж М.В. Збірник тестових завдань з «Промислового маркетингу». - ».- К.:КНТЕУ, 2019.-33 с. 30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років 1. Наукове консультування фахівців з маркетингу за програмою підвищення кваліфікації Інституту вищої кваліфікації КНТЕУ «Бренд-менеджмент», «Промисловий маркетинг»
--	--	--	--	--	--	--	--

						2. Наукове консультування фахівців з маркетингу, клієнтоорієнтованості, бренд-менеджменту за програмою MBA в бізнес-школі МАБІТ (Міжнародна Академія бізнесу і інформаційних технологій» 3. Надання консалтингових послуг з питань маркетингу, клієнтоорієнтованості, бренд-менеджменту консалтингово-інжинірингової групи «Veritex»
282491	Бурцева Олена Єгорівна	Докторант, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом кандидата наук ДК 021382, виданий 16.05.2014, Атестат доцента АД 000988, виданий 05.07.2018	21	Цифровий маркетинг 30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection 1. Chistiukhina, Yu. A., Burtseva O. E., Pypko S. O. Quantitative evaluation and directions of increasing the effectiveness of fiscal decentralization in Ukraine Scientific bulletin of Polissia, 2018, №1 (13). Vol. 2. PP. 118-128. DOI: 10.25140/2410-9576-2018-2-1(13)-118-128. URL: http://nvp.stu.cn.ua/ru/component/k2/item/936-chistiukhina-yu-a-burtseva-o-e-pypko-s-o-quantitative-evaluation-and-directions-of-increasing-the-effectiveness-of-fiscal-decentralization-in-ukraine.html 30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України 1. Бурцева О.Є. Аналіз маркетингового середовища фармацевтичної галузі України. Інституціональний вектор економічного розвитку / Institutional vector of economic development. – Мелітополь: МІДМУ «КІІУ», 2015. – № 8(2). – С. 142 – 150 2. Бурцева О. Є. Планування та прогнозування як основа прийняття

							управлінських рішень: зміст, класифікації та порівняння / О. Є. Бурцева, Ю.Є.Пєфтієва // Бізнес-інформ. Економіка. Менеджмент і маркетинг. - № 11. – 2016. с. 392-397 3. Бурцева О.Є. Державна підтримка малого інноваційного бізнесу в Україні. Науковий журнал «Менеджер» [вісник ДонДУУ]. – Маріуполь : ДонДУУ, 2016. – 3(53). – С. 186-191. 4. Бурцева О.Є., Марина А.С. Фінансові аспекти функціонування системи соціального страхування на випадок безробіття. Зб.наук.праць ДонДУУ «Проблеми та перспективи забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку». Серія “Економіка”. Т. XVIII, вип. 303. – Маріуполь, ДонДУУ, 2017. – с. 60-71 5. Бурцева О.Є., Власов О.О. Порівняльний аналіз податкових систем країн ЄС. Ефективна економіка. – 2017. – № 12. – Режим доступу до журналу: http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6011 6. Бурцева О.Є. Особливості формування соціально-орієнтованої економіки України як стратегічного вектору розвитку держави. Науковий журнал «Менеджер. Вісник Донецького державного . – Маріуполь : ДонДУУ, 2018. – 4(81). – С. 129-135. 7. Касьянюк С.В., Бурцева О.Є., Підгора Є.О. Оцінка та управління експортним потенціалом товарної продукції металургійних підприємств України. Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. №1 (20), 2019. С.144-152. https://doi.org/10.31474/1680-0044-2019-1(20)-144-152 8. Бурцева О.Є., Радченко Г.А., Сібрук
--	--	--	--	--	--	--	--

В.Л. Маркетинговий потенціал в системі інноваційного розвитку національної економіки. Проблеми системного підходу в економіці. НАУ. Випуск 4 (78), 2020. С.162-169
<https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-4-22>

9. Фоміченко І.П., Белікова О.Ю., Бурцева О.Є., Ніколаєва Ю.В. Тенденції розвитку цифрового маркетингу як інноваційного інструменту управління підприємствами// Вісник економічної науки України. Київ: Інститут економіки промисловості НАН України, 2020. № 2020 (2). С.134-140.

10. Белікова О.Ю., Бурцева О.Є., Хороших В.В. Вплив життєвого циклу товару промислового підприємства на формування його інноваційної стратегії// Економічний вісник Донбасу. Київ, 2020. № 3(61). С.139-148.

11. Серeda Н. М., Бурцева О. Є., Фоміченко І. П. Маркетингові аспекти корпоративної соціальної відповідальності компанії // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". - 2020. - №9.
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-9-6283>

30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії

1. Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія]/ [авт. кол.: Мироненко Є.В., Фоміченко І.П., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. Мироненко Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с.

2. Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник/ [авт. кол.:

							Фоміченко І.П., Бурцева О.Є., Белікова О.Ю., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360 с. З. В.Л. Пілюшенко, Н.М. Ткачова, О.Є. Бурцева та інш. Основи маркетингу: навчальний посібник. Донецьк: «ВІК», 2010. 309с. 30. 8 виконання функцій наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/ члена редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України, або іноземного рецензованого наукового видання Відповідальний виконавець наукової теми Дк-06-2020 Маркетинговий механізм управління розвитком промислового регіону: інноваційні підходи. Державний реєстраційний номер 0120U104007. 30.10 організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/ інституту/ факультету/ відділення (наукової установи)/ філії/ кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/ відділу (наукової установи)/ навчально- методичного управління (відділу)/ лабораторії/ іншого навчально-наукового (інноваційного) структурного підрозділу/ вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/ відповідального секретаря приймальної комісії та його заступника В.о. завідувача кафедри обліку, фінансів та економічної безпеки ДВНЗ «Донецький національний технічний
--	--	--	--	--	--	--	--

							університет» м.Покровськ 30.11 участь атестації наукових працівників як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради (не менше трьохразових спеціалізованих вчених рад) 2016р.: офіційний опонент кандидатської дисертації Сасенко О.М. на тему «Стратегія економічного розвитку фармацевтичної галузі»; офіційний опонент кандидатської дисертації Ахунзянова О.В. на тему «Розвиток малого підприємництва в структурі національної інноваційної системи України». 2018р.: офіційний опонент кандидатської дисертації Поленнікова М.О. на тему «Формування державної стратегії соціально-орієнтованого економічного розвитку національної економіки». 2019р.: офіційний опонент кандидатської дисертації Кухно С.А. на тему «Формування конкурентоспроможності гірничо-металургійного комплексу України в умовах глобалізації». 30.13 наявність виданих навчально-методичних посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/ рекомендацій загальною кількістю три найменування 1. Промисловий маркетинг: теорія та практика: Навч. Посібник/ Фоміченко І.П., Бурцева О.Є., Мироненко Є.В., Белікова О.Ю., Баркова С.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. –
--	--	--	--	--	--	--	---

							360 с. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с. 2. Товарно-інноваційна політика підприємства: Навч. Посібник. О.Є. Бурцева–Краматорськ.:ДДМА, 2020. –164с. 3. Практикум з дисципліни «Маркетинговий аудит». О.Є. Бурцева. Краматорськ: ДДМА, 2020.-53с. 30.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету/ журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/ проблемною групою, керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів та проєктів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проєктів, керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Параолімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України, виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту, виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань, керівництво спортивною делегацією, робота у
--	--	--	--	--	--	--	---

							складі організаційного комітету, суддівського корпусу. Мась Роман Віталійович – переможець I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Фінанси», яка відбувалася на базі ДВНЗ ДонНТУ січень 2018 року Мась Роман Віталійович – переможець II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Фінанси», яка відбувалася на базі ДВНЗ Придніпровська державна академія будівництва та архітектури 23-25 травня 2018 року (диплом 3 ступеня) 30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років Науково консультування ТОВ «ГИАДА», протягом 2018-2019, 2019-2020 років.
25775	Шевченко Олена Олександрівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Донбаська державна машинобудівна академія, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом магістра, Донбаська державна машинобудівна академія, рік закінчення: 2020, спеціальність: 281 Публічне управління та адміністрування, Диплом доктора наук ДД 008467, виданий 23.04.2019, Диплом кандидата наук ДК 050114, виданий 08.10.2008, Аттестат доцента 12/ДЦ 033423, виданий 25.01.2013	19	Глобальна економіка	30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection 1. Diagnostics of systemic risk impact on the enterprise capacity for financial risk neutralization: the case of Ukrainian metallurgical enterprises / Kolupaieva I., Pustovhar S., Suprun O., Shevchenko O. // OeconomiaCopernicana . – 2019. – Vol. 10, Issue 3. – PP. 471-491. (закордонне видання, Міжнародна наукометрична база Web of science).Print version ISSN 2083-1277, e-version ISSN 2353-1827, DOI: 10.24136 h-index 12 Web of Science, http://economic-research.pl/Journals/index.php/oc/article/view/1719/1608

							2. Justification of scenarios of state regulatory policy of Ukraine / Kolupaieva I. Shevchenko O. // Proceedings of the International conference of Innovation in Science and Education, March 20-22, 2019, Prague Czech Republic. (закордонне видання, Міжнародна наукометрична база Web of science) file:///C:/Documents%20and%20Settings/User/%Do%9C%Do%BE%Do%B8%20%Do%B4%Do%BE%Do%BA%D1%83%Do%BC%Do%B5%Do%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/1357-Article%20Text-3268-3-10-20191023.pdf 3. Kolupaieva I., Shevchenko O., Mytsenko I., Borysova A. Analysis of migration processes and assessment of their impact on the development of international money transfers of Ukraine // European Financial Systems 2019. Proceedings of the 16th International Scientific Conference, Brno: Masaryk University, 2019, ISBN 978-80-210-9337-1 (for print version Proceeding), ISBN 978-80-210-9338-6 (for on-line version Proceeding). (закордонне видання, Міжнародна наукометрична база Web of science.). https://is.muni.cz/do/econ/sborniky/2019/Proceedings_final.pdf 4. IDEFO-Technology of Modeling of Processes of Minimization the Resistance of the Personnel to Organizational Changes at the Enterprise / Stashkevych I., Turlakova S., Shevchenko O., Derzhevetska M. // Wseas transactions of Environment and development. 2020. Vol. 16. PP. 286-296. E-ISSN: 224-3496. DOI: 10.37394/232015.2020.16.30. Міжнародна наукометрична база Scopus. 30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях , включених
--	--	--	--	--	--	--	--

							до переліку наукових фахових видань України 1. Шевченко О. О., Борисполец А.В., Новік Г.М. Механізм захисту як складник соціальної політики держави. Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Економіка (Index Copernicus , Research Bible, РІНЦ). 2020. Т. 25. Вип. 3 (82). С. 8-12. (0,7 др. арк.) 2. Шевченко О. О., Кершев В.А., Лашина І.С. Концепція соціального захисту населення: парадигмальні засади змін. Вчені записки Таврійського нац. ун-ту імені В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління». 2020. Том 31 (70). № 4. С. 57-62. 3. Шевченко О. О. Теоретико-методологічні засади аналізу еволюції господарських систем. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки» (Index Copernicus). 2016. Вип. 17. С. 14-17. (0,5 др. арк.) 4. Шевченко О. О. Імперативи розвитку господарських систем сучасного світу. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. (Index Copernicus). 2015. № 4 (11). С. 102-107. (0,5 др. арк.) 5. Шевченко О. О. Особливості модернізації господарської системи суспільства (протягом ХХ ст.). Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки (Research Bible, РІНЦ). 2015. № 2 . С. 12-19. (0,8 д. а.) 6. Шевченко О. О. Категорія «господарська система»: теоретико-дефінітивна експозиція в економічній думці. Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Економіка (Research Bible, РІНЦ). 2016. Т.
--	--	--	--	--	--	--	--

21. Вип. 2. С. 8-12. (0,7 др. арк.)

