

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій
Освітня програма	71278 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	D5 Маркетинг

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

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

Використані скорочення:

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

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	82
Повна назва ЗВО	Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій
Ідентифікаційний код ЗВО	38855349
ПІБ керівника ЗВО	Шульга Володимир Петрович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	http://www.duikt.edu.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/82>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	71278
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Магістр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	кафедра маркетингу
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	кафедра англійської мови та комп'ютерних лінгвотехнологій
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	03110, Україна, м. Київ, вулиця Солом'янська, буд. 7
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	180331
ПІБ гаранта ОП	Виноградова Олена Володимирівна
Посада гаранта ОП	Завідувач кафедри
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	o.vynogradova@duikt.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(095)-858-28-88
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(098)-722-95-28

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
очна денна	1 р. 5 міс.

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

Освітньо-професійна програма (ОП) «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій (далі - ДУІКТ) у взаємодії з іншими нормативними документами визначає, мету, цілі та зміст підготовки фахівців за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право з присвоєнням освітньої кваліфікації «магістр маркетингу».

Потреба в реалізації ОП «Маркетинг» пов'язана з необхідністю підготовки висококваліфікованих фахівців, здатних розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності, приймати обґрунтовані управлінські рішення в умовах динамічних ринкових трансформацій, високої невизначеності та цифрової еволюції бізнес-середовища.

Підготовка магістрів з маркетингу в Університеті має багаторічний досвід. Державний університет телекомунікацій (ДУТ), який у 2023 році було перейменовано на Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій (ДУІКТ), здійснює системну підготовку фахівців з маркетингу на першому (бакалаврському - з 2016 року), другому (магістерському - з 2018 року) та третьому (освітньо-науковому - з 2023 року) рівнях вищої освіти.

Освітня програма започаткована у 2018 році та в подальшому систематично переглядалася й оновлювалася з урахуванням розвитку галузі, змін нормативно-правової бази, потреб ринку праці, конструктивних пропозицій роботодавців, здобувачів вищої освіти, академічної спільноти та інших стейкхолдерів, а також передового досвіду аналогічних вітчизняних і зарубіжних програм. Нормативною основою ОП є Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня, затверджений наказом МОН України від 10.07.2019 № 960. Також ОП редакції 2026 р. враховує актуальні вимоги галузевого Професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)».

Унікальність освітньо-професійної програми «Маркетинг» ДУІКТ полягає в органічному поєднанні класичної академічної підготовки з передовими трендами цифрового маркетингу та практичними запитами бізнес-середовища. Програма адаптована до сучасних викликів цифрової економіки та глобальних трансформацій, приділяє суттєву увагу впровадженню цифрових технологій управління маркетингом, глибокій аналітиці даних, управлінню клієнтським досвідом та лояльністю у цифровому середовищі. Окремий акцент зроблено на розробці маркетингових стратегій для стартап-проектів та комерціалізації інноваційних рішень. Посилена мовна підготовка спрямована на формування навичок вільної комунікації у професійному середовищі, здатності працювати з актуальними світовими трендами, англomовним софтом та цифровими інтерфейсами.

Такий підхід повністю відповідає загальному інформаційно-комунікаційному профілю університету та формує у здобувачів здатність обґрунтовувати стратегічні маркетингові рішення на основі глибокої оцифрованої аналітики, забезпечуючи високу конкурентоспроможність випускників на вітчизняному та міжнародному ринках праці.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року	У тому числі іноземців
			ОД	ОД
1 курс	2026 - 2027	45	17	0
2 курс	2025 - 2026	45	9	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	програми відсутні
другий (магістерський) рівень	70236 Міжнародний маркетинг 71278 Маркетинг
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	програми відсутні

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	16518	7032
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	16518	7032
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	0	0

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

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

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>ОПП МР МАГ 2025.pdf</i>	IR3rAbZyHKmoRBuZonLTJvqTR4ZCf2lyWootWFP6ScU= =
Освітня програма	<i>ОПП МР МАГ 2026.pdf</i>	Mo6oFaBqoQBMp6bMD2BH/OOITS2/3ZWNp/k1YZ4dUjY= UjY=
Навчальний план за ОП	<i>Навч.план МР МАГ 2025.PDF</i>	w4abxZA/99TMJDxNR836Iqex3Wyt19Z7lDvP9Qo/hDM= =
Навчальний план за ОП	<i>Навч.план МР МАГ 2026.PDF</i>	pCvc1+5VfXvrqVGIlS8rqAsV2IMFIbNDtqj7apCKOd8= =
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензії ОПП МР МАГ 2025.pdf</i>	q5O2vKflb6OogeraYSKFoNgxUDmpT2GtQsFRZV3iJdM= =
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензії ОПП МР МАГ 2026.pdf</i>	SstvfJFzf8MTPoU7LA5dF2cA3NK3HED9okUEtX1vK4k= =

1. Проєктування освітньої програми

Чи освітня програма дає можливість досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти? Якщо стандарт вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти відсутній, поясніть, яким чином визначені ОП програмні результати навчання відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня?

Так. Структура, зміст, методи навчання та форми оцінювання ОП забезпечують досягнення всіх результатів навчання (РН), встановлених Стандартом вищої освіти (Мін. №960 від 10.07.2019. Нормативні РН доповнені новими завданнями з академічної доброчесн. (РН16), цифрових стратегій управління клієнтським досвідом і лояльністю (РН17), комерціалізації маркет. інновацій та стартап-проєктів (РН18). Досягнення всіх РН гарантується дисц. ОК1–ОК9, практикою (ОК10) та кваліфікац. роботою (ОК11), що закріплено у матриці відповідності ОП. Зокрема, теоретич.база (РН1–РН2): закладена в ОК6 «Марк. управл. в цифровому середовищі», ОК8 «Інновац. маркетинг, стартапи та інтелект. власність» та ОК9 «Управл. клієнт.досвідом та лояльністю», а також підтримуються в ОК3 «Стратегіч. бенчмаркінг». Дослідження й аналітика (РН3, РН9–РН11, РН15) забезпеч. ОК2 «Організ.та методол. проведення наук.досліджень», ОК4 «Маркетинг.дослідж. та ринкові інсайти», ОК5 «Маркетинг. аналітика та прийняття рішень» та ОК3. Управл. марк.діяльністю (РН4, РН6–РН7, РН12–РН13) фокусуються в ОК7 «Стратегіч. маркетинг», ОК6 «Марк. управління в цифровому середовищі» та ОК3. Комунікація та етика, дотрим.академіч.доброчесності (РН5, РН8, РН14, РН16) формуються через ОК1 «Англ. мова для ділової комунікації», ОК2, ОК9 та ОК8 «Інновац. маркетинг, стартапи та інтелект. власність». РН17 інтегровано в ОК6, ОК7 та ОК9 «Управл. клієнтським досвідом та лояльністю»; РН18 забезпечується аналітичною базою ОК5 та безпосередньо формується в ОК8. Переддипл.практика (ОК10) та кваліф. робота (ОК11) мають інтегративний

характер і охоплюють досягнення РН1–РН18. Досягнення РН перевіряється через поточн. і підсумков. контроль: усне опитування, доповіді з презентаціями, тестування, захист індивідуал. завдань, здачу екзаменів і диф.заліків, звіти з практики, а також публіч. захист кваліф. роботи. Кваліфік. робота передбачає розв'язання складного спеціалізов. завдання або проблеми у сфері сучасн. маркетингу з проведенням досліджень та/або здійсненням інновацій в умовах невизначеності.

ОПП: https://duikt.edu.ua/uploads/p_1078_72783903.pdf

Стандарт: https://duikt.edu.ua/uploads/p_1078_83296174.pdf

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

Так. Так. Зміст ОП «Маркетинг» повною мірою враховує вимоги професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» (код 2419.2), затвердженого 09.01.2025 ГО «Українська Асоціація Маркетингу», який використано під час оновлення ОПП у 2026 році. Вимоги стандарту відображено у фахових компетентностях ФК3, ФК5–ФК10 та програмних результатах навчання РН3, РН4, РН6, РН7, РН9–РН15, РН17, РН18, що охоплюють маркетингові дослідження, аналітику, стратегічне планування, цифровий маркетинг, управління клієнтським досвідом та комерціалізацію інновацій. Їх досягнення гарантується обов'язковими компонентами ОК4–ОК9, переддипломною практикою (ОК10) та кваліфікаційною роботою (ОК11), що детально підтверджено у таблиці 2.1 та матрицях відповідності (розділи V–VI). Професійна орієнтація ОПП також підкріплена відповідними посадами у переліку працевлаштування випускників.