7. Шевченко О. О. Адаптація національної господарської системи до процесів глобалізації. Економічний вісник Донбасу (Research Bible, РІНЦ). – 2016. - № 3 (45). – С. 94-98. (0,7 др. арк.)

8. Шевченко О. О. Розвиток структури господарської системи: системно-синергетичний аналіз підсистем. Бізнес-Інформ (Ulrichsweb™, RePEc, РІНЦ, Index Copernicus, Directory of Open Access Journals, Cite Factor, Academic Journals Database, SIS, Advanced Science Index, Open Academic Journals Index, Get Info, Bielefeld Academic Search Engine, Info Base Index, Open Airei Open AIREplus, WorldCat, Serials Union Catalogue, COPAC, Socionet, Open Access Library, J-Gate, Google Scholar, Research Bib). 2016. № 4. С. 14-20. (0,8 др. арк.)

9. Шевченко О. О. Цивілізаційна парадигма дослідження генези господарської системи. Глобальні та національні проблеми економіки (Index Copernicus). 2017. Вип. 15. URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/4.pdf> (дата звернення: 29.04.2017) (0,7 др. арк.)

10. Шевченко О. О. Національна господарська система: проблеми та перспективи розвитку в сучасних умовах. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент» (Index Copernicus). 2017. № 27. С. 17-19. (0,5 др. арк.)

30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії

1. Shevchenko O. Development of the national economic system: architecture

and inclusive issues. // New trends in the economic systems management in the context of modern global challenges: collective monograph. VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia, 2020. 309 p. (особисто автору належить 0,8 др. арк. - gl. 1.3. P. 31-40.)

2. Шевченко О.О. Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія] за заг. ред.. МIRONENKO Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280с.

3. Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник за заг.ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360с.

4. Шевченко О. О. Еволюція господарської системи: методологія аналізу у світовій економічній думці (кінець XIX – початок XXI ст.): монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2017. 304 с. (19 др. арк.). (Рецензії: Актуальні проблеми економіки. 2017. № 12. С. 63-65; Бізнес-Інформ. 2017. № 12. С. 469-470.)

5. Шевченко О.О., Познякова О.О. Державна політика соціального забезпечення: регуляторні впливи та правовий концепт: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2020. 320 с. (15 др.арк.)

6. Шевченко О.О. Трансформаційні перетворення господарської системи в контексті глобалізаційних змін: еволюція та управління: монографія / за заг. ред. МIRONENKO Є. В. Київ: «Центр учбової літератури», 2017. 272 с. (автору належить 4,8 др. арк. - С. 5-16, 31-51, 78-94.)

7. Shevchenko E. A. Transformational conversion of the economic system in the context of globalization changes: evolution and

							management // Socio-economic problems of management: Collective monograph. Thorpe-Bowker, Melbourne, Australia, 2015. 324 p. особисто автору належить 0,8 д. а. - г. 1.5. Р. 44-52.) 8. Shevchenko E. A. Specificity of the modern paradigm of theoretical studies of the economic system in the context of globalization // Problems of social and economic development of business: collective monograph. Publishing house "BREEZE", Montreal, Canada, 2014. 408 p. (особисто автору належить 0,8 др. арк. - gl. 2.9. Р. 199-204.) 9. Шевченко О.О. Історія економіки та економічної думки: сучасні економічні теорії. Київ: Центр учбової літератури. 2019. 288 с. (Гриф МОНУ: лист № 1/ П – 11909 від 23.12.2010 р., 14 др. арк.) 10. Шевченко О.О. Міжнародна економіка. Краматорськ: ДДМА. 2012. 376 с. (Гриф МОНУ: лист № 1/ П – 10923 від 22.11.2011р., 21,9 др. арк.). 30.8 виконання функцій наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/ члена редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України, або іноземного рецензованого наукового видання член редакційної колегії збірника наукових праць «Історія народного господарства та економічної думки України» ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України» ISSN 2522-4271 (Online), ISSN 0320-4421 (Print) Керівник НДР ДК-09-2019 «Механізми регулювання соціально-економічної політики держави в умовах постконфліктного
--	--	--	--	--	--	--	--

							відновлення» (ДР №0119U103842) Відповідальний виконавець НДР ДК 05-2020 «Стратегічні імперативи менеджменту» (ДР № 0120U104003) Відповідальний виконавець НДР ДК 03-2017 «Управління бізнесом в умовах транзитивної економіки України» (ДР №0117U007403) 30.10 організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/ інституту/ факультету/ відділення (наукової установи)/ філії/ кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/ відділу (наукової установи)/ навчально-методичного управління (відділу)/ лабораторії/ іншого навчально-наукового (інноваційного) структурного підрозділу/ вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/ відповідального секретаря приймальної комісії та його заступника секретар вченої ради факультету економіки та менеджменту (2014-2019рр.), заступник відповідального секретаря приймальної комісії ДДМА (2017-2019 рр.) 30.11 участь у атестації наукових працівників як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради (не менше трьохразових спеціалізованих вчених рад) заступник голови спеціалізованої вченої ради Д 12.105.03 у Донбаській державній машинобудівній академії, спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним господарством (наказ МОНУ № 1301 від 15.10.2019) 30.15 наявність науково–популярних
--	--	--	--	--	--	--	--

							та / або консультаційних (дорадчих) та / або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Shevchenko O. O. Modern economic thought on economic system. Modernization of socio-economic system: the new economic conditions: International Scientific Conference, Conference Proceedings, September 28th, 2016, Kielce, Poland: Baltija Publishing, 216 p. p. 4-6. (0,3 др. арк.) 2. Шевченко О. О. Неоліберальний напрям економічних досліджень про розвиток господарства: специфіка теоретичного і методологічного аналізу. Сучасні наукові підходи до вдосконалення політики економічного зростання: зб. матеріалів доп. учасн. Міжнародної науково-практичної конференції, Ужгород, 5-6 травня 2017 року. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2017. С. 14-17. (0,3 др. арк.) 3. Шевченко О. О. Проблеми розвитку економічної системи у працях К.Маркса та представників неокласичного напрямку економічної думки. Економічна спадщина К.Маркса: погляд через призму століть: зб. матеріалів доп. учасн. Всеукраїнського Круглого столу, Київ, 25 квітня 2018 року. Київ: КНЕУ, 2018. С. 103-104. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/Kaf+istorii+ta+teorii+gospodarstva/212121ZbD196rnik28A529-verstka_Marks_2018.pdf (дата звернення: 19.05.2018) (0,2 др. арк.) 4. Shevchenko E. A. Civilizational paradigm as a basis for the study of the economic system of society. Economics, management, law: problems and
--	--	--	--	--	--	--	---

							prospects: Collection of scientific articles. Vol. 1. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2015. P. 145-148. (0,4 др. арк.) 5. Шевченко О.О. Інклюзивне зростання як основа формування сучасної національної моделі господарської системи. Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір: зб. матеріалів доп. учасн. Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 4-5 жовтня 2018 р. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. С. 97-99. (0,3 др. арк.) 6. Diagnostics of system risk impact on the enterprise capacity for financial risk neutralization / Kolupaieva I., Pustovhar S., Suprun O., Shevchenko O. 10th International conference on applied economics «Contemporary issues in economy»: Abstract book edited by Adam P. Balcerzak Ilona Pietryka, Toruń, Poland 27-28 June 2019. – P. 135. (0,3 др. арк.) 7. Shevchenko O. O. Genesis of the modern model of functioning of global economy. Стратегічний потенціал державного та територіального розвитку: зб. матеріалів доп. учасн. III Міжнародної науково-практичної конференції, Маріуполь, 9-10 жовтня 2019 р. Маріуполь, Кривий Ріг: вид-во Р.К. Козлов, 2019. – 405 с. С. 42-43. (0,3 др. арк.) 8. Shevchenko O.O. National economic development model^ conceptual fundamentals of social security. 30.16 участь у професійних об'єднаннях за спеціальністю Член Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація економістів-міжнародників»
--	--	--	--	--	--	--	---

188986	Шашко Вікторія Олександрів на	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Донбаську державну машинобудівну академію, рік закінчення: 1998, спеціальність: 0501 Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 012094, виданий 01.03.2013, Атестат доцента 12ДЦ 046151, виданий 25.02.2016	20	Управління маркетингови ми проектами	30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях , включених до переліку наукових фахових видань України 1) Ящишина Ю.М. Використання інтерактивних методів навчання при викладанні дисциплін з управління персоналом / Ю.М. Ящишина, В.О. Шашко // Науковий журнал Вісник економічної науки України, 2016. № 2(31). – С. 190-192. (РИНЦ) 2) Шашко В.О. Впровадження системи енергетичного менеджменту на основі стандарту ISO 50001 для підвищення енергетичної ефективності промислових підприємств [Електронний ресурс] / В.О. Шашко, І.О.Трембач, Б.О.Трембач // – Економіка та суспільство. - 2017. – № 8. – Режим доступу до журналу: http://economyandsoci ety.in.ua . (Index Copernicus ICV 2015: 35-93) 3) Шашко В.О. Менеджмент процесу реорганізації виробничої інфраструктури промислового підприємства / В.О. Шашко, Ю.М. Ящишина // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки» – Херсон.- 2017. – Випуск 22. – Ч.2. – С. 44-49. Режим доступу до журналу: http://www.ej.kherson. ua/index.php/arkhiv- vidannya/2017?id=63 4) Шашко В.О. Управлінські технології комунікативного менеджменту / Є.В. Болотіна, І.П. Фоміченко, В.О. Шашко // Науковий журнал «Бізнес інформ». - 2018. – № 8 (488). – С. 212-219. (Index Copernicus +) 5) Шашко В.О. Складові механізму адаптації
--------	--	---------------------------------------	--	--	----	--	---

							промислових підприємств до умов транзитивної економіки [Електронний ресурс] / В.О.Шашко // Інфраструктура ринку. – 2019. №34. – Режим доступу до ресурсу: www.market-infr.od.ua/uk/34-2019 6) Шашко В.О. Складові механізму адаптації промислових підприємств до умов транзитивної економіки [Електронний ресурс] / В.О.Шашко // Інфраструктура ринку. – 2019. №34. – Режим доступу до ресурсу: www.market-infr.od.ua/uk/34-2019 (Index Copernicus: Indexed in the ICI Journal Master List) 7) Voloshina O.O., Volodchenko V.V., Shashko V.O. IT INDUSTRY AS THE BASIS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT ECONOMY OF UKRAINE // Економічний вісник Донбасу. – 2019. № 4(58). – С.163-168. Режим доступу: http://www.evd-journal.org/ru/%d1%8b%do%bf%d1%83%d1%81%do%ba%do%b8/%do%b2%d1%8b%do%bf%d1%83%d1%81%do%ba-2019-458/ IndexCopernicus (Польша) 30.2 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1) Шашко В.О. Реорганізація виробничої інфраструктури промислового підприємства: доцільність, способи, ухвалення рішення щодо здійснення / В.О.Шашко, Г.О. Коваленко // Наука в жизни современного человека. Эффективные подходы к развитию предприятий, отраслей, комплексов.: монография / под общ. Ред. С.В. Куприенко; SWorld. – Одесса: Куприенко С.В., 2013. – с. 109-130. Особистий внесок: визначено
--	--	--	--	--	--	--	---