Професійний стандарт_Фахівець з розширення ринків збуту (маркетолог) https://uam.in.ua/wp-content/uploads/2025/04/714-2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirennia_rinku_zbutu_marketolog-1.pdf

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

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

Так. Системна участь здобувачів та випускників ОП забезпечується через участь у робочій групі, опитування, зустрічі з гарантом і НПП, публічне обговорення проєкту ОП. Зокрема, до складу робочої групи у 2021–2026 рр. входили магістри та випускники (М. Заєць, Д. Ярова, А. Снітко та ін.) В онлайн обговоренні у 2026 р. брали участь випускники О.Дергачов і Д.Єгоров. Пропозиції здобувачів спрямовані на практичну орієнтацію навчання, посилення аналітичної складової та оптимізацію блоків дисциплін під реальні запити ринку праці, що повністю узгоджується з метою та ПРН:у 2026(за участю А. Майстренка та Д. Ярової)уточнено назву й фокус ОК

«Інноваційний маркетинг, стартапи та інтелектуальна власність»,уточнено фокус ОП з урахуванням специфіки ДУІКТ(за участю А. Снітка);у 2025(за участю А. Майстренка) запроваджено ОК «Сучасні бізнес-моделі в маркетингу»;у 2023(за участю Н. Поліщука) підтримано оптимізацію практичної підготовки.

Публічне обговорення ОПП: <https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi>

Онлайн-обговорення магістерських ОПП: <https://surl.li/poduwm>

- роботодавці

Так. Мета та РН ОП визнач. і переглядаються з урахув. потреб роботодавців через їхню участь у робочій групі, рецензув.та публіч. обговор. проєкту ОП, консультацій щодо змісту ОК, організації практик і проведення проф.орієнтованих занять. До РГ ОП входили Г. Яблонський -директор ВЕБ-студії «UPWAY»(2023-2024); О. Волкова -директор ТОВ «Ріал Дорс»(2025-2026); в онлайн обговоренні у 2026 р. брали участь: В. Ключник – директор ТОВ «Стил Лайн», О.Волкова – директор ТОВ «Реал Дорс», І. Іщенко – директор мережі бюро перекладів «Івіга». Зокрема, внесок роботодавців охоплює: у 2026 р.: пропозиції щодо посилення мовної підготовки (введення ОК «Анг.мова для діл. комунікац.» та англомовних дисциплін вибору) від І. Іщенко («Івіга») та А. Новаченка (Construction Machinery LTD); імплементація кейсів із цифрової трансформ. сервісного обслугов. (О. Павлов, «Compressors International»); у 2025–2024 рр. оновлення змісту та назв ОК із фокусом на цифрові екосистеми, автоматизацію та інструменти штучного інтелекту (Г. Яблонський, «UPWAY»; О. Волкова, «Ріал Дорс»); у 2022–2023 рр.: запит на посилення управл.та аналітич. навичок магістрів, що призвело до введення «Маркет. менеджменту» та трансформації класичного аналізу в прикладний комплекс курсів («Аналіз і планув.марк. діяльності», «Оцінка ефектив.рішень», «Бенчмаркінг») (Г. Яблонський, «UPWAY»).

Публічне обговорення ОПП : <https://surl.li/pwklyt>

Онлайн-обговорення магістерських ОПП: <https://surl.li/poduwm>

- академічна спільнота

Так. Рекомендації академічної спільноти системно інтегруються в мету, структуру й зміст ОП через експертне оцінювання, рецензування та публічні обговорення. До онлайн обговорення у 2026 р. активно долучилися: О.Трохимець (Університет бізнесу в Катовіцах, Польща); А. Балабаниць (МДУ), Л.Василишина (ДТЕУ), Ю.Дайновський (ЛТЕУ), Р Дименко (КНУБА), Г. Заячківська (ХКТЕІ), В.Колосок (ПДТУ), М. Лищенко (СНАУ) та ін. Зокрема- 2026: уточнення основного фокусу програми (О. Трохимець); уніфікація шифрів компетентностей і результатів навчання (Ю. Дайновський); розширення фахових компетентностей та РН щодо цифрових інструментів, стратегічних рішень, професійної етики й доброчесності (Н. Савицька); 2025: імплементація завдань на командну роботу та кейс-методи для розвитку soft skills (М. Лищенко; розширення спектра інноваційних технологій у вибіркових дисциплінах (Н. Басій, ЛТЕУ); 2022–2023: приведення цілі у повну відповідність до державного стандарту спеціальності (Н. Ткаченко, ДУІКТ).

Публічне обговорення ОПП: <https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi>

Онлайн-обговорення магістерських ОПП: <https://surl.li/poduwm>

- інші стейкхолдери

Так. Зміст і структура ОП формуються з урахуванням вимог професійних асоціацій, а також внутрішніх стейкхолдерів (адміністрації та НПП університету): До онлайн обговорення у 2026 р долучилася І. Лілик, Президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу». У 2026 році: враховано вимоги професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» (код 2419.2), розробленого за участю ГО «УАМ» (І. Лілик); за ініціативою керівництва ННІ менеджменту та підприємництва (С. Петровська, О. Антонова) введено ОК «Англійська мова для ділової комунікації» та посилено вимоги щодо академічної доброчесності й управління репутаційними та корупційними ризиками (уточнено ЗК9 та РН16); у 2022–2025 роках: за ініціативи адміністрації та НПП (С. Федюнін та ін.) забезпечено дотримання інституційного контексту (фіксація назви ДУІКТ), укрупнено практичну підготовку та атестацію задля посилення практичної і науково-дослідної складової.

Публічне обговорення ОПП: <https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi>

Онлайн-обговорення магістерських ОПП: <https://surl.li/poduwm>

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

Так. Мета ОП відповідає місії та Стратегії розвитку ДУІКТ на 2025–2029 роки, яка передбачає забезпечення якісної освіти, наукових досліджень та інновацій для підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних вирішувати сучасні виклики цифрової епохи. Відповідність простежується у меті, цілях та фокусі ОП: конкурентоспроможність і готовність до діяльності на національному та міжнародному рівнях забезпечуються прикладним характером ОП; цифровізація та інноваційність – впровадженням цифрових технологій управління маркетинговою діяльністю та орієнтацією на інноваційні технології маркетингового аналізу; наукова складова – проведенням глибоких досліджень і генерацією ринкових інсайтів; міжнародна спрямованість – залученням до навчального процесу закордонних партнерів. Реалізацію цих стратегічних орієнтирів також підтримує партнерство з провідними українськими компаніями та практикоорієнтований підхід. Таким чином, мета ОП конкретизує стратегічні пріоритети ДУІКТ через поєднання міжнародної, цифрової, аналітичної, інноваційної та практичної підготовки магістрів маркетингу.

Стратегія розвитку ДУІКТ на 2025–2029 роки: <https://surl.li/xxfryn>

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

Так. Мета та РН ОП сформ. з урах. сучасн. тенденцій розв. науки і спец., що підтверджено нормативн. базою ОП, зокрема, через: відповідність держ. і проф. стандартам - зміст ОП базується на Держ. станд. спец. 075 «Маркетинг», новому Проф. станд. «Фахівець з методів розшир. ринку збуту (маркетолог)», що гарантує актуальність РН. Мета та РН орієнт. на глибокі маркетинг. дослідж., генерацію ринк. інсайтів, марк. аналітику та впровадж. цифр. технол. упр. й клієнт. досвіду (що закріп. в РН3, РН11, РН15, РН17); на інновації та стартапи (РН18). Оновл. ОП враховує рекомендації провідн. укр. та закорд. наук. та партнерів-практ. (Унів. бізн. в Катовіце, Johnson Controls, Construction Machinery тощо), забезпечуючи відповідність підгот. глоб. тенденц. розв. марк. науки. Випускниця ОП М. Заяць провела для студ. онлайн-лекцію «UI/UX, SEO та Accessibility сайту очима фронтенд-розробника і маркетолога». З метою монітор. тенден. розв. науки і спец. НПП та здобувачі кафедр беруть актив. участь у заходах, організ. каф., ДУІКТ, комп.-партнерами та проф. спільнотами, що висвітл. на стор. новин та Facebook-сторінці кафедри. Зокрема, НПП кафедри щорічно беруть участь у бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електр. комерції. Актуал. наук.-практ. тенд. обговор. у межах щоріч. Міжн. наук.-практ. конф. «Марк. майбут.: виклики та реалії».

Навч.-наук. активність здобувачів: <https://surl.li/ouvban>

Академіч., наук. активність, профес. розвиток НПП каф. маркетингу: <https://surl.li/aqnrnn>

Конф. з маркетингу: [https://surl.li/wmyuct\(2024\)](https://surl.li/wmyuct(2024)); [https://surl.li/qmbljt\(2025\)](https://surl.li/qmbljt(2025)); [https://surl.li/fjcrkf\(2026\)](https://surl.li/fjcrkf(2026))

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

Так. РН узгоджені з вимогами Проф. станд. «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» (2025 р.). Важливим каналом моніторингу регіонального ринку праці є День кар'єри ДУІКТ у якому у 2026 взяли участь понад 30 компаній, що пропонували вакансії, практики та стажування. Галузевий контекст: мета і РН враховують динаміку сучасного маркетингу, вимагаючи від здобувачів навичок марк. аналітики, стратегіч. бенчмаркінгу, управл. цифров. клієнтським досвідом та лояльністю (РН11, РН15, РН17). Практ. підготовка та реалізація РН спираються на взаємодію з партнерами кафедри - укр. (ТОВ «Про-Консалтинг», ФТД «РИТЕЙЛ» та ін.), та закордонними (Johnson Controls International Sp.; Construction Machinery LLC). Обговорення питань підготовки магістрів на порядку денному заходів, які проводилися Укр. асоціацією маркетингу, в яких брали участь НПП кафедри - члени УАМ. Регіональний контекст враховується через системну взаємодію кафедри з бізнес-середовищем м. Києва та Київського регіону. У 2024 р. НПП взяли участь у заході ДЕІ КДМА у співпраці з НДІ СЕРМ «Соц. партнерство та місцеве самоврядування: спільні рішення для сталого розвитку». У 2026 р. кафедра спільно з фахівцями «Київстар» провели ряд тренінгів з диференціації та позиціонування бренду, сучасних підходів до маркетинг-міксу та digital-комунікацій.

День кар'єри ДУІКТ: <https://surl.li/kgjxgw>

Захід ДЕІ КДМА: <https://surl.li/udafdj>

Партнери каф.: <https://surl.li/sasvju>

Навч.-наук. активність здобувачів: <https://surl.li/ouvban>

Академіч., наук. активн., проф. розв. НПП <https://surl.li/aqnrnn>

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

Так. Мета та РН ОП «Маркетинг» сформовані з активним використанням передового досвіду аналогічних вітчизняних освітніх програм підготовки магістрів. Зокрема, через такі складові: під час оновлення ОП було проаналізовано та інтегровано рекомендації акредитаційних комісій щодо суміжних ОП, що дозволило забезпечити високі стандарти якості та відповідність сучасним критеріям НАЗЯВО; гармонізація з Державним стандартом вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», який узагальнює найкращі практики провідних українських університетів; академічна та міжвузівська співпраця: оновлення змісту та фокусу ОП спирається на результати обговорень з академічною спільнотою, що дає змогу інтегрувати найуспішніші українські методики практикоорієнтованого та проєктно-орієнтованого навчання.

Гарант програми О. Виноградова брала участь в обговоренні ОП з маркетингу Сумського національного аграрного університету та Хмельницької торговельно-економічної академії (ХТЕА).

При формуванні мети та програмних результатів навчання було вивчено досвід аналогічних програм провідних українських університетів, таких як Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (КНЕУ), Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ), Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (КПІ ім. Ігоря Сікорського), Державний університет «Київський авіаційний інститут», Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця та Київський національний університет будівництва і архітектури (КНУБА), які реалізують суміжні підходи в компонентах і результатах навчання. Досвід ХНЕУ, ДТЕУ, КНУБА та КНЕУ та КПІ ім. Ігоря Сікорського був корисним при орієнтації РН (та формуванні відповідних ОК) на цифровий маркетинг, управління клієнтським досвідом та лояльністю (РН17) та на інновації, стартапи та комерціалізацію (РН18).

Вимоги щодо дотримання професійної етики, стандартів академічної доброчесності та оцінки репутаційних і корупційних ризиків при прийнятті управлінських рішень (РН16) інтегровані до загальних і спеціальних компетентностей відповідно до вимог Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти.

Окремі освітні компоненти ОП «Маркетинг», що акредитується викладаються також у інших ЗВО, проте у своїй сукупності, послідовності вивчення, змістовному наповненню не повторюються у жодній іншій ОП.

Участь гаранта в обгов. ОП СНАУ: <https://surl.li/fjtoqs>

Участь гаранта в обгов. ОП ХТЕА: <https://surl.li/duxrxh>

ОП КНЕУ: <https://surl.li/bbygpn>

ОП ДТЕУ: <https://surl.li/jhpbjn>

ОП КПІ ім. Ігоря Сікорського: <https://surl.li/kcsmxx>

ОП КАІ/НАУ: <https://surl.li/ramdno>

ОП ТНЕУ: <https://surl.li/tckxzc>

ОП ХНЕУ: <https://surl.li/tkfbfj>

ОП КНУБА: <https://surl.li/ujnhom>

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

Так. Мета та програмні результати навчання (РН) ОП «Маркетинг» сформовані з урахуванням передового досвіду провідних іноземних освітніх програм магістерського рівня. Зокрема, оновлення програми спирається на результати міжнародної академічної співпраці з Akademia Górnośląska в Катовіце, Польща; Warsaw University of Life Sciences, WULS-SGGW, Варшава, Польща; Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Варшава, Польща; WSHIU Akademia Nauk Stosowanych, Познань, Польща; та з європейськими партнерами (Johnson Controls International Sp., Словаччина; Construction Machinery LLC, Болгарія), що дозволяє адаптувати світові стандарти підготовки магістрів маркетингу до національного освітнього середовища.

Мета ОП та програмні результати щодо цифрових стратегій управління клієнтським досвідом (ПРН17), маркетингової аналітики та комерціалізації інновацій (ПРН18) синхронізовані з вимогами провідних європейських магістерських програм до сучасних фахівців з маркетингу. Так, під час оновлення ОП було також вивчено досвід аналогічних іноземних освітніх програм магістерського рівня з маркетингу, які реалізують схожі програмні результати та змістові модулі. А саме, проаналізовано ОП «Marketing» Щецинського університету (Польща), що акцентує увагу на стратегічному маркетингу, дослідженні ринків, маркетинговій аналітиці та цифрових інструментах. Вивчено ОП «Marketing» Університету Аалто (Фінляндія), яка поєднує дослідження поведінки споживачів, управління брендами, якісні й кількісні методи аналізу та прийняття рішень на основі даних. Розглянуто ОП «Marketing» Вільного університету Амстердама (Нідерланди), орієнтовану на маркетингові стратегії, цифровий маркетинг, клієнтський досвід і практичні бізнес-кейси. Зазначені підходи враховано під час формування змісту ОК «Стратегічний бенчмаркінг», «Маркетингові дослідження та ринкові інсайти», «Маркетингова аналітика та прийняття рішень», «Маркетингове управління в цифровому середовищі», «Стратегічний маркетинг», «Управління клієнтським досвідом та лояльністю». Це посилює дослідницьку, аналітичну, цифрову й практичну спрямованість ОПП, сприяє формуванню сучасних професійних компетентностей, досягненню програмних результатів навчання та розвитку академічної мобільності.

Стажування гаранта в Akademia Górnośląska в Катовіце: <https://surl.li/iukpub>

Участь гаранта у семінарі Warsaw University of Life Sciences: <https://surl.li/vbunmy>

Участь гаранта у семінарі Szkoła Główna Handlowa w Warszawie: <https://surl.li/tykrzs>

Партнери каф.: <https://surl.li/sasvju>

ОП «Маркетинг» (Marketing), Щецинський університет (Польща): <https://surl.li/lbdcyu>

ОП «Маркетинг» (Marketing), Університет Аалто (Фінляндія): <https://surl.li/wrrvqa>

ОП «Маркетинг» (Marketing), Вільний університет Амстердама (Нідерланди): <https://surl.li/hmwnqk>

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

90

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

65

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

25

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

Зміст ОП узгоджений із вимогами Стандарту вищої освіти та специфікою предметної області спеціальності D5 Маркетинг. Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринку, відносин для задоволення їх екон. та соц. інтересів, що забезпеч. ОК1– ОК11, які охоплюють усі ключові виміри предметної області спеціальності та забезпечують досягнення цілей навчання (підготовка фахівців із сучасним економіч. мисленням для розв'язання складних завдань, досліджень та інновацій в умовах невизначеності).