							доцільність, способи, та послідовність ухвалення рішення щодо здійснення реорганізації виробничої інфраструктури промислового підприємства. 2) Аудит управлінської діяльності: адміністративного менеджменту, бізнес-адміністрування, менеджменту підприємництва (показники оцінки результатів, їх облік та прогнозування): монографія / за заг. ред.. д-ра економ. наук, проф.. В.Я. Нусінова. – Кривий Ріг: Вид. Р.А.Козлов, 2016. – 311. (Шашко В.О. Реорганізація виробничої інфраструктури промислового підприємства: застосування інструментарію діагностики в процесі ухвалення управлінського рішення. – С.107-121.) 3) Наука и инновации в современном мире: менеджмент и юриспруденция.: монография / [авт.кол. : Мироненко Е.В., Олексин Ю.П., Орлов Н.М. и др.]. – Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2017 – 140 с. : ил., табл. ISBN 978-617-7414-03-1. (Шашко В.О. Підвищення енергетичної ефективності підприємства шляхом впровадження міжнародного стандарту ISO 50001 / Мироненко Е.В., Шашко В.О., Трембач І.О. // Матеріали симпозиума «НАУКА И ИННОВАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ», 14 по 21 февраля 2017 г., с. 62-79.) (РИНЦ + DOI) 4) Menedgment of modern socio-economic system. – Collective monograph. – Vol.2. Lithuania: Izdenieciba «Baltija Publishing», 2017. – 260 p. (особистий внесок С. 51-65). ISBN 978-9934-8643-5-3 5) Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія]/ [авт. кол.: Мироненко Е.В.,
--	--	--	--	--	--	--	--

							Фоміченко І.П., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. Мироненко Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с. 6) Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник]/ [авт. кол.: Фоміченко І.П., Бурцева О.Є., Белікова О.Ю., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360 с. 30.13 наявність виданих навчально-методичних посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/ рекомендацій загальною кількістю три найменування 1. Теорія організацій: навчальний посібник / В. О. Шашко, О. О. Кондратенко – Краматорськ : ДДМА, 2017 . – 98 с. 2. Методичні вказівки до виконання та захисту дипломних робіт освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» / уклад. : Є. В. Мироненко, В. О. Шашко, І. П. Фоміченко, О.В. Шубна, О.О. Кондратенко – Краматорськ : ДДМА, 2018. - 70 с. 3. Операційний менеджмент: методичні вказівки до практичних занять для студентів спеціальності «Менеджмент» денної форми навчання / укл.: В. О. Шашко, О. О. Кондратенко. - Краматорськ: ДДМА, 2019.- 52 с. 4. Дистанційні курси (Moodle): Операційний менеджмент, Теорія організації, Менеджмент промислового підприємства, Організація підприємницької діяльності, Управління
--	--	--	--	--	--	--	---

							маркетинговими проектами 30.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету/ журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/ проблемною групою, керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів та проектів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проектів, керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Параолімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України, виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту, виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань, керівництво спортивною делегацією, робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу. Бергій А.В. - призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади; переможець II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади «Менеджмент
--	--	--	--	--	--	--	--

							інноваційної діяльності» зі спеціальності 073 «Менеджмент» у номінації «Менеджер - стратег» (15-17 травня 2019 р., м.Одеса).- 30.15 наявність науково–популярних та / або консультаційних (дорадчих) та / або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1) Шашко В.О. До питання розробки ресурсозберігаючих заходів в системах міського теплопостачання / Шашко В.О., Кіптіла А.С. // Формування та розвиток інформаційної економіки: зовнішні та внутрішні фактори впливу: збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих вчених (м. Київ 27-28 жовтня 2017 р.). – К.: Аналітичний центр «Нова Економіка», 2107. С. 41-44. 2) Шашко В.О. Процесний підхід до технічного обслуговування виробництва / В.О. Шашко, С.В. Чабар // Економічне зростання: стратегія, напрями і пріоритети: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 12 травня 2018 року) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Звпоріжжя: ГО «СІЕУ», 2018. – С. 139-143. 3) Шашко В.О. Щодо питання інформатизації процесів управління промисловим підприємством / В.О. Шашко, С.В. Бєлозорова // Сучасні наукові дослідження на шляху до вдосконалення економічного потенціалу країни: матеріали Міжнародної науково-
--	--	--	--	--	--	--	--

							практичної конференції (м. Дніпро, 22 вересня 2018 р.). – Дніпро: НО «Перспектива», 2018. – С. 48-51 4) Шашко В.О. Особливості процесу управління адміністративних управлінських і рішень / В.О. Шашко, С.В. Валуйська // Тридцять перші економіко-правові дискусії: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Львів, 31 жовтня 2018 р.). 5) Шашко В.О. Реінжиніринг бізнес-процесів фармацевтичної компанії / В.О. Шашко, А.М. Таранюк // Світ економічної науки: збірник тез міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Тернопіль, 29 жовтня, 2018 р.). 6) Шашко В.О., Бергій А.В. Застосування коуч-менеджменту як сучасного підходу до управління організаціями // The 5th International scientific and practical conference – Eurasian scientific congress (May 17-19, 2020) Barca Academy Publishing, Barcelona, Spain. 2020. – с.714-720. 30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років Наукове консультування ТОВ «Горні машини – Дружівський машинобудівний завод», 2016 рік Науково консультування ПАТ «НКМЗ», протягом 2016-2017 років. Наукове консультування ПАТ «ЕМСС», 2019 рік.
25775	Шевченко Олена Олександрівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Донбаська державна машинобудівна академія, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом	19	Рекламний менеджмент	30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection 1. Diagnostics of systemic

				магістра, Донбаська державна машинобудівн а академія, рік закінчення: 2020, спеціальність: 281 Публічне управління та адмініструванн я, Диплом доктора наук ДД 008467, виданий 23.04.2019, Диплом кандидата наук ДК 050114, виданий 08.10.2008, Атестат доцента 12ДЦ 033423, виданий 25.01.2013		risk impact on the enterprise capacity for financial risk neutralization: the case of Ukrainian metallurgical enterprises / Kolupaieva I., Pustovhar S., Suprun O., Shevchenko O. // OeconomiaCopernicana . – 2019. – Vol. 10, Issue 3. – PP. 471-491. (закордонне видання, Міжнародна наукометрична база Web of science).Print version ISSN 2083- 1277, e-version ISSN 2353-1827, DOI: 10.24136 h-index 12 Web of Science, http://economic-research.pl/Journals/index.php/oc/article/view/1719/1608 2. Justification of scenarios of state regulatory policy of Ukraine / Kolupaieva I. Shevchenko O. // Proceedings of the International conference of Innovation in Science and Education, March 20-22, 2019, Prague Czech Republic. (закордонне видання, Міжнародна наукометрична база Web of science) file:///C:/Documents%20and%20Settings/User/%Do%9C%Do%BE%Do%B8%20%Do%B4%Do%BE%Do%BA%D1%83%Do%BC%Do%B5%Do%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/1357-Article%20Text-3268-3-10-20191023.pdf 3. Kolupaieva I., Shevchenko O., Mytsenko I., Borysova A. Analysis of migration processes and assessment of their impact on the development of international money transfers of Ukraine // European Financial Systems 2019. Proceedings of the 16th International Scientific Conference, Brno: Masaryk University, 2019, ISBN 978-80- 210-9337-1 (for print version Proceeding), ISBN 978-80-210- 9338-6 (for on-line version Proceeding). (закордонне видання, Міжнародна наукометрична база Web of science.). https://is.muni.cz/do/econ/sborniky/2019/Proceedings_final.pdf
--	--	--	--	--	--	--

							4. IDEFO-Technology of Modeling of Processes of Minimization the Resistance of the Personnel to Organizational Changes at the Enterprise / Stashkevych I., Turlakova S., Shevchenko O., Derzhevetska M. // Wseas transactions of Environment and development. 2020. Vol. 16. PP. 286-296. E-ISSN: 224-3496. DOI: 10.37394/232015.2020.16.30. Міжнародна наукометрична база Scopus. 30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України 1. Шевченко О. О., Борисполець А.В., Новік Г.М. Механізм захисту як складник соціальної політики держави. Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Економіка (Index Copernicus, Research Bible, РІНЦ). 2020. Т. 25. Вип. 3 (82). С. 8-12. (0,7 др. арк.) 2. Шевченко О. О., Кершев В.А., Лашина І.С. Концепція соціального захисту населення: парадигмальні засади змін. Вчені записки Таврійського нац. ун-ту імені В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління». 2020. Том 31 (70). № 4. С. 57-62. 3. Шевченко О. О. Теоретико-методологічні засади аналізу еволюції господарських систем. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки» (Index Copernicus). 2016. Вип. 17. С. 14-17. (0,5 др. арк.) 4. Шевченко О. О. Імперативи розвитку господарських систем сучасного світу. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. (Index Copernicus). 2015. № 4 (11). С. 102-107. (0,5 др. арк.)
--	--	--	--	--	--	--	---

5. Шевченко О. О. Особливості модернізації господарської системи суспільства (протягом ХХ ст.). Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки (Research Bible, РІНЦ). 2015. № 2. С. 12-19. (0,8 д. а.)
6. Шевченко О. О. Категория «господарська система»: теоретико-дефінітивна експозиція в економічній думці. Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Економіка (Research Bible, РІНЦ). 2016. Т. 21. Вип. 2. С. 8-12. (0,7 др. арк.)
7. Шевченко О. О. Адаптація національної господарської системи до процесів глобалізації. Економічний вісник Донбасу (Research Bible, РІНЦ). – 2016. – № 3 (45). – С. 94-98. (0,7 др. арк.)
8. Шевченко О. О. Розвиток структури господарської системи: системно-синергетичний аналіз підсистем. Бізнес-Інформ (Ulrichsweb™, RePec, РІНЦ, Index Copernicus, Directory of Open Access Journals, Cite Factor, Academic Journals Database, SIS, Advanced Science Index, Open Academic Journals Index, Get Info, Bielefeld Academic Search Engine, Info Base Index, Open Airei Open AIREplus, WorldCat, Serials Union Catalogue, COPAC, Socionet, Open Access Library, J-Gate, Google Scholar, Research Bib). 2016. № 4. С. 14-20. (0,8 др. арк.)
9. Шевченко О. О. Цивілізаційна парадигма дослідження генези господарської системи. Глобальні та національні проблеми економіки (Index Copernicus). 2017. Вип. 15. URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/4.pdf> (дата звернення: 29.04.2017) (0,7 др.