За теорет. зміст предм. обл. відповідають ОК7 (розроблення довгострокових маркетингових стратегій, формування упр. рішень та управління конкурент. перевагами бізнесу); ОК3 (вивчення передового досвіду ринку, суб'єктів, порівняльний аналіз стратегій лідерів галузі та адаптація найкращих практик); ОК9 (концепції побудови довгострокових взаємовідносин з суб'єктами ринку, задоволення їх економіч. і соціальн. інтересів); ОК8 (теорія і практика впровадження новачків, комерціалізації ідей та управління життєвим циклом інноваційних продуктів в умовах ринкової невизначеності). Практикоорієнтованість підготовки підтверджується залученням фахівців бізнесу: під час тренінгу ДУІКТ та «Київстар» здобувачі аналізували ринкові дані, конкурентне середовище та стратегії позиціонування бренду.

Для вивчення методів, методик та технологій, якими повинен оволодіти здобувач і застосовувати їх на практиці, передбачені такі ОК: ОК2 (загальнонауков. та спец. методи пізнання, проєктування науков. пошуку, формування гіпотез та методології аналізу ринкових процесів); ОК4 (спеціальні методики збору первинних і вторинних даних, якісні та кількісні методи виявлення прихованих потреб і поведінкових інсайтів споживачів); ОК1 (лінгвістичні методи та технології міжнарод. ділової взаємодії, крос-культурної комунікації та опрацювання зарубіж. аналітич. джерел); ОК10 та ОК11 (комплексні практичні методики апробації теоретич. знань і вирішення реальних приклад. завдань на базі підприємств-партнерів). Практикоорієнтованість підготовки підтверджується залученням фахівців бізнесу: під час тренінгу ДУІКТ та «Київстар» здобувачі аналізували ринкові дані, конкурентне середовище та стратегії позиціонування бренду.

Вивчення інструментарію маркетингової діяльності закладено у ОК5 (сучасні інформаційні системи обробки великих масивів даних, програмні інструменти моделювання, прогнозування та статистичного аналізу для обґрунтування управлінських рішень); ОК6 (спеціалізовані цифрові платформи, омніканальні інструменти, системи автоматизації маркетингу та вебтехнології для управління комунікаціями й утримання лідерських позицій бізнесу). Під час практикоорієнтованого тренінгу в Sense Hub здобувачі працювали з Customer Journey, Voice of Customer, NPS/CSI, аналізом і прогнозуванням показників.

Тренінг ДУІКТ та «Київстар» з диференціації бренду: <https://surl.li/wgbkll>

Практикоорієнтований тренінг для студентів-маркетологів у Sense Hub: <https://surl.li/gzkkhj>

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

Можл. формування ІОТ реалізовано за принципом студентоцентрованого навчання. Осн. інструм. є вільний вибір ОК, заг. обсяг яких станов. 25 кред. (27,8% від заг. обсягу ОП), що повністю відповідає нормат. вимогам. ІОТ реалізовано через вибір теми курсової роботи, бази для проходж. переддипл. практики, призначення наук. керівника й затвердж. теми кваліф. роботи магістра. Гнучкість орг. освітн. процесу досягається за рахунок формування індивід. навч. плану, можливості навчання та складання сесій за індивід. графіком. Академ. мобільність та неформ. освіта реалізуються через участь у нац. і міжнар. програмах акад. мобільності, а також офіційне визнання результатів неформ. та інформал. освіти із зарах. сертифікатів компаній і платформ. Забезпечення якості супроводу ІОТ та вибірок. ОК гарантується фах. підгот. НПП. Зокрема, гарант О. Виноградова пройшла підв. кваліф. у ДУ «НМЦ ВФПО» за спец. програмою «Особливості розроблення та змістового наповнення навчал. програм вибіркокових дисциплін, що забезпечують формування міжкультурної свідомості та компетентностей здобувачів вищої освіти» (сериф. <https://surl.li/fjieay>).

Процес вибору та реалізації ІОТ регламентований нормат. базою ДУІКТ, зокрема:

Положення про організацію освітнього процесу у ДУІКТ: <https://surl.li/tfmesv>

Положення про формування ІОТ: <https://surl.li/oyoufz>

Положення про порядок організації права на академічну мобільність: <https://surl.li/aaqhyk>

Положення про визнання результатів неформальної освіти: <https://surl.li/ieebpt>

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

Вибір навч.дисциплін в університеті регламентовано Положенням про формування індивідуальних освітніх траєкторій здобувачів вищої освіти у ДУІКТ, розробленим відповідно до Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Положенням про організацію освітнього процесу в ДУІКТ, Статуту та нормативних документів Університету. ОП передбачає вивчення 5 вибіркового дисциплін, які розподілені за семестрами: 2 у I сем., та 3 у II сем. З точки зору здобувача процес реалізації права на вибір організовано за алгоритмом:

1. Процес формування траєкторії розпочинається ще на етапі вступної кампанії. Майбутні магістри заздалегідь ознайомлюються із загальним Каталогом освітніх компонентів вільного вибору та силабусами дисциплін на сайті університету, а також із профільними пропозиціями на сторінці кафедри маркетингу. Каталог містить широкий спектр сучасних фахових дисциплін (зокрема: «Аналіз та оцінка кон'юнктури світового ринку», «B2B Маркетинг», «Глобальний брендинг та управління продажами», «Інтерактивний маркетинг», «Сучасні бізнес-моделі в маркетингу», «Міжнародна комерційна логістика», «Хеджування маркетингових ризиків» тощо). Здобувачі свідомо обирають компоненти відповідно до власних кар'єрних планів та інтересів; за потреби отримати консультацію щодо оптимального поєднання дисциплін вони звертаються до завідувача кафедри.
2. Перед початком навчання здобувачі проходять інструктаж щодо порядку, термінів та умов остаточного запису на дисципліни з урахуванням формування міжуніверситетських та факультетських навчальних груп.
3. Здобувач у визначені терміни оформлює свій вибір у вигляді заяви, яку передає до деканату. На основі поданих заяв деканат узагальнює списки, формує навчальні групи та затверджує розклад занять. Обрані вибірково компоненти вносяться до індивідуального навчального плану здобувача.
4. У разі неможливості набору мінімально необхідної кількості здобувачів для формування групи з певної вибіркової компоненти, студенту надається можливість оперативно повторно здійснити вибір, приєднавшись до вже сформованих академічних груп. Здобувач має право вибору ОК не лише за своєю спеціальністю, а й з інших освітніх програм Університету.

Положення про формування ІОТ: <https://surli.li/oyoufz>

Положення про організацію освітнього процесу у ДУІКТ: <https://surli.li/tfmesv>

Каталог освітніх компонентів вільного вибору: <https://surli.cc/obnjup>

Сторінка кафедри маркетингу: <https://surli.li/ahzuru>

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

Практ.підготовка спрямована на гарантоване формування необхідних фахових загальн.компетентностей для майбутньої кар'єри і реалізації через систему практич. занять, виконання прикладних завдань і курс. роботи, проходження переддиплом. практики (ОК10) та підгот.кваліф роботи (ОК11).Практ. складова профільних ОК орієнтована на опанування сучас.аналітич.інструментів, обробку даних і прийняття управлінських рішень. Освітній процес доповнюється тренінгами, майстер-класами та розбором реальних бізнес-кейсів у співпраці з компаніями-партнерами. Викурсової роботи зі страт.марк. забезпечує компл. опрацювання реальних страт. завдань і розробку проект. рішень для діяльності підприємств. ОК10 чітко регламентується Полож.м про проведен.практ. та програмою практики; спрямована на формування РН1–РН18 через збирання й аналіз маркетингової інформації, дослідження ринків та обґрунтування маркетинг. стратегій на базі провід. компаній-партнерів. ОК11 передбачає самостійне розв'язання складного маркетинг. завдання або виробничої проблеми на основі прикладн. досліджень та інновацій, що дозволяє інтегрувати аналітичні, дослідницькі й управлін.навички та успішно продемонструвати їх під час публічного захисту. ОК10 та ОК11 повністю забезпечені методично. На офіційному сайті кафедри є рубрика «Практика та дипломування», де у відкритому доступі розміщені: норм.база й повний пакет методичних матеріалів).

Положення про проведення практики: <https://surli.li/lrkchh>

Тренінги та бізнес-кейси: <https://lnk.ua/oyYz3mBGI>, <https://lnk.ua/YkIBqEGsX>

Методичне забезпечення практики та дипломування: <https://surli.li/zhkxex>

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

ОП забезпечує розвиток soft skills через зміст ОК, інтерактивне навч., практ. та дослідн. підготовку. Міжособистісна взаємодія та комунікація (ЗК5, РН8) формуються в ОК1 «Англ. мова для діл. комун.» та вдосконалюються через командну роботу під час практ. занять в ін. ОК. Креативність та адаптивність (ЗК2, ЗК4, РН5) розвив.в ОК1, ОК8 «Іннов.маркетинг, стартапи та інтел. власн.» та ОК 9 «Упр. клієнт.досвідом та лояльністю» через презентацію проектів і захист ідей в умовах невизначеності. Лідерство та упр.проектами (ЗК7,ЗК8,РН6) забезпеч. в ОК6 «Марк.упр. в цифр. середовищі» та ОК8 через розробку бізнес-рішень і стартап-ініціатив. Етика та соц.відповідальність (ЗК9,РН16) інтегровані в ОК2 «Орг.та метод. пров.наук. досл.» та ОК8 для форм.етичної позиції й оцінки ризиків. Перед.практика на базі компаній-партнерів та виконання кваліф.роб. охоплюють увесь спектр soft skills, вдосконалюючи навички переговорів, публічних виступів, лідерства, тайм-менеджм. та вирішен.конфліктів. Soft skills розвиваються також під час позааудитор.заходів кафедри, зокрема участі у щорічній кафедр.конфер., кафедр. днях маркетингологів, обговоренні ОП, гостьових лекцій у форматі дискусій, зустрічах з роботодавцями тощо, що сприяє розвитку навичок публіч.комунікації, аргументації та професійної дискусії. Так, магістр О. Дергачов провів лекцію для студентів.

Силабуси: <https://surli.li/dkxvry>

Практика та дипломування магістрів: <https://surli.li/alvnzs>

Навч.-наук. активність магістрантів: <https://surli.li/fokgmm>

Новина лекція О. Дергачова: <https://surli.li/gflezn>

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

Зміст ОП має чітку структуру та повністю відповідає Стандарту вищої освіти. ОК утворюють логічну взаємопов'язану систему, що відображено у структурно-логічній схемі ОП. Відповідність ОК компетентностям і РН підтверджена матрицями: обов'язкові ОК у сукупності забезпечують досягнення РН1–РН18, а ОК 10 та ОК 11 мають інтегративний характер.

Здатність самостійно здійснювати пошук, аналіз інформації, визначати закономірності суспільних та економічних процесів і приймати обґрунтовані рішення (ЗК1, ЗК6, РН3, РН15) системно формується через ОК 2 «Орг. та мет. пров. наук. досл.», ОК 4 «Марк. досл. та рин. інс.» та ОК 5 «Марк. аналіт. та прийн. рішень». Дотримання норм проф. етики, соц. відповідальності та акад. доброчесності (ЗК9, РН16) закріплено в ОК 2 та ОК 8 «Інновац. марк., стартапи та інтел. власність».

Практ. реалізація громад. та соц. комп. поглиблюється через активну участь магістрів у заходах кафедри. Зокрема участь здобувачів у тренінгах та кр.столах («Реклама без стереотипів», «Маркетинг і екологічні виклики»), дає навички аналізу сусп. впливу комунікацій та форм. відповід. стратегії. Кафедра системно підтримує укр. ідентичність через участь у заходах до Дня вишиванки, вшанування пам'яті захисників України. Т.ч., структура та зміст ОП забезпеч. не лише досягнення фак. РН, а й формування критичного мислення, соц. відповідальності, громад. свідомості та здатності глибоко аналізувати сучасні сусп. процеси.

Силабуси: <https://surl.li/dkxvry>

Навч.-наук. активність магістрантів: <https://surl.li/fokgmm>

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

Під час реалізації ОП (90 кред.) застосовується студентоцентричний підхід спрямований на те, щоб встановлені кредити та результати навчання і навантаження з урахуванням самост. роботи були досяжними та адекватними. Відповідно до Полож. про орг.освіт.процесу в ДУІКТ <https://surl.li/liesii> п.3.3), тривалість теорет.навчання, обов'язкової практ.підготовки, семестр. контролю та виконання індивід. завдань складає 40 тижнів на рік. Навч.навантаж.навч. року відповідає 60 кред.ЄКТС. Тижн. аудит.навантаж. станов. 20 год. Кіл-сть ОК у одному навч.році не перевищує 16, а кіл-сть екзамен. та заліків за семестр не перевищ. 8. Навч.час, відвед. на самост. роботу здоб., регламент. навч. планом і має складати не менше 1/3 від заг. обсягу навч. часу, відвед. на вивчення конкр.ОК. У силабусах співвіднош. аудит. год. і самост. роб. визнач. з урах. складності матеріалу, формування компетентностей та цілей підгот. Трудомісткість ОК регулярно перегляд. на основі зворот. зв'язку від здобувачів, роб. групи та стейкхолдерів. Це дозволяє оптимізув. навантаж.студентів та своєчасно оновл. силабуси під час щоріч. перегляду ОП. Результати опит.засвідч., що здобувачі не перевантажені та мають достатньо часу на самост. роботу. НПП стимул.самонавч., пропон. здобув. безкошт.курси на освітніх цифр. платформах. Розробл. метод.реком.для самост.роботи з ОК.

Положення про орг. освіт. проц.у ДУІКТ: <https://surl.li/tfmesv>

Опитування здобувачів: <https://surl.li/oqriak>, <https://surl.li/iyhqvw>

Видавнича діяльність: <https://surl.li/ndaqgu>

Силабуси: <https://surl.li/dkxvry>

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

Практикоорієнтованість ОП забезпечується структурою, змістом ОК та формами організ. навчання: Понад третину програми (30 кред.) становлять переддип. практика (15 кред.) та кваліф. роб.(15 кред.) на реальних завданнях компаній-партнерів з можливістю впровадження результатів у бізнес-середовище. Освітній процес доповнюється практ.тренінгами від експертів-практиків (зокрема з диференціації бренду та клієнтського сервісу від «Київстар», воркшопами в Sens Hub за моделями PESO й етики комунікацій від УАМ). До лекцій активно залучаються топменеджери та маркетинг-директори провідних компаній. Підготовка за дуальною формою освіти за ОП «Маркетинг» не здійснюється. Проте, з огляду на потреби сьогодення, така форма освіти є актуальною і розглядається можливість її запровадження. Навчання за дуальною формою регламентується Положенням про дуальну форму здобуття вищої освіти у ДУІКТ. Подолання розриву між теорією і практикою сприяють: залучення роботодавців до оновлення ОП, врах. пропоз.здобувачів щодо змісту та якості практ. підгот.; майстер-класи від практиків.

Положення про дуальну форму освіти: <http://surl.li/lcdrror>

Партнери кафедри: <https://surl.li/sasvju>

Навч.-наук. активність магістрантів: <https://surl.li/fokgmm>

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

Указом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722

Ц4_Досл.підгот.,сам.роб.,ІОТ розв.здат.здоб.й крит.опрац.знання,продовж.проф. навч.ОК1,ОК2, вик.ОК11 форм.навич.дослід.(РН:3,5,15).Виногр.пройшла«Innovating Education» щодо ІІІ в освіті. <https://surl.li/vvveum>
Ц5_Етич.ком. і недискр.сприяв тренінг УАМ «Реклама без стереотипів» для НПП і здобувачів. <https://surl.li/kntsnv>
Ц8_ОК3,ОК6,ОК7.курс. роб. та ОК11 забезп.обгрун.маркет.ріш.,розр.страт.,оцін.еф.діял.підпр. (РН:4,6,10–13,17,18). Вивч.підх.ESG-маркет.<https://surl.li/hokxin>
Ц9_ОК6,ОК8форм.здат.застос.цифр.,аналіт.інструм.,впровадж.інновац.підходи до маркет. діяльн.(РН:2,17,18). НПП і магістри долуч.до «ІІІ і бізнес» та «AI Marketing Day 2026». <https://surl.li/svuiqr>, <https://surl.li/doaxjf>
Ц11_На кругл. столі «Марк.і еколог.виклики» обгов.екол.відп. <https://surl.li/defrzg> Виноградова виступ.на конф. з доп. про маркет.стійкості. <https://surl.li/muryan>
Ц12_ОК9-пит.лобуд. етич. взаємодіє. зі спожив., забезпеч. як. та безп. сервісу, сприяє конц.відповід.спож.
Ц16_ЗК9 та РН16 передб.соц.відпов.діяльність, дотрим.проф.етики й акад.доброч. Ці вимоги застос.я під час досл., викон.нав. завдань, ОК10 й ОК11. Виноградова пройшла навч."Акад.доброч.іІІІ".<https://surl.li/eyfihy> Пров.лекц. про акад. доброч. <https://surl.li/wrixmb>
Ц17_Проявл. у іншомов.підгот. та взаємодії з партнерами. <https://surl.li/sasvju>