							арк.) 10. Шевченко О. О. Національна господарська система: проблеми та перспективи розвитку в сучасних умовах. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент» (Index Copernicus). 2017. № 27. С. 17-19. (0,5 др. арк.) 30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1. Shevchenko O. Development of the national economic system: architecture and inclusive issues. // New trends in the economic systems management in the context of modern global challenges: collective monograph. VUZF University of Finance, Business and Entrepreneurship. Sofia, 2020. 309 p. (особисто автору належить 0,8 др. арк. - gl. 1.3. Р. 31-40.) 2. Шевченко О.О. Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія] за заг. ред.. Мироненко Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280с. 3. Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник за заг.ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360с. 4. Шевченко О. О. Еволюція господарської системи: методологія аналізу у світовій економічній думці (кінець ХІХ – початок ХХІ ст.): монографія. Київ: «Центр учбової літератури», 2017. 304 с. (19 др. арк.). (Рецензії: Актуальні проблеми економіки. 2017. № 12. С. 63-65; Бізнес-Інформ. 2017. № 12. С. 469-470.) 5. Шевченко О.О., Познякова О.О. Державна політика соціального забезпечення: регуляторні впливи та
--	--	--	--	--	--	--	---

							правовий концепт: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури. 2020. 320 с. (15 др.арк.) 6. Шевченко О.О. Трансформаційні перетворення господарської системи в контексті глобалізаційних змін: еволюція та управління: монографія / за заг. ред. Мироненка Є. В. Київ: «Центр учбової літератури», 2017. 272 с. (автору належить 4,8 др. арк. - С. 5-16, 31-51, 78-94.) 7. Shevchenko E. A. Transformational conversion of the economic system in the context of globalization changes: evolution and management // Socio-economic problems of management: Collective monograph. Thorpe-Bowker, Melbourne, Australia, 2015. 324 p. особисто автору належить 0,8 д. а. - г. 1.5. Р. 44-52.) 8. Shevchenko E. A. Specificity of the modern paradigm of theoretical studies of the economic system in the context of globalization // Problems of social and economic development of business: collective monograph. Publishing house "BREEZE", Montreal, Canada, 2014. 408 p. (особисто автору належить 0,8 др. арк. - gl. 2.9. Р. 199-204.) 9. Шевченко О.О. Історія економіки та економічної думки: сучасні економічні теорії. Київ: Центр учбової літератури. 2019. 288 с. (Гриф МОНУ: лист № 1/ П – 11909 від 23.12.2010 р., 14 др. арк.) 10. Шевченко О.О. Міжнародна економіка. Краматорськ: ДДМА. 2012. 376 с. (Гриф МОНУ: лист № 1/ П – 10923 від 22.11.2011р., 21,9 др. арк.). 30.8 виконання функцій наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії наукового видання, включеного
--	--	--	--	--	--	--	--

							до переліку наукових фахових видань України, або іноземного рецензованого наукового видання член редакційної колегії збірника наукових праць «Історія народного господарства та економічної думки України» ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України» ISSN 2522-4271 (Online), ISSN 0320-4421 (Print) Керівник НДР ДК-09-2019 «Механізми регулювання соціально-економічної політики держави в умовах постконфліктного відновлення» (ДР №0119U103842) Відповідальний виконавець НДР ДК 05-2020 «Стратегічні імперативи менеджменту» (ДР № 0120U104003) Відповідальний виконавець НДР ДК 03-2017 «Управління бізнесом в умовах транзитивної економіки України» (ДР №0117U007403) 30.10 організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/ інституту/ факультету/ відділення (наукової установи)/ філії/ кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/ відділу (наукової установи)/ навчально-методичного управління (відділу)/ лабораторії/ іншого навчально-наукового (інноваційного) структурного підрозділу/ вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/ відповідального секретаря приймальної комісії та його заступника секретар вченої ради факультету економіки та менеджменту (2014-2019рр.), заступник відповідального секретаря приймальної комісії ДДМА (2017-2019 рр.)
--	--	--	--	--	--	--	--

							30.11 участь у атестації наукових працівників як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради (не менше трьохразових спеціалізованих вчених рад) заступник голови спеціалізованої вченої ради Д 12.105.03 у Донбаській державній машинобудівній академії, спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним господарством (наказ МОНУ № 1301 від 15.10.2019) 30.15 наявність науково-популярних та / або консультаційних (дорадчих) та / або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Shevchenko O. O. Modern economic thought on economic system. Modernization of socio-economic system: the new economic conditions: International Scientific Conference, Conference Proceedings, September 28th, 2016, Kielce, Poland: Baltija Publishing, 216 p. p. 4-6. (0,3 др. арк.) 2. Шевченко О. О. Неоліберальний напрям економічних досліджень про розвиток господарства: специфіка теоретичного і методологічного аналізу. Сучасні наукові підходи до вдосконалення політики економічного зростання: зб. матеріалів доп. учасн. Міжнародної науково-практичної конференції, Ужгород, 5-6 травня 2017 року. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2017. С. 14-17. (0,3 др. арк.) 3. Шевченко О. О. Проблеми розвитку економічної системи у працях К.Маркса та представників неокласичного напряму економічної думки. Економічна
--	--	--	--	--	--	--	---

							спадщина К.Маркса: погляд через призму століть: зб. матеріалів доп. учасн. Всеукраїнського Круглого столу, Київ, 25 квітня 2018 року. Київ: КНЕУ, 2018. С. 103-104. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/Kaf+istorii+ta+teorii+gospodarstva/212121ZbD196rnik28A529-verstka_Marks__2018.pdf (дата звернення: 19.05.2018) (0,2 др. арк.) 4. Shevchenko E. A. Civilizational paradigm as a basis for the study of the economic system of society. Economics, management, law: problems and prospects: Collection of scientific articles. Vol. 1. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2015. P. 145-148. (0,4 др. арк.) 5. Шевченко О.О. Інклюзивне зростання як основа формування сучасної національної моделі господарської системи. Генерування інновацій інклюзивного розвитку: національний, регіональний, міжнародний вимір: зб. матеріалів доп. учасн. Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 4-5 жовтня 2018 р. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. С. 97-99. (0,3 др. арк.) 6. Diagnostics of system risk impact on the enterprise capacity for financial risk neutralization / Kolupaieva I., Pustovhar S., Suprun O., Shevchenko O. 10th International conference on applied economics «Contemporary issues in economy»: Abstract book edited by Adam P. Balcerzak Ilona Pietryka, Toruń, Poland 27-28 June 2019. – P. 135. (0,3 др. арк.) 7. Shevchenko O. O. Genesis of the modern model of functioning of global economy. Стратегічний потенціал державного та територіального розвитку: зб. матеріалів доп. учасн.
--	--	--	--	--	--	--	---

							III Міжнародної науково-практичної конференції, Маріуполь, 9-10 жовтня 2019 р. Маріуполь, Кривий Ріг: вид-во Р.К. Козлов, 2019. – 405 с. С. 42-43. (0,3 др. арк.) 8. Shevchenko O.O. National economic development model^ conceptual fundamentals of social security. 30.16 участь у професійних об'єднаннях за спеціальністю Член Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація економістів-міжнародників»
115082	Фоміченко Інна Петрівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Донбаська державна машинобудівна академія, рік закінчення: 1999, спеціальність: Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 054178, виданий 08.07.2009, Аттестат доцента 12ДЦ 029199, виданий 23.12.2011	20	Стратегічний маркетинг	30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection 1. Фоміченко І.П. Управлінські технології комунікативного менеджменту / І.П. Фоміченко, Є.В. Болотіна Є.В., В.О. Шашко // «Бізнес Інформ» Харківського національного економічного університету». – Харків: ХНЕУ, 2018. – № 9 (488). – С. 212-219. Ulrichsweb Global Serials Directory (CIIA), Research Papers in Economics (CIIA), Російський індекс наукового цитування (Росія), Index Copernicus (Польща), Directory of Open Access Journals, CiteFactor (CIIA), Academic Journals Database (Швейцарія), Scientific Indexing Services, Advanced Science Index, Open Academic Journals Index, GetInfo (Німеччина), BASE (Німеччина), InfoBase Index, OpenAIRE (Європейський Союз), WorldCat, SUNCAT Union Catalogue (Велика Британія), COPAC Union Catalogue (Велика Британія), Соціонет (Росія), J-Gate (Індія), Академия Google

302 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України

1. Fomichenko I. The influence of financial decentralization on the restoration of the economy of Donbass// I.Fomichenko, Barkova S // Economsc Herald of the Donbas. – Київ, 2018. - № 4 (54) – С. 12 – 18.
2. Фоміченко І.П., Баркова С.О., Дудченко М.П. Чинники впливу на конкурентоспроможність малих і середніх підприємств Донецького регіону. // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії: науковий журнал. – Запоріжжя: ЗДІА, 2018. – № 5 (17). – С. 142 – 145.
3. Фоміченко І.П., Баркова С.О. Вплив інтеграційних процесів ЄС на стратегічний розвиток України в умовах глобалізації. // Управління економікою: теорія та практика. Сьомі Чумаценківські читання: зб. наук. праць/ НАН України, Ін.-т економіки пром-сті; редкол.: О.І. Амоша, – Київ, 2018. – С. 73–83.
4. Фоміченко І.П.,

							Болотіна Є.В., Шашко В.О. Управлінські технології комунікативного менеджменту / І.П. Фоміченко // «Бізнес Інформ» Харківського національного економічного університету». – Харків: ХНЕУ, 2018. – № 9 (488). – С. 212-219. 5. Fomichenko I., Barkova S. Internet marketing as the development of industrial enterprises in modern economic conditions // Economsc Herald of the Donbas. – Київ, 2019. - № 4 (58). – С. 124-122. 30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1. Стратегічне управління підприємством: Навч. Посібник/ Є.В. Мироненко, І.П., І.П. Фоміченко, А.В. Остафійчук – Краматорськ.:ДДМА, 2011. –278с. (Гриф надано МОН України (лист № 1/ II – 4939 від 10.06.2010р.) ISBN 978-966-379-503-4 2. Фоміченко І.П. Стимулювання праці персоналу корпоративного підприємства. Аудит управлінської діяльності: адміністративного менеджменту, бізнес-адміністрування, корпоративного управління, менеджменту підприємства (показники оцінки результатів, їх облік та прогнозування): монографія/ за заг. ред. д-ра економ. наук, проф. В.Я. Нусінова. – Кривий Ріг: Вид. Р.А. Козлов, 2016. – 311 с.: ил., табл. ISBN 978-617-7104-71-0 (особистий внесок 189-201). 3. Fomichenko I.P. Management of information support processes of enterprises of the corporate structure in terms of transitive economy. National economic Development and Modernization: experience of Poland and prospects for Ukraine – Collective
--	--	--	--	--	--	--	--

						monograph. – Vol. 2 Poland: “Izdevnieciba “Baltija”, 2017. – 348p.: ISBN 978-9934-8643- 4-6 (особистий внесок 232-246). 4. Фоміченко І.П. Трансформаційні перетворення господарської системи в контексті глобалізаційних змін: еволюція та управління. [Монографія]/ [авт.кол.: Мironenko Є.В., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. Мironenko Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2017. – 272 с. 5. Fomichenko I.P. Menedgment of modern socio-economic system. – Collective monograph. – Vol.2. Lithuania: Izdenieciba «Baltija Publishing», 2017. – 260 p. (особистий внесок С. 51-65). ISBN 978-9934- 8643-5-3 6. Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія]/ [авт. кол.: Мironenko Є.В., Фоміченко І.П., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. Мironenko Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с. 7. Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник]/ [авт. кол.: Фоміченко І.П., Бурцева О.Є., Белікова О.Ю., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360 с. 30.9 керівництво школярем, який зайняв призове місце III-IV етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з базових навчальних предметів, II-III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідних робіт учнів-членів Національного центру “Мала академія наук України”, участь у журі олімпіад чи конкурсів “Мала академія наук України” Участь у журі конкурсів “Мала
--	--	--	--	--	--	--

							академія наук України” 30.10 організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/ інституту/ факультету/ відділення (наукової установи)/ філії/ кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/ відділу (наукової установи)/ навчально-методичного управління (відділу)/ лабораторії/ іншого навчально-наукового (інноваційного) структурного підрозділу/ вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/ відповідального секретаря приймальної комісії та його заступника В.о. завідувача кафедри «Менеджмент» 30.13 наявність виданих навчально-методичних посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/ рекомендацій загальною кількістю три найменування 1. Стратегічне управління підприємством: Навч. Посібник/ Є.В. Мироненко, І.П., І.П. Фомиченко, А.В. Остафійчук – Краматорськ.:ДДМА, 2011. –278с. (Гриф надано МОН України (лист № 1/ П – 4939 від 10.06.2010р.) ISBN 978-966-379-503-4 2. Організація підприємницької діяльності: методичні вказівки до виконання та захисту курсової роботи для студентів спеціальності 073 «Менеджмент». / І.П. Фоміченко, С.О. Баркова. – Краматорськ: ДДМА, 2018. – 13 с. 3. Стратегічний маркетинг: методичні вказівки до виконання та захисту курсової роботи для студентів
--	--	--	--	--	--	--	---