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

<https://duikt.edu.ua/ua/108-pravila-priyomu-priymalna-komisiya>
<https://duikt.edu.ua/ua/1866-vstup-v-magistraturu-priymalna-komisiya>

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

Вимоги до вступників на ОП визначаються Правилами прийому до ДУІКТ й Порядком прийому на навч.для здобуття ВО відповідного року. Вступ до магістратури здійснюється на основі ступеня бакалавра (НРК6), магістра або ОКР спеціаліста (НРК7). У 2026 р. конкурсний відбір за спеціальністю D5 передбачав ЄВІ та ЄФВВ з управління та адміністрування. ЄВІ містить тест загальної навч. компетентності та тест з інозем. мови. Вони дозволяють оцінити готовність вступників до аналітич. й дослідн.роботи та опрацювання іншомовної інформації. ЄФВВ перевіряє знання, необхідні для подальшого опанування маркетингових і управлінських дисциплін. Умови вступу та перелік випробувань оприлюднені на сайті ДУІКТ. Сторінка сайту містить Накази про зарахування; Результати вступних випробувань; Список зареєстрованих для складання вступних випробувань ЄВІ, ЄФВВ, ЄВВ; Програми вступних іспитів; Консультації до НМТ та фахових іспитів; інформацію особам з тимчасово окупованих територій; особливості вступу ветеранів та учасників бойових дій.Таким чином, вступні вимоги враховують дослідницьку, аналітичну, управлінську та іншомовну складові програми. Для вступників у магістратуру на сторінці кафедри маркетингу наведено особливості підготовки магістрів за освітньою програмою «Маркетинг»
Правила прийому до ДУІКТ в 2026р.: <https://surl.li/jsndtd>
Вступ до магістратури ДУІКТ: <https://surl.li/btvrsc>
Інформація для вступників на ОП «Маркетинг»: <https://surl.li/xgogjq>

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

Визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах застосовуються у разі: переведення з іншого ЗВО чи на іншу ОП, поновлення, здобуття другої вищої освіти, навчання на основі раніше здобутого рівня; участі в академічній мобільності. Процедура регламентує Положення про формування ІОТ (розд. 8 - перезарахування та зарахування кредитів до індивідуального плану). Загальні засади визначають Положення про організацію освітнього процесу та Положення про академічну мобільність. Доступ забезпечує нормативна база на сайті ДУІКТ. Правила мобільності, партнери й контакти для консультацій наведені на сторінці кафедри маркетингу. Положення про ІОТ: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_22834975.pdf
Положення про організацію освітнього процесу: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf
Положення про академічну мобільність: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_36289291.pdf
Сторінка кафедри академічна мобільність: <https://duikt.edu.ua/ua/3186-akademichna-mobilnist-magistratura-riven-stratega>
Нормативна база: <https://surl.li/etrntl>

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

Протягом терміну дії ОП «Маркетинг» не виникало прецедентів визнання результатів навчання, які були отримані в інших ЗВО, а також під час академічної мобільності, тому конкретних рішень предметних комісій щодо визнання результатів навчання на ОП не приймалося. Перезарахування результатів навчання з ОК за результатами попереднього навчання проводиться на підставі порівняння ОК ОП та додатку до диплому (або академічної довідки). ОК, які визнані ідентичними представниками

групи забезпечення ОП Perezараховуються на підставі заяви здобувача. Perezарахування результатів раніше складених здобувачем обов'язкових навчальних дисциплін здійснюється відповідно до Положення про формування індивідуальних освітніх траєкторій здобувачів вищої освіти у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій.

Здобувач має право відмовитися від Perezарахування ОК, якщо його не влаштовує отримана раніше оцінка, та скласти її як академічну різницю або вивчати повторно.

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

Визнання результатів навчання, отриманих в неформальній та/або інформальній освіті регулюється «Положенням про неформальну та інформальну освіту у ДУІКТ», розробленим з урахуванням наказу МОН України від 08.02.2022 №130. Доступність цієї процедури забезпечується оприлюдненням Положення в розділі «Нормативні документи» на сайті ДУІКТ. Воно містить алгоритм звернення, критерії, строки та форми заяви, декларації і протоколів. Консультації надають навчально-методичний відділ ННІМП, кафедра, куратор, гарант ОП і викладач ОК. Положення про неформальну та інформальну освіту ДУІКТ: [p_447_35048489.pdf](https://surl.li/dkxvry)

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

Визнання результатів навчання отриманих у неформальній та/або інформальній освіті на ОП здійснюється у форматі повного чи часткового зарахування дисциплін або врахування відповідних результатів під час поточного оцінювання. Для визнання результатів здобувач подає на ім'я директора ННІМП заяву, декларацію та підтверджуючі матеріали. Підставою для визнання можуть бути сертифікати про проходження онлайн-курсів, тренінгів, вебінарів, участь у наук.конф., наявність публікацій або виконання проф.проектів, тематика яких відповідає ОК. За розпорядженням директора створюється предметна комісія, яка встановлює відповідність заявлених результатів силабусу ОК та за потреби проводить співбесіду або контрольний захід. Комісія ухвалює рішення про повне чи часткове зарахування або відмову. Позитивне рішення оформлюється протоколом; відомості про ОК, кредити, оцінку та підставу вносяться до навчальної картки. Визнання можливе для нормативних ОК або їх складових, крім кваліфік.роботи, та не може перевищ.25% обсягу ОП. Можливість визнання результатів навчання, отриманих в неформ. та/або інформ. освіті конкретизована у силабусах ОП. На момент проведення самооцінювання випадків подання заяв від здобувачів щодо офіційного визнання результатів неформальної та/або інформальної освіти не було.

Силабуси: <https://surl.li/dkxvry>

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Освіт. проц. за ОП організ.відпов.до зак. України «Про освіту», «Про вищ.освіту», Держ.Стандарту спец.075 «Маркетинг»; та Полож.про орг. освіт.процесу в ДУІКТ. Орган.навчання передб. навч. заняття, самост. роботу, практ. підготовку, консультації та контр.заходи. Методи, засоби та технол.навч.ґрунтуються на компетентнісному, студентоцентрованому та проблемно-орієнтов. підходах, відповід. результатам ОК і відображаються в силабусах. Застосов. лекції-візуалізації з елемен. дискусії, навч.дискусії, кейс-метод, робота в групах, ділова гра, мозк. штурм, аналіз реальних марк. ситуацій, презентації, самост. дослідж. Лекції та дискусії формують фундамент. знання і критич.мислення; кейси-здатність аналізувати ринкові виклики та обґрунтов. управл.рішення; робота в групах - навички команд. взаємодії, лідерства та розв. комплекс. маркет.завдань. Самост. робота проводиться у формі вивчення окремих теорет. питань, викон. дослідницьких завдань із подальшим їх розглядом під час аудиту. занять. Їх поєднання забезпечує досягнення мети ОП та РН01–РН18, зокрема навичок провед.маркет. досліджень, роботи з даними марк. аналітики, викор. цифр. інстр. та обґрунт.стратег. рішень. Досягн.РН перевіряється поточ. і підсумк. контролем, захистом проєктів, звітів із практик та кваліф.роботи.

Закон України «Про освіту»: <https://surl.li/zjabbz>

Закон України «Про вищу освіту»: <https://surl.li/nzqrcu>

Стандарт вищої освіти за спеціальністю: <https://surl.li/wffqzm>

Положення про організацію освітнього процесу в ДУІКТ: <https://surl.li/tgrurc>

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

Студентоцентрований підхід закріплено в Полож.про орг.осв.проц.(п. 1.8) та реаліз. через кейси, ділові ігри, симуляції, навч.дискусії; викор.інтерактивних дощок, проєкторів, екранів, презентацій і мультимедійних матеріалів. Методи, засоби й технології навч. зазначено в силабусах ОК.Для обговорень та обміну ідеями застосовують Google Classroom, Zoom, Facebook, сайт університету, Instagram, електр. пошту. Додатк.здобувачі беруть участь в онлайн-курсах, тренінгах, формують ІОТ через вибір.ОК та мають доступ до матер. електр. бібл.ДУІКТ. Зворот. зв'язок

забезпеч. спілкуванням із кураторами та НПП, які коригують методи викл. відповідно до потреб здобувачів. Згідно з резул. опитувань, рівень задовол. організ. освітн. процесу, мет. викл. є високим і демонструє стійку позитив. динаміку. Переважна більш. магістрів оцінюють якість підгот. за ОП як «високу» та «достатню» (понад 61.5%–76.7% у різні навч. роки дають найвищі оцінки). Рівень задов. викл. навч. дисц. станов. 78%–85% (у категор. «дуже задоволені» та «скор. задоволені»). Здобув. відзн. високу практ. орієнтованість навч. Понад 70%–81% підтверджують, що ОП повною мірою відповідає сучас. вимогам ринку праці та запитам проф. діял. У відгуках та проп. магістри акцент. на важл. поглибл. використ. суч. цифр. маркетинг. інструментів, розбору складних бізнес-кейсів, які активно імплементуються у ОК.

Силабуси: <https://surl.li/dkxvry>

Онлайн-лекції: <https://surl.li/wbrutb> ; <https://surl.li/dfddkp>

Ел. бібліотека: <https://surl.li/dcxxri>

Опитування: <https://surl.li/oqriak>, <https://surl.li/iyhqvw>

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

Принципи акад. свободи пошир. на всіх учасн. освітн. процесу (п.10 Полож. про організ. освітн. процесу в ДУІКТ), що передбачає для НПП право обирати методи та засоби навч., які забезп. високу якість освітн. процесу. Пр. акад. свободи реаліз. НПП при склад. силабусів ОК і безпос. у викладач. роботі. Акад. свобода поєднується з відповідальністю: обрані методи мають забезп. досягн. РН, дотрим. акад. доброч. та прозорості критеріїв оцін., зафікс. у силабусах ОК. Відповідність принципам акад. свободи реалізується через індивід. підхід до вибору форм, методів і засобів навч., адаптацію консулть. під потреби здобувачів та постійне кориг. викл. за резулть. зворот. зв'язку й опитувань. Це підтвердж. прох. спец. вебінару «Акад. добр. в наук. дослід.» Вдосконал. та актуалізації форм та методів навчання і викл. сприяє постійна участь НПП у конф., тренінгах, вебінарах, кр. столах, підв. кваліф. та стажув. із застосуванням нейротехнологій, інструментів ШІ та інтеракт. онлайн-курсів, що гарантує сучас. та творч. підхід до форм. освітньої траєкторії здоб. без жорстких метод. обмежень. НПП в межах Прогр. «Прогресивне викладання» долуч. до обговор. питань проєктування якісної ОП; lifelong learning для викладача, тощо. Акад. свобода здобувачів полягає також в здобуванні знань згідно зі своїми нахилами і потребами та реалізується шляхом вибору форм/засобів реалізації та/або тематики індивід. завдань, тем для курс. робіт у межах ОК, тем та керівників кваліф. робіт.

Силабуси: <https://surl.li/dkxvry>

Академіч., наук. активн., проф. розв. НПП <https://surl.li/aqnrnn>

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

ОП містить цілі, загальний зміст та очікувані РН та є у вільному доступі на офіційній вебсторінці кафедри маркетингу. Інф. про цілі, зміст, компетентності, очікувані РН, методи навчання, завдання, форми контролю, розподіл балів, критерії оцінювання, дедлайни та акад. доброч. міститься у силабусі кожного ОК. Силабуси розробляються до початку навч. року, щороку переглядаються з урахуванням пропозицій здобувачів та інш. стейкхолдерів і оприлюд. на сторінці кафедри. Під час першого заняття викладач висвітлює цілі, структуру ОК, очікувані РН, форми і методи викл., порядок і критерії оцінювання досягнень здобувачів, відповідає на питання та надає роз'яснення. Критерії оцінювання є однаковими для всіх та не змінюються після початку вивчення ОК. Здобувачі забезпечені стабільним та зручним доступом до повного комплексу навчально-методичних матеріалів (конспектів лекцій, методичних рекомендацій до практичних занять та самостійної роботи) з усіх ОК через освітню платформу Google Classroom, електронну бібліотеку університету та інформаційні ресурси кафедри.

Освітня програма: <https://surl.li/pshwzm>

Силабуси освітніх компонентів: <https://surl.li/dkxvry>

Електронна бібліотека ДУІКТ: <https://surl.li/gczuia>

Навчально-методичні матеріали кафедри: <https://surl.li/nrmsjn>

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

Поєднання освітн. процесу та наук.-досл. діяльності забезпечується через послідовну інтеграцію фундамент. методології, виконання дослідн. завдань, проходження перед. практики; участь у міжнар. науково-практ. конф., конкурсах студ. наукових робіт, гостьових лекціях від провідних науковців, а також успішне впровадження рез. досліджень у діяльність компаній.

Методологіч. основу формує ОК2: визнач. проблеми, мети й завдань дослідж., вибір методів, опрацювання наук. джерел, обґрунт. висновків та дотр. акад. доброч.. ОК4 та ОК5 забезпечують опанування інструм. ринкового аналізу, роботи з великими даними та обґрунт. управл. рішення. У межах ОК 7 здобувачі виконують курс. роб., що поєдн. теорет. аналіз із дослідж. діяльності конкр. підприємств. Самост. робота, обговорення результатів і консултьатії з викладачами підтримують розвиток критичного мислення та дослідн. самостійності.

ОК10 та ОК11 базуються на реальних дослідницьких завданнях. Актуальним прикладом поєднання навчання, досліджень і практики є практика у компанії Real Doors.

Здобувачі залучаються до досліджень на засадах акад. свободи. Під час викон. кваліф. роб. здобувач самостійно визначає проблему, обирає методи, аналізує інформацію, формулює висновки й обґрунтовує практичні рекомендації у сфері маркетингу. Практична цінність магіст. досліджень підтверд. офіц. довідками про впровадж. у діяльність провідних компаній.

Спільні НПП зі студентами наукові розробки регулярно публікуються у фах. виданнях і збірн. матер. конференцій. Можливості наукового обговорення та апробації забезпечує і щорічна конференція кафедри «Маркетинг»

майбутнього. Виклики та реалії». Поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП відбувається також завдяки високому професійному рівню та дослідницькій активності викладачів. Всі вони є відомими науковцями, які ведуть плідну наукову діяльність. Також для проведення лекцій запрош. відомі вчені.

Конкрет. прикладами поєднання навчання і досліджень є отримання визнання Наукової праці магістерки Б. Сухомлінової (наук. керівн. О. Ромащенко), яка посіла II місце у Міжнар. конкурсі студ. наук. робіт з маркетингу, що проходив у Держ. університеті інтелектуальних технологій і зв'язку (м.Одеса) (2024 р).

Практика магістрів у компанії Real Doors у 2026 р.: <https://surl.li/yobine>

Публікаційна активність магістрів: <https://surl.li/omuyir>

Міжнар.науково-практ. конф. «Маркетинг майбутнього. Виклики та реалії»: <https://surl.li/dcxmvm>

Наукова діяльність кафедри маркетингу: <https://surl.li/zstjnc>

Довідки про впровадж. результ.досліджень магістрів у діяльність провідних компаній: <https://duikt.edu.ua/ua/3183-pavchalno-naukova-aktivnist-zdobuvachiv-magistratura-riven-stratega>

Лекція-дискусія акад.АЕН України Ю.Коваленко: <https://surl.li/fzczsv>

Наукове визнання дослідження магістерки: <https://surl.li/aadjjo>

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

НПП системно оновлюють зміст ОК, інтегруючи актуал. наук. досягнення, цифр. тренди та передову бізнес-практику. Це підтвердж. такими конкр.прикл.: Участь НПП у щорічних Digital Retail Forum (2023-2025), програмі «Електронна комерція без кордонів» від Київської ТПП та КМДА, у проф.конференції UPConf 25 від Uklon дозволила оновити матеріали ОК 6 (інтегровано у теми, присвячені електр. комерції, омнікан. прод. та цифровізації ритейлу). Завдяки проходженню прогр. «Performance marketing. Сучасні навички маркетолога» («Compressors International») доповнено ОК4, ОК5, проходж. вебінарів від топменеджерів провідних компаній (А.Щупак із lifecell/Volia/Data Group, ексдиректорки Starlight Entertainment О.Каленської) у зміст ОК4 впровадж. кейс-методику на прикладі реальн. ринк. кейсів Coca-Cola, lifecell та Uklon. Обговорення новітніх інструментів на KCCI Sales Forum спільно з Shop-Express та участь у конф.«AI Marketing Day 2026» від WebPromoExperts вплинули на оновлення практ.завдань і лекц.матеріалу з використання AI-помічників, автоматизації комунікацій та SEO-аналітики. Здобуті навички антикризового реагування та побудови автентичності брендів в ОК 7 на основі лекції міжн.експертки А.Валуєвої (Union Media & Azzuro).