							спеціальності 075 «Маркетинг». / З.С. Каїра, І.П. Фоміченко, О.Є. Бурцева. – Краматорськ: ДДМА, 2018. – 25 с. 4. Стратегічний маркетинг: конспект лекцій/ І.П. Фоміченко – Краматорськ.:ДДМА, 2019. –86 с. 5. Промисловий маркетинг: теорія та практика: Навч. Посібник/ Фоміченко І.П., Бурцева О.Є., Мироненко Є.В., Белікова О.Ю., Баркова С.О.– К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360 с. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с. 6. Управління конкурентоспроможністю: Навч. Посібник (друге видання)/ І.П. Фоміченко, В.О. Шашко, Познякова О.В., Баркова С.О.– Краматорськ.:ДДМА, 2020. –230с. 30.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету/ журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/ проблемною групою, керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів та проєктів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проєктів, керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Параолімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу,
--	--	--	--	--	--	--	---

							Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України, виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту, виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань, керівництво спортивною делегацією, робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу. Рупенко Вікторія Сергіївна. - призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (2017р.); 30.15 наявність науково–популярних та / або консультаційних (дорадчих) та / або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Fomichenko I.P. To the question of managing regional marketing// I.Fomichenko, Barkova S // II International Scientific Conference The Modern Economic Research: Theory, Methodology, Practice: Conference Proceedings, September 27th, 2019. Kielce, Poland: Baltija Publishing. – С. 95-98. 2. Fomichenko I.P. To the question of managing regional marketing// I.Fomichenko, Barkova S // II International Scientific Conference The Modern Economic Research: Theory, Methodology, Practice: Conference Proceedings, September 27th, 2019. Kielce, Poland: Baltija Publishing. – С. 95-98. 3. Fomichenko I.P./ Information support of marketing decisions of modern industrial enterprises. // Formation of Knowledge Economy as the Basis for Information Society" [Proceedings papers of the 9th International
--	--	--	--	--	--	--	---

							Scientific Seminar] / by M.M.Iermoshenko, Z.B.Zhyvko etc. – Kyiv: IAIIS-NAM, 2020. – С. 21-24 p 4. Fomichenko I.P./Особливості створення маркетингової стратегії промислового підприємства в умовах інтеграції. // Фоміченко І.П., Баркова С.О., Хамілов К.О. // IV International Scientific-practical Conference Integration of Business Structures: Strategies and Technologies: Conference Proceedings, February 21th, 2020. Tbilisi, Georgia: Baltija Publishing.– С. 53-57 p. 5. Фоміченко І. П., Лобода Д. О., Николаєва Ю. В. Місце інновацій в розробці маркетингової стратегії підприємства/ I Міжнародна науково-практична конференція «WORLD SCIENCE: PROBLEMS, PROSPECTS AND INNOVATIONS» (1-3 жовтня) [сб.тез.]. - Торонто, Канада, 2020. 30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років Науково консультування ПАТ «НКМЗ», протягом 2017-2019 років. Наукове консультування ПАТ «ЕМСС», 2019 рік.
24274	Санталова Ганна Олександрівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет інтегрованих технологій і обладнання	Диплом кандидата наук ДК 052101, виданий 28.04.2009, Аттестат доцента 12ДЦ 042721, виданий 30.06.2015	26	Охорона праці в галузі та цивільний захист	30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection 1. KonovalovaS.A., AvdeenkoA.P., SantalovaA.A., PalamarchykG.V., D`yakonenkoV.V., ShishkinO.V. ReactionofN,N`-Disubstituted 1,4-BenzoguinoneDiimines withSodiumArenesulfonates // RJOС, 2015. Vol.51. No.1.P.42-50

							2. Konovalova S.A., Avdeenko A.P., Santalova A.A., Lysenko E.N., Burmistrov K.S. Reaction of N-Chloro-1,4-benzoquinone Imines with Thiols // RJOС, 2016, Vol.52. No.9. P.1287-1296. 3. Konovalova S.A., Avdeenko A.P., Santalova A.A., Palamarchyk G.V., Shishkina S.V. Reaction of Some N-Substituted 1,4-Benzoquinone Imines with Sodium Azide // RJOС, 2016, Vol.52. No.10. P.1408-1412. 30.2 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії Юсіна Г. Л. Правові питання охорони праці/ Г. Л. Юсіна, Г. О. Санталова. – Краматорськ : ДДМА, 2019. – 140 с. ISBN 978-966-379-922-3. 30.9 Керівництво школярем, який зайняв призове місце III—IV етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з базових навчальних предметів, II— III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів - членів Національного центру “Мала академія наук України”; участь у журі олімпіад чи конкурсів “Мала академія наук України” Участь у журі обласних олімпіад з хімії Накази обласного департаменту освіти та науки: - Наказ №565 від 26.12.2017 Про проведення III (обласного) етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад у 2017-2018 навчальному році; - Наказ №510 від 26.12.2016 р. Про проведення III (обласного) етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад у 2016-2017 навчальному році; - Наказ №375 від 30.12.2015 Про проведення III
--	--	--	--	--	--	--	---

							(обласного) етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад у 2015-2016 навчальному році; - Наказ №473/163-18- ОД від 27.12.2018 "Про проведення III етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з навчальних предметів у 2018/2019 навчальному році" Член журі I етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково- дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2017-2018 навчальному році», секція «Хімія». Місце проведення: м. Краматорськ, Донбаська державна машинобудівна академія. Член журі Регіонального конкурсу-захисту науково- дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2018-2019 навчальному році», секція «Хімія та екологія». Місце проведення: м. Краматорськ, Донбаська державна машинобудівна академія. 30.12 наявність не менше п'яти авторських свідоцтв та/або патентів загальною кількістю два досягнення 1. Коновалова С.О., Авдеєнко А.П., Холмовой Ю.П., Санталова Г.О. N-(4- оксоциклогекса-2,5- дієн-1-іліден)-2- арилацетаміди та N- (4-гідроскифеніл)-2- арилацетаміди. Патент України на корисну модель № 142479. Заявка від 21.11.2019. Опубл. 10.06.2020. Бюл. №11 2. Авдеєнко А.П., Санталова Г.О., Коновалова С.О., Холмовой Ю.П. Циклогекса-2,5-дієн- 1,4-діон-4-[S-(1н- бензімідазол{оксазол, тіазол}-2- іл)тіооксими] та циклогекса-2,5-дієн- 1,4-діон-4-[S-(4н-1, 2, 4-триазол-3- іл)тіооксими]. Патент України на корисну модель № 142480. Заявка від 21.11.2019.
--	--	--	--	--	--	--	--

						Опубл. 10.06.2020. Бюл. №11 3. Коновалова С.О., Авдеєнко А.П., Холмовой Ю.П., Санталова Г.О. N-(4-оксоциклогекса-2,5-дієн-1-іліден)-3-фенілпроп-2-єнамід та N-(4-гідроксифеніл)-3-фенілпроп-2-єнамід. Патент України на корисну модель № 142062. Заявка від 21.11.2019. Опубл. 12.05.2020. Бюл. № 9 4. Коновалова С.О., Авдеєнко А.П., Холмовой Ю.П., Санталова Г.О. N-(4-оксоциклогекса-2,5-дієн-1-іліден)-2-феноксіацетамід та N-(4-гідроксифеніл)-2-феноксіацетамід. Патент України на корисну модель № 142061. Заявка від 21.11.2019. Опубл. 12.05.2020. Бюл. № 9 5. Авдеєнко А.П., Санталова Г.О., Коновалова С.О., Марченко І.І. 2,5-Диметилциклогекса-2,5-дієн-1,4-діон-S-(етоксікарбонотіол)ті ооксим] та 2,6-диметилциклогекса-2,5-дієн-1,4-діон-4-[S-(етоксікарбонотіол)ті ооксим]. Патент України на корисну модель № 142249. Заявка від 21.12.2019. Опубл. 25.05.2020. Бюл. № 10. 30.13 наявність виданих навчально-методичних посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/ рекомендацій загальною кількістю три найменування - Організація самостійної роботи студентів з дисципліни «Безпека життєдіяльності». Методичні вказівки для студентів усіх спеціальностей денної та заочної форми навчання / Санталова Г.О., Краматорськ, ДДМА, 2015, 48 с. - Організація самостійної роботи студентів з дисципліни «Охорона праці». Методичні вказівки для студентів
--	--	--	--	--	--	--

							усіх спеціальностей денної форми навчання / Санталова Г.О., Краматорськ, ДДМА, 2016, 68 с. - Методичні вказівки: «Охорона праці: правові та організаційні питання» / укладачі Г. Л. Юсіна, Г. О. Санталова. – Краматорськ : ДДМА, 2018. – 134 с. - Актуальні проблеми застосування харчових добавок Конспект лекцій для студентів спеціальності 102 «Хімія» денної форми навчання / уклад. Г.О. Санталова. – Краматорськ : ДДМА, 2019. – 124 с. 30.15 наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій. - Санталова Г.О., Сімівол К. Застосування системи Moodle у навчальному процесі. XXXVII Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку». Тези доповідей. Переяслав-Хмельницький. 17.11.2017 р., Вип. 37, С. 221-223. - Санталова Г.О., Шматко В.А. Використання інформаційних технологій в навчальному процесі вищих навчальних закладів. Міжнародна наукова інтернет-конференція "Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення". Збірник тез доповідей. м. Тернопіль, 15.11.2017р., С. 16-18. - Санталова Г.О., Біленко С.А. Використання системи Moodle у навчальному процесі на заочно-дистанційній формі навчання. Всеукраїнська наукова інтернет-конференція
--	--	--	--	--	--	--	---

							«Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку». Тези доповідей. Переяслав-Хмельницький. 14.12.2018 р. Вип. 47, С. 303-304. - Санталова Г.О., Мирошниченко Е. Использование информационных технологий при подготовке студентов химических специальностей. Всеукраїнська наукова інтернет-конференція «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку». Тези доповідей. Переяслав-Хмельницький. 21.11.2019 р. Вип. 55, С. 74-76. - Санталова Г.О., Авдеєнко А.П., Коновалова С.О. Синтез и прогноз биологической активности циклогекса-2,5-диен-1,4-дион бис(Сарилтиооксимов). Міжнародна наукова інтернет-конференція «Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення (випуск 49)» / конференція Збірник тез доповідей: випуск 49 (м. Тернопіль, 10 червня 2020 р.). – Тернопіль. – 2020. – С. 97–98. - Санталова А.А., Авдеєнко А.П., Коновалова С.А. Производные бензохинондииминов. Синтез и биологическая активность. Інтеграція освіти, науки та бізнесу в сучасному середовищі: літні диспути: тези доповідей II Міжнародної науковопрактичної інтернет-конференції, 17–18 серпня 2020 р. – Дніпро, 2020. – С.426–427. 30.17 досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років Досвід практичної роботи за спеціальністю – 8 років 7 місяців: 03.2000–11.2004: Хімік-технолог НДС СДТЛ «Стома-
--	--	--	--	--	--	--	--

							технологія» (пр. № 8 від 10.03.2000) – стаж 4 роки 9 місяців; 01.01.05–31.10.08: Науковий співробітник науково-дослідницького сектору Кафедри Хімії та охорони праці Донбаської державної машинобудівної академії за сумісництвом, м. Краматорськ, Донецької обл. – стаж 3 роки 10 місяців.
364266	Белікова Олена Юріївна	Професор, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Донецька державна академія управління, рік закінчення: 1997, спеціальність:	О	Фінансовий менеджмент	30. наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України 1. Белікова О.Ю. Регуляторно-правовое обеспечение деятельности акционерных обществ: исторический фрагмент // Глобальні та національні проблеми економіки Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського Електронне наукове фахове видання випуск №16, Миколаїв, 2017 – с. 259-263 2. Белікова О.Ю. Системоутворюючі фактори функціонування підприємств акціонерної форми господарювання Причорноморські економічні студії, 2016. – випуск 5, С. 81-87. 3. Белікова О.Ю. Институциональный аспект развития акционерных обществ в рамках когнитивного анализа // international scientific conference Economy and society: modern foundation for human development LEIPZIG UNIVERSITY Faculty of economics and management science October 31th 2016 Part I Leipzig 272 pages 87-89 p. 4. Белікова О.Ю. Психологическая составляющая жизнедеятельности акционерной среды // international scientific conference: Innovative economy: processes, strategies, technologies

							STATE UNIVERSITY OF JAN KOCHANOWSKI Department for entrepreneurship and innovation January 27th 2017 Part I Kielce 196 pages 142-143 p. 5. Фоміченко І.П., Белікова О.Ю., Бурцева О.Є., Ніколаєва Ю.В. Тенденції розвитку цифрового маркетингу як інноваційного інструменту управління підприємствами// Вісник економічної науки України. Київ: Інститут економіки промисловості НАН України, 2020. № 2020 (2). С.134-140. 10. Белікова О.Ю., Бурцева О.Є., Хороших В.В. Вплив життєвого циклу товару промислового підприємства на формування його інноваційної стратегії// Економічний вісник Донбасу. Київ, 2020. № 3(61). С.139-148. 30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1. Финансовый менеджмент: учеб. пособие. – Макеевка : БСТ, 2001. – 116 с.; 2. Финансовый менеджмент : учеб. Пособие. – Донецк : Норд-Пресс, 2007. – 358 с. – (с грифом МОН Украины, письмо № 14/18- Г-127 от 23.01.2007 г.). 3. Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія] / [авт.кол.: Мironenko Є.В., Фоміченко І.П., Белікова О.Ю. та інші]. за заг. ред. Мironenko Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280с. 4. Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник / [авт.кол.: Белікова О.Ю., Фоміченко І.П., Шевченко О.О. та інші] за заг.ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360с.
--	--	--	--	--	--	--	--

							30.13 наявність виданих навчально-методичних посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/ рекомендацій загальною кількістю три найменування 1. Маркетинговий менеджмент: стислий конспект лекцій для здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» / О.Ю. Белікова, Шубна О.В. Краматорськ, ДДМА, 2020. 100 с. 2. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційних магістерських робіт здобувачами вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» / О.Ю. Белікова, О.Є. Бурцева, І.П. Фоміченко . Краматорськ, ДДМА, 2020. 50 с. 3. Робоча програма переддипломної практики здобувачами вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» / О.Ю. Белікова, О.Є. Бурцева, О.О. Кондратенко. Краматорськ, ДДМА, 2020. 40 с.
282491	Бурцева Олена Єгорівна	Докторант, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом кандидата наук ДК 021382, виданий 16.05.2014, Атестат доцента АД 000988, виданий 05.07.2018	21	Маркетинговий аудит	30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection 1. Chistiukhina, Yu. A., Burtseva O. E., Pypko S. O. Quantitative evaluation and directions of increasing the effectiveness of fiscal decentralization in Ukraine Scientific bulletin of Polissia, 2018, №1 (13). Vol. 2. PP. 118-128. DOI: 10.25140/2410-9576-2018-2-1(13)-118-128. URL: http://nvp.stu.cn.ua/ru/component/k2/item/936-chistiukhina-yu-a-burtseva-o-e-pypko-s-o-quantitative-evaluation-and-

							directions-of-increasing-the-effectiveness-of-fiscal-decentralization-in-ukraine.html 30.2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України 1. Бурцева О.Є. Аналіз маркетингового середовища фармацевтичної галузі України. Інституціональний вектор економічного розвитку / Institutional vector of economic development. – Мелітополь: МІДМУ «КПУ», 2015. – № 8(2). – С. 142 – 150 2. Бурцева О. Є. Планування та прогнозування як основа прийняття управлінських рішень: зміст, класифікації та порівняння / О. Є. Бурцева, Ю.Є.Пєфтієва // Бізнес-інформ. Економіка. Менеджмент і маркетинг. - № 11. – 2016. с. 392-397 3. Бурцева О.Є. Державна підтримка малого інноваційного бізнесу в Україні. Науковий журнал «Менеджер» [вісник ДонДУУ]. – Маріуполь : ДонДУУ, 2016. – 3(53). – С. 186-191. 4. Бурцева О.Є., Марина А.С. Фінансові аспекти функціонування системи соціального страхування на випадок безробіття. Зб.наук.праць ДонДУУ «Проблеми та перспективи забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку». Серія "Економіка". Т. XVIII, вип. 303. – Маріуполь, ДонДУУ, 2017. – с. 60-71 5. Бурцева О.Є., Власов О.О. Порівняльний аналіз податкових систем країн ЄС. Ефективна економіка. – 2017. – № 12. – Режим доступу до журналу: http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6011 6. Бурцева О.Є. Особливості формування
--	--	--	--	--	--	--	--

							соціально-орієнтованої економіки України як стратегічного вектору розвитку держави. Науковий журнал «Менеджер. Вісник Донецького державного . – Маріуполь : ДонДУУ, 2018. – 4(81). – С. 129-135. 7. Касьянюк С.В., Бурцева О.Є., Підгора Є.О. Оцінка та управління експортним потенціалом товарної продукції металургійних підприємств України. Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. №1 (20), 2019. С.144-152. https://doi.org/10.31474/1680-0044-2019-1(20)-144-152 8. Бурцева О.Є., Радченко Г.А., Сібрук В.Л. Маркетинговий потенціал в системі інноваційного розвитку національної економіки. Проблеми системного підходу в економіці. НАУ. Випуск 4 (78), 2020. С.162-169 https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-4-22 9. Фоміченко І.П., Белікова О.Ю., Бурцева О.Є., Ніколаєва Ю.В. Тенденції розвитку цифрового маркетингу як інноваційного інструменту управління підприємствами// Вісник економічної науки України. Київ: Інститут економіки промисловості НАН України, 2020. № 2020 (2). С.134-140. 10. Белікова О.Ю., Бурцева О.Є., Хороших В.В. Вплив життєвого циклу товару промислового підприємства на формування його інноваційної стратегії// Економічний вісник Донбасу. Київ, 2020. № 3(61). С.139-148. 11. Серeda Н. М., Бурцева О. Є., Фоміченко І. П. Маркетингові аспекти корпоративної соціальної відповідальності компанії // Міжнародний науковий журнал
--	--	--	--	--	--	--	--

							"Інтернаука". Серія: "Економічні науки". - 2020. - №9. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-9-6283 30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1. Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія]/ [авт. кол.: МIRONENKO Є.В., Фоміченко І.П., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. МIRONENKO Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с. 2. Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник]/ [авт. кол.: Фоміченко І.П., Бурцева О.Є., Белікова О.Ю., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360 с. 3. В.Л. Пілюшенко, Н.М. Ткачова, О.Є. Бурцева та інші. Основи маркетингу: навчальний посібник. Донецьк: «ВІК», 2010. 309с. 30. 8 виконання функцій наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/ члена редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України, або іноземного рецензованого наукового видання Відповідальний виконавець наукової теми Дк-06-2020 Маркетинговий механізм управління розвитком промислового регіону: інноваційні підходи. Державний реєстраційний номер 0120U104007. 30.10 організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/ інституту/ факультету/
--	--	--	--	--	--	--	---

						відділення (наукової установи)/ філії/ кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/ відділу (наукової установи)/ навчально-методичного управління (відділу)/ лабораторії/ іншого навчально-наукового (інноваційного) структурного підрозділу/ вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/ відповідального секретаря приймальної комісії та його заступника В.о. завідувача кафедри обліку, фінансів та економічної безпеки ДВНЗ «Донецький національний технічний університет» м.Покровськ 30.11 участь атестації наукових працівників як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради (не менше трьохразових спеціалізованих вчених рад) 2016р.: офіційний опонент кандидатської дисертації Сасенко О.М. на тему «Стратегія економічного розвитку фармацевтичної галузі»; офіційний опонент кандидатської дисертації Ахунзянова О.В. на тему «Розвиток малого підприємництва в структурі національної інноваційної системи України». 2018р.: офіційний опонент кандидатської дисертації Поленнікова М.О. на тему «Формування державної стратегії соціально-орієнтованого економічного розвитку національної економіки». 2019р.: офіційний опонент кандидатської дисертації Кухно С.А. на тему «Формування
--	--	--	--	--	--	---

							конкурентоспроможності гірничо-металургійного комплексу України в умовах глобалізації». 30.13 наявність виданих навчально-методичних посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/ рекомендацій загальною кількістю три найменування 1. Промисловий маркетинг: теорія та практика: Навч. Посібник/ Фоміченко І.П., Бурцева О.Є., Мироненко Є.В., Белікова О.Ю., Баркова С.О.– – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360 с. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с. 2. Товарно-інноваційна політика підприємства: Навч. Посібник. О.Є. Бурцева– Краматорськ.:ДДМА, 2020. –164с. 3. Практикум з дисципліни «Маркетинговий аудит». О.Є. Бурцева. Краматорськ: ДДМА, 2020.-53с. 30.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету/ журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/ проблемною групою, керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів та проєктів, робота у складі організаційного комітету або у складі
--	--	--	--	--	--	--	---

							журі міжнародних мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проєктів, керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Параолімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України, виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту, виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань, керівництво спортивною делегацією, робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу. Мась Роман Віталійович – переможець I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Фінанси», яка відбувалася на базі ДВНЗ ДонНТУ січень 2018 року Мась Роман Віталійович – переможець II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Фінанси», яка відбувалася на базі ДВНЗ Придніпровська державна академія будівництва та архітектури 23-25 травня 2018 року (диплом 3 ступеня) 30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років Науково консультування ТОВ «ГИАДА», протягом 2018-2019, 2019-2020 років.
282491	Бурцева Олена Єгорівна	Докторант, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом кандидата наук ДК 021382, виданий 16.05.2014, Атестат доцента АД	21	Медіапланування	30.1 наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз,

000988,
виданий
05.07.2018

рекомендованих
МОН, зокрема Scopus
або Web of Science
Core Collection
1. Chistiukhina, Yu. A.,
Burtseva O. E., Pypko
S. O. Quantitative
evaluation and
directions of increasing
the effectiveness of
fiscal decentralization
in Ukraine Scientific
bulletin of Polissia,
2018, №1 (13). Vol. 2.
PP. 118-128. DOI:
10.25140/2410-9576-
2018-2-1(13)-118-128.
URL:
[http://nvp.stu.cn.ua/ru/
/component/k2/item/9
36-chistiukhina-yu-a-
burtseva-o-e-pypko-s-
o-quantitative-
evaluation-and-
directions-of-
increasing-the-
effectiveness-of-fiscal-
decentralization-in-
ukraine.html](http://nvp.stu.cn.ua/ru/component/k2/item/936-chistiukhina-yu-a-burtseva-o-e-pypko-s-o-quantitative-evaluation-and-directions-of-increasing-the-effectiveness-of-fiscal-decentralization-in-ukraine.html)

30.2 наявність не
менше п'яти наукових
публікацій у наукових
виданнях, включених
до переліку наукових
фахових видань
України
1. Бурцева О.Є. Аналіз
маркетингового
середовища
фармацевтичної
галузі України.
Інституціональний
вектор економічного
розвитку / Institutional
vector of economic
development. –
Мелітополь: МІДМУ
«КІПУ», 2015. – №
8(2). – С. 142 – 150
2. Бурцева О. Є.
Планування та
прогнозування як
основа прийняття
управлінських рішень:
зміст, класифікації та
порівняння / О. Є.
Бурцева,
Ю.Є.Пєфтієва //
Бізнес-інформ.
Економіка.
Менеджмент і
маркетинг. - № 11. –
2016. с. 392-397
3. Бурцева О.Є.
Державна підтримка
малого інноваційного
бізнесу в Україні.
Науковий журнал
«Менеджер» [вісник
ДонДУУ]. – Маріуполь
: ДонДУУ, 2016. –
3(53). – С. 186-191.
4. Бурцева О.Є.,
Марина А.С. Фінансові
аспекти
функціонування
системи соціального
страхування на
випадок безробіття.
36.наук.праць

ДонДУУ «Проблеми та перспективи забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку». Серія "Економіка". Т. XVIII, вип. 303. – Маріуполь, ДонДУУ, 2017. – с. 60-71

5. Бурцева О.Є., Власов О.О. Порівняльний аналіз податкових систем країн ЄС. Ефективна економіка. – 2017. – № 12. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.ua.com.ua/?op=1&z=6011>

6. Бурцева О.Є. Особливості формування соціально-орієнтованої економіки України як стратегічного вектору розвитку держави. Науковий журнал «Менеджер. Вісник Донецького державного . – Маріуполь : ДонДУУ, 2018. – 4(81). – С. 129-135.

7. Касьянюк С.В., Бурцева О.Є., Підгора Є.О. Оцінка та управління експортним потенціалом товарної продукції металургійних підприємств України. Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. №1 (20), 2019. С.144-152. [https://doi.org/10.31474/1680-0044-2019-1\(20\)-144-152](https://doi.org/10.31474/1680-0044-2019-1(20)-144-152)

8. Бурцева О.Є., Радченко Г.А., Сібрук В.Л. Маркетинговий потенціал в системі інноваційного розвитку національної економіки. Проблеми системного підходу в економіці. НАУ. Випуск 4 (78), 2020. С.162-169 <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-4-22>

9. Фоміченко І.П., Белікова О.Ю., Бурцева О.Є., Ніколаєва Ю.В. Тенденції розвитку цифрового маркетингу як інноваційного інструменту управління підприємствами// Вісник економічної науки України. Київ: Інститут економіки промисловості НАН

						України, 2020. № 2020 (2). С.134-140. 10. Белікова О.Ю., Бурцева О.Є., Хороших В.В. Вплив життєвого циклу товару промислового підприємства на формування його інноваційної стратегії// Економічний вісник Донбасу. Київ, 2020. № 3(61). С.139-148. 11. Серета Н. М., Бурцева О. Є., Фоміченко І. П. Маркетингові аспекти корпоративної соціальної відповідальності компанії // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". - 2020. - №9. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-9-6283 30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1. Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія]/ [авт. кол.: Мироненко Є.В., Фоміченко І.П., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. Мироненко Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с. 2. Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник/ [авт. кол.: Фоміченко І.П., Бурцева О.Є., Белікова О.Ю., Шевченко О.О., и др.]. за заг. ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360 с. 3. В.Л. Пілюшенко, Н.М. Ткачова, О.Є. Бурцева та інш. Основи маркетингу: навчальний посібник. Донецьк: «ВІК», 2010. 309с. 30. 8 виконання функцій наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/ члена редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових
--	--	--	--	--	--	---

							фахових видань України, або іноземного рецензованого наукового видання Відповідальний виконавець наукової теми Дк-06-2020 Маркетинговий механізм управління промислового регіону: інноваційні підходи. Державний реєстраційний номер 0120U104007. 30.10 організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/ інституту/ факультету/ відділення (наукової установи)/ філії/ кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/ відділу (наукової установи)/ навчально-методичного управління (відділу)/ лабораторії/ іншого навчально-наукового (інноваційного) структурного підрозділу/ вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/ відповідального секретаря приймальної комісії та його заступника В.о. завідувача кафедри обліку, фінансів та економічної безпеки ДВНЗ «Донецький національний технічний університет» м.Покровськ 30.11 участь атестації наукових працівників як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради (не менше трьохразових спеціалізованих вчених рад) 2016р.: офіційний опонент кандидатської дисертації Саєнко О.М. на тему «Стратегія розвитку фармацевтичної галузі»; офіційний опонент кандидатської дисертації Ахунзянова
--	--	--	--	--	--	--	---

							О.В. на тему «Розвиток малого підприємництва в структурі національної інноваційної системи України». 2018р.: офіційний опонент кандидатської дисертації Поленнікова М.О. на тему «Формування державної стратегії соціально-орієнтованого економічного розвитку національної економіки». 2019р.: офіційний опонент кандидатської дисертації Кухно С.А. на тему «Формування конкурентоспроможності гірничо-металургійного комплексу України в умовах глобалізації». 30.13 наявність виданих навчально-методичних посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/ рекомендацій загальною кількістю три найменування 1. Промисловий маркетинг: теорія та практика: Навч. Посібник/ Фоміченко І.П., Бурцева О.Є., Мironenko Є.В., Белікова О.Ю., Баркова С.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360 с. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280 с. 2. Товарно-інноваційна політика підприємства: Навч. Посібник. О.Є. Бурцева– Краматорськ.:ДДМА, 2020. –164с. 3. Практикум з дисципліни «Маркетинговий аудит». О.Є. Бурцева. Краматорськ: ДДМА, 2020.-53с. 30.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або
--	--	--	--	--	--	--	---

							робота у складі організаційного комітету/ журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/ проблемною групою, керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів та проєктів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проєктів, керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Параолімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України, виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту, виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань, керівництво спортивною делегацією, робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу. Мась Роман Віталійович – переможець I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Фінанси», яка відбувалася на базі ДВНЗ ДонНТУ січень 2018 року Мась Роман Віталійович – переможець II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Фінанси», яка відбувалася на базі ДВНЗ Придніпровська державна академія
--	--	--	--	--	--	--	---

						будівництва та архітектури 23-25 травня 2018 року (диплом 3 ступеня)
						30.18 наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років Науково консультування ТОВ «ГИАДА», протягом 2018-2019, 2019-2020 років.
364266	Белікова Олена Юріївна	Професор, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Донецька державна академія управління, рік закінчення: 1997, спеціальність:	о	Маркетинговий менеджмент
						30. 2 наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України 1. Белікова О.Ю. Регуляторно-правовое обеспечение деятельности акционерных обществ: исторический фрагмент // Глобальні та національні проблеми економіки Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського Електронне наукове фахове видання випуск №16, Миколаїв, 2017 – с. 259-263 2. Белікова О.Ю. Системоутворюючі фактори функціонування підприємств акціонерної форми господарювання Причорноморські економічні студії, 2016. – випуск 5, С. 81-87. 3. Белікова О.Ю. Институциональный аспект развития акционерных обществ в рамках когнитивного анализа // international scientific conference Economy and society: modern foundation for human development LEIPZIG UNIVERSITY Faculty of economics and management science October 31th 2016 Part I Leipzig 272 pages 87-89 p. 4. Белікова О.Ю. Психологическая составляющая жизнедеятельности акционерной среды // international scientific conference: Innovative economy: processes, strategies, technologies STATE UNIVERSITY OF JAN KOCHANOWSKI

							Department for entrepreneurship and innovation January 27th 2017 Part I Kielce 196 pages 142-143 p. 5. Фоміченко І.П., Белікова О.Ю., Бурцева О.Є., Ніколаєва Ю.В. Тенденції розвитку цифрового маркетингу як інноваційного інструменту управління підприємствами// Вісник економічної науки України. Київ: Інститут економіки промисловості НАН України, 2020. № 2020 (2). С.134-140. 10. Белікова О.Ю., Бурцева О.Є., Хороших В.В. Вплив життєвого циклу товару промислового підприємства на формування його інноваційної стратегії// Економічний вісник Донбасу. Київ, 2020. № 3(61). С.139-148. 30.3 наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії 1. Финансовый менеджмент: учеб. пособие. – Макеевка : БСТ, 2001. – 116 с.; 2. Финансовый менеджмент : учеб. Пособие. – Донецк : Норд-Пресс, 2007. – 358 с. – (с грифом МОН Украины, письмо № 14/18- Г-127 от 23.01.2007 г.). 3. Управління бізнесом: структурні зміни, маркетингові та правові аспекти [Монографія] / [авт.кол.: МIRONENKO Є.В., Фоміченко І.П., Белікова О.Ю. та інші]. за заг. ред.. МIRONENKO Є.В. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 280с. 4. Маркетинг: теорія та практика: Комплексний навчальний посібник / [авт.кол.: Белікова О.Ю., Фоміченко І.П., Шевченко О.О. та інші] за заг.ред. д.е.н. Шевченко О.О. – К.: «Центр учбової літератури», 2020. – 360с. 30.13 наявність виданих навчально-методичних
--	--	--	--	--	--	--	--

						посібників/ посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/ практикумів/ методичних вказівок/ рекомендацій загальною кількістю три найменування 1. Маркетинговий менеджмент: стислий конспект лекцій для здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» / О.Ю. Белікова, Шубна О.В. Краматорськ, ДДМА, 2020. 100 с. 2. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційних магістерських робіт здобувачами вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» / О.Ю. Белікова, О.Є. Бурцева, І.П. Фоміченко . Краматорськ, ДДМА, 2020. 50 с. 3. Робоча програма переддипломної практики здобувачами вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» / О.Ю. Белікова, О.Є. Бурцева, О.О. Кондратенко. Краматорськ, ДДМА, 2020. 40 с.
--	--	--	--	--	--	--

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
ПРН 6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.	☒	Медіапланування	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захист індивідуальних робіт.

ПРН 4 Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	☒	Медіапланування	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захист індивідуальних робіт.
ПРН 3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності	☒	Медіапланування	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захист індивідуальних робіт.
ПРН 16 Консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку промислових підприємств	☒	Міжнародний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 14 Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	☒	Міжнародний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</i>	☒	Міжнародний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 9 Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</i>	☒	Міжнародний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			(навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними</i>	☒	Міжнародний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 16 Консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку промислових підприємств</i>	☐	Управління конкурентоспроможністю	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія,	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 14 Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</i>	☒	Управління конкурентоспроможністю	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 13 Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання</i>	☒	Управління конкурентоспроможністю	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 2 Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</i>	☒	Управління конкурентоспроможністю	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 15 Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</i>	☒	Інформаційно-комунікаційні технології	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія,	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 14 Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку</i>	☒	Інформаційно-комунікаційні технології	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 13 Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</i>	☒	Інформаційно-комунікаційні технології	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 9 Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень</i>	☒	Інформаційно-комунікаційні технології	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, практичні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 17. Знати психологічні методи та прийоми, що застосовуються у сфері маркетингового управління, та використовувати</i>	☐	Психологічні технології роботи з персоналом	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (розповідь, лекція, бесіда,	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

набуті знання для оцінки об'єктивних факторів оточення, створення умов щодо генерування нових ідей у мінливому бізнес-середовищі та вирішення актуальних маркетингових завдань			робота з підручником; ілюстрування ,демонстрування,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія,, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента;); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
ПРН 14 Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку	☒	Психологічні технології роботи з персоналом	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування ,демонстрування,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія,, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента;); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 8 Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	☒	Психологічні технології роботи з персоналом	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування ,демонстрування,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія,, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента;); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий); практичні методи	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</i>	☒	Психологічні технології роботи з персоналом	Пояснювально- ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально- пізнавальної діяльності (розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування , демонстрування,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія,, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента;); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 12 Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм</i>	☒	Інвестиційний менеджмент	Пояснювально- ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально- пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 7 Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</i>	☒	Інвестиційний менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, лабораторні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, лабораторні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 8 Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</i>	☒	Медіапланування	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захист індивідуальних робіт.
<i>ПРН 6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</i>	☒	Інвестиційний менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 14 Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</i>	☒	Медіапланування	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захист індивідуальних робіт.
<i>ПРН 1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</i>	☒	Дипломування	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення кваліфікаційної роботи у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумкове оцінювання з урахуванням публічного захисту
<i>ПРН 3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності</i>	☒	Цифровий маркетинг	Пояснювально-ілюстративний метод, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування..
<i>ПРН 15. Збирати</i>	☒	Стратегічний	Пояснювально-	Бали за змістовне

необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.		маркетинг	ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	наповнення, оформлення курсової роботи у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумкове оцінювання з урахуванням захисту
ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.	☒	Стратегічний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення курсової роботи у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумкове оцінювання з урахуванням захисту
ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	☒	Стратегічний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення	Бали за змістовне наповнення, оформлення курсової роботи у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумкове оцінювання з урахуванням захисту

			ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	
<i>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</i>	☒	Стратегічний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення курсової роботи у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумкове оцінювання з урахуванням захисту
<i>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності</i>	☒	Стратегічний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних	Бали за змістовне наповнення, оформлення курсової роботи у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумкове оцінювання з урахуванням захисту

<i>ПРН 16</i> Консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку промислових підприємств	☐	Дипломування	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення кваліфікаційної роботи у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумкове оцінювання з урахуванням публічного захисту
<i>ПРН 12</i> Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм	☒	Дипломування	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення кваліфікаційної роботи у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумкове оцінювання з урахуванням публічного захисту
<i>ПРН 11</i> Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	☒	Дипломування	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності	Бали за змістовне наповнення, оформлення кваліфікаційної роботи у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумкове оцінювання з урахуванням публічного захисту

			(дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	
<i>ПРН 4 Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</i>	☒	Дипломування	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення кваліфікаційної роботи у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумкове оцінювання з урахуванням публічного захисту
<i>ПРН 3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності</i>	☒	Дипломування	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних	Бали за змістовне наповнення, оформлення кваліфікаційної роботи у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумкове оцінювання з урахуванням публічного захисту

			матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	
<i>ПРН 6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</i>	☒	Інвестиційний менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 12 Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм</i>	☒	Переддипломна практика	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення звіту з практики у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумковий контроль у вигляді усного опитування
<i>ПРН 11 Використовувати методи</i>	☒	Переддипломна практика	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного	Бали за змістовне наповнення, оформлення звіту з практики у

маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.			викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумковий контроль у вигляді усного опитування
ПРН 4 Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	☒	Переддипломна практика	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення звіту з практики у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумковий контроль у вигляді усного опитування
ПРН 3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності	☒	Переддипломна практика	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на	Бали за змістовне наповнення, оформлення звіту з практики у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумковий контроль у вигляді усного опитування

			життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	
<i>ПРН 1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</i>	☒	Переддипломна практика	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення звіту з практики у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумковий контроль у вигляді усного опитування
<i>ПРН 12 Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм</i>	☒	Виробнича практика	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення звіту з практики у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумковий контроль у вигляді усного опитування

<i>ПРН 11 Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</i>	☒	Виробнича практика	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення звіту з практики у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумковий контроль у вигляді усного опитування
<i>ПРН 4 Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</i>	☒	Виробнича практика	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	Бали за змістовне наповнення, оформлення звіту з практики у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумковий контроль у вигляді усного опитування
<i>ПРН 3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності</i>	☒	Виробнича практика	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, демонстрування, самостійне спостереження); методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, створення ситуації інтересу у процесі	Бали за змістовне наповнення, оформлення звіту з практики у відповідності до критеріїв оцінювання згідно методичних рекомендацій та підсумковий контроль у вигляді усного опитування

			викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, самоконтроль і самооцінка); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань.	
<i>ПРН 16</i> Консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку промислових підприємств	☐	Цифровий маркетинг	Пояснювально-ілюстративний метод, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування.
<i>ПРН 15</i> Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення	☒	Цифровий маркетинг	Пояснювально-ілюстративний метод, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування.
<i>ПРН 10</i> Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	☒	Цифровий маркетинг	Пояснювально-ілюстративний метод, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування.
<i>ПРН 7</i> Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта	☒	Цифровий маркетинг	Пояснювально-ілюстративний метод, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування.
<i>ПРН 6</i> Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері	☒	Цифровий маркетинг	Пояснювально-ілюстративний метод, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування.

маркетингу та управляти ними. ПРН 16 Консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку промислових підприємств	☐	Медіапланування	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захист індивідуальних робіт.
ПРН 3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	☒	Фінансовий менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, лабораторні, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, лабораторні і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними	☒	Рекламний менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія,	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 9 Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</i>	☒	Бренд-менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</i>	☒	Маркетинговий аудит	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування.
<i>ПРН 16 Консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та</i>	☐	Маркетинговий менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних

управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку промислових підприємств			(пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (ситуаційні вправи, кейси); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	робіт.
ПРН 13 Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	☒	Маркетинговий менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (ситуаційні вправи, кейси); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних	☒	Маркетинговий менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування,

управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.			пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (ситуаційні вправи, кейси); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	захисту індивідуальних робіт.
ПРН 3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	☒	Маркетинговий менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (ситуаційні вправи, кейси); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 2 Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для	☒	Маркетинговий менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських

досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.			здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (ситуаційні вправи, кейси); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 16 Консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку промислових підприємств	☐	Стратегічний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 13 Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і	☒	Стратегічний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських

мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.			здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 12 Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.	☒	Стратегічний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 11 Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати	☒	Стратегічний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування,

його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта			пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	захисту індивідуальних робіт.
ПРН 7 Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	☒	Стратегічний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 4 Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального	☒	Стратегічний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних

характеру її реалізації.			(пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	робіт.
ПРН 14 Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	☒	Бренд-менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, вправи, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення,); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 15 Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення	☒	Основи наукових досліджень у професійній сфері	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			спостереження, вправи, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</i>	☒	Основи наукових досліджень у професійній сфері	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником;); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 2 Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта</i>	☒	Основи наукових досліджень у професійній сфері	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, лекція, бесіда, робота з підручником; вправи,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри,	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			створення ситуації інтересу у процесі викладення, стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи,); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</i>	☒	Основи наукових досліджень у професійній сфері	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, лекція, бесіда, робота з підручником; вправи,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий,); практичні методи навчання (вправи,); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 15 Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення</i>	☒	Ділове та академічне письмо іноземною мовою	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; демонстрування, самостійне спостереження, вправи,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			(усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 5 Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</i>	☒	Ділове та академічне письмо іноземною мовою	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; демонстрування, самостійне спостереження, вправи.); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 17 Знати психологічні методи та прийоми, що застосовуються у сфері маркетингового управління, та використовувати набуті знання для оцінки об'єктивних факторів оточення, створення умов щодо генерування нових ідей у мінливому бізнес-середовищі та вирішення актуальних маркетингових завдань.</i>	☐	Психологія лідерства та професійної успішності	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування.); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента;); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 14 Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку</i>	☒	Психологія лідерства та професійної успішності	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія,, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента;); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 8 Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу</i>	☒	Психологія лідерства та професійної успішності	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія,, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента;); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 3 Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних</i>	☒	Психологія лідерства та професійної успішності	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (розповідь, лекція, бесіда,	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

маркетингових рішень в умовах невизначеності			робота з підручником; ілюстрування ,демонстрування,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія,, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента;); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	☒	Маркетинговий аудит	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування.
ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	☒	Маркетинговий аудит	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань за варіантами у відповідності до методичних вказівок.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захист індивідуальних робіт.
ПРН 1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	☒	Стратегічний маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий,	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</i>	☒	Маркетинговий аудит	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань за варіантами у відповідності до методичних вказівок.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захист індивідуальних робіт.
<i>ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</i>	☒	Маркетинговий аудит	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування.
<i>ПРН 7 Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта</i>	☒	Бренд-менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, лекція, бесіда, робота з підручником; вправи,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 2 Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці</i>	☒	Бренд-менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи,	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування,

маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта			методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (лекція, бесіда, робота з підручником; вправи,); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 14 Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	☒	Рекламний менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 11 Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	☒	Рекламний менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			(навчальна дискусія, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
ПРН 10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	☒	Рекламний менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 9 Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	☒	Рекламний менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (лекція, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи.); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН з Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</i>	☒	Рекламний менеджмент	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, розповідь, лекція, робота з підручником; вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку</i>	☒	Глобальна економіка	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, вправи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий); практичні методи навчання (вправи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними</i>	☒	Глобальна економіка	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи) методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, тимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий); практичні методи навчання (вправи,); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 15 Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення</i>	☒	Охорона праці в галузі та цивільний захист	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самооцінка); практичні методи навчання (вправи, лабораторні і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

<i>ПРН 8</i> Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу	☒	Охорона праці в галузі та цивільний захист	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, пізнавальні ігри, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, лабораторні і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 6</i> Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.	☒	Інформаційні системи і технології в маркетингу та інтернет – маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, лабораторні, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, лабораторні і практичні роботи); самостійна робота з	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту лабораторних та індивідуальних робіт.

			вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</i>	☒	Інформаційні системи і технології в маркетингу та інтернет – маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, лабораторні, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, лабораторні і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту лабораторних та індивідуальних робіт.
<i>ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</i>	☒	Маркетинговий аудит	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань за варіантами у відповідності до методичних вказівок.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захист індивідуальних робіт.
<i>ПРН 16. Консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого</i>	☐	Маркетинговий аудит	Пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, метод стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія), самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних завдань за варіантами у	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захист індивідуальних робіт.

розвитку промислових підприємств.			відповідності до методичних вказівок.	
ПРН 1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	☒	Управління маркетинговими проектами	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
ПРН 8 Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	☒	Управління маркетинговими проектами	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</i>	☒	Управління маркетинговими проектами	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</i>	☒	Управління маркетинговими проектами	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 16</i> <i>Консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку промислових підприємств</i>	☐	Управління маркетинговими проектами	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.
<i>ПРН 2</i> <i>Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта</i>	☒	Інформаційні системи і технології в маркетингу та інтернет – маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, лабораторні, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка);	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту лабораторних та індивідуальних робіт.

			практичні методи навчання (вправи, лабораторні і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
<i>ПРН 9 Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</i>	☒	Інформаційні системи і технології в маркетингу та інтернет – маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, лабораторні, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, лабораторні і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту лабораторних та індивідуальних робіт..
<i>ПРН 15 Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</i>	☒	Управління маркетинговими проектами	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні);	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту індивідуальних робіт.

			методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	
ПРН 15 Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	☒	Інформаційні системи і технології в маркетингу та інтернет – маркетинг	Пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемного викладу, частково-пошукові, дослідницькі методи, методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, лекція, бесіда, робота з підручником; ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, лабораторні, практичні і дослідні роботи); методи стимулювання навчальної діяльності (навчальна дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуації інтересу у процесі викладення, створення ситуації новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні); методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль і самооцінка); практичні методи навчання (вправи, лабораторні і практичні роботи); самостійна робота з вивченням оприлюднених у системі Moodle електронних матеріалів з можливістю проведення консультацій. Виконання індивідуальних домашніх завдань.	Бали за попередній, поточний, проміжний, підсумковий контроль у формах усного та письмового опитування, доповіді на семінарських заняттях, тестування, захисту лабораторних та індивідуальних робіт.