До оновлення змісту ОК залучаються стейкхолдери під час обговорень ОП. Конкр. приклади зафікс.в табл. проп. до ОП Так, за рек.дир. ННІМП С.Петровської та роботод. В. Ключника ОК «Марк.мен.» оновлено до «Марк.упр. в цифр. середовищі», із фокусом на цифрові екосистеми та роботу з даними. Пропозиція (Г. Заячківська, ХКТЕІ) додати методологіч.акцент до наук.дисц. реалізована у ОК «Орг. та методол. провед. наук. дослід.». ОК «Інновац. марк.» еволюційно трансформовано в «Інновац.маркетинг, стартапи та інтелек.влас.».

Результати каф. НДР використ. в ОК, а саме: теор. засади інновацій (НДР № 0120U0101141) інтегровано в ОК6, ОК8; рекомендації з формування стратегій (НДР № 0125U002855) оновили зміст ОК7; Практичні кейси підвищення впізнаваності брендів (НДР № 0126U004312) застосовуються в ОК7, ОК9.

Силабуси освітніх компонентів: <https://surl.li/dkxvry>

Наукова діяльність кафедри маркетингу: <https://surl.li/zstjnc>

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

Кафедра активно співпр. з іноз. ЗВО (WSHIU (Польща), KBU(Польща), AUNE (Казахстан)) та міжн. бізнес-партнерами (JCI (Братислава), Construction Machinery LLC (Варна)).

Організацію мобільності регламентує відповідне Положення ДУІКТ. Гарант ОП О. Виноградова пройшла стаж. в рамках прогр. міжнар. мобільн. в Akademia Górnośląska (2025), та міжн.стажування «Викор. сучасн. цифрових технол. у освітньому процесі» на базі ЄАІО у співпраці з Вищою соц.-економіч. школою (Польща).

Наук.-метод. інтернац. також підкріп. участю у міжнар. заходах: у SGGW О. Виноградова взяла участь у наук.семінарі Виклики та можл. міжнар.наук.та методологіч.співробітництва, де обговор. особливості структури ОП в Україні та Польщі; на базі Szkoła Główna Handlowa w Warszawie взяла участь в обговоренні перспектив міжнар. співпраці та акад. мобільності. Наукова складова інтернац. інтегрована в діяльність кафедри через проведення щорічних заходів, зокрема Міжнар.конф.«Маркетинг майбутнього. Виклики та реалії» за участю зарубі. партнерів із Польщі та Швейцарії, що створює ефективну платформу для розвитку міжнар.наукових зв'язків.

Партнери каф.: <https://surl.li/sasvju>

Положення про академічну мобільність ДУІКТ: <https://surl.li/jjuzvk>

Стажування О. Виноградової: <https://surl.li/uknfst>

Міжнародне стажування з цифрових технологій: <https://surl.li/nweaeh>

Науковий семінар у SGGW: <https://surl.li/lrzsqr>

Обговорення міжнародної співпраці у Варшаві: <https://surl.li/ykiebt>

Конференція: <https://surl.li/rykcal>

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

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

Реалізація осн.завдань контролю знань здобувачів досягається системним підходом до оцінювання чітко вимірюваних РН, комплексністю застосування різних видів контролю. Формами оцінювання РН є: поточний контроль знань; екзамен; диф.залік; звіт про практику; підсумкова атестація у формі захисту кваліф.роботи. Критерії оцінювання знань, умінь та навичок здобувачів розроблені відповідно до чинного законодавства, затверджені у «Полож. про орг. освіт. процесу у ДУІКТ» (п.5.4, п.5.5) Кожен контр. захід і вид роботи має чітко визначені в силабусах критерії оцінювання (правильність, повнота, самостійність, обґрунтованість і здатність презентувати результати), які спрямовані на перевірку досягнення запланованих РН та рівня сформованості компетентностей.

Поточний контроль забезпечує поетапне встановлення рівня досягнення РН та своєчасний зворотний зв'язок. Для перевірки знань застосовуються усне опитування, доповіді з презентаціями, тестування знань; умінь - практичні роботи, розв'язання прикладних бізнес-кейсів та виконання аналітичних завдань; комунікативних і управлінських компетентностей - командні проекти, презентації та захисти стратегічних і стартап-рішень. Здобувачі можуть отримати дод. бали за результатами позааудиторної активності в межах окремої ОК, про що зазначено у силабусах ОК. При цьому, Університет може визнати результати навчання, здобуті у неформальній/інформальній освіті в обсязі, що не перевищує 25% від загального обсягу освітн.складової ОП.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача.

Передд.практика та захист звіту з практики підтверджують здатність застосовувати набуті компетентності у проф. та дослідницькому середовищі.

Публічний захист кваліф. роб. дає змогу встановити досягнення РН та здатність самостійно розв'язувати складні задачі із проведенням досліджень та здійсненням інновацій у сфері маркетингу.

З навч. дисциплін, що завершуються екзаменом, підсумкове оцінювання знань здобувачів враховує результати поточ. контролю знань та екзамену. З ОК, що завершуються диф. заліком - за результатами поточ. контролю.

Згідно з діючою в університеті системою комплексної діагностики знань студентів, з метою стимулювання планомірної та сист.навч.роботи, результати складання екзаменів, захистів курсових роб. та практик оцінюються за національною (чотирибальною), уніфікованою семибальною шкалою ECTS - A (відмінно), B,C (добре), D,E (задовільно), FX,F (незадовільно), і рейтинговою 100-бальною шкалою, а заліків – за двобальною, семибальною шкалою A,B,C,D,E (зараховано), FX,F (не зараховано) і 100-бальною шкалою. Підсумкові оцінки виставляються та вносяться до екзаменаційної відомості, залікової книжки (позитивні результати) та навчальної картки здобувача. Мінімальний рівень досягнення для зарахування кредиту становить 60 балів.

Положення: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf

Силабуси: <https://duikt.edu.ua/ua/3158-1-kurs-op-marketing>

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

У силабусах з кожн.ОК наводиться детальний опис дисц., перелік компетентн., якими має володіти здобувач та заплановані РН, завдання для самост. роб., описуються методи контр., наводиться схема нарах. балів за різні види навч. діяльності, список рекомед. літер.; кількість балів, які здобувачі можуть отрим. за виконання певного виду роботи й чіткі критерії оцінюв. На 1му занятті викладач детально ознайомлює здобувачів із цими вимогами, а результати поточн. контролю супроводжуються зворотним зв'язком і розбором помилок. У разі виникн.запитань здобувач може отримати роз'яснення викладача під час заняття або консультації, а також скористатися встановленою процедурою оскарження результатів. Для підвищ. рівня довіри до навч. процесу проводиться регулярне опитув. серед здобувачів, що дозволяє отримати зворотний зв'язок щодо зрозумілості критеріїв оцін., їхньої об'єктивності та відповідності очікуванням здобувачів. Вони також допомагають виявити можливі труднощі, з якими стикаються здобувачі під час навчання, і вчасно внести корективи в методику викладання або систему оцінюв. Опитув.2026 показало,що рівень професійності НПП здобувачі оцінюють переважно як «високий» та «дуже високий» (понад 77.5%). Відзначається повна прозорість критеріїв оцінювання та своєчасне доведення регламенту навч. дисц. до студентів.Отже, єдині правила, доступність силабусів і попереднє інформ. забезпечують прозорість та передбачуваність оцінювання.

Силабуси: <https://duikt.edu.ua/ua/3158-1-kurs-op-marketing>

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

Інформація про форми контрольних заходів і критерії оцінювання доводиться до здобувачів завчасно та через декілька взаємодоповнювальних каналів.

На початку семестру: графік освітнього процесу та розклад занять затверджуються ректором і оприлюднюються на офіційному сайті Університету

До початку вивчення ОК затверджені силабуси розміщуються на вебсторінці кафедри та в електронній бібліотеці Університету й залишаються доступними протягом усього семестру. Силабус містить види поточного і семестрового контролю, перелік та строки виконання робіт, розподіл балів, критерії оцінювання, умови допуску до підсумкового контролю і порядок переведення балів у національну шкалу та ЕКТС.

На першому занятті та перед контролем викладач презентує систему оцінювання, вимоги до завдань, терміни виконання та порядок перескладання. Перед кожним завданням здобувачам чітко повідомляються його мета, формат і максимальна кількість балів..

Під час семестрового контролю розклад іспитів та заліків доводиться до відома здобувачів заздалегідь відповідно до затвердженого розкладу.

Такий порядок забезпечує своєчасність, доступність і передбачуваність оцінювання.

Графік освітнього процесу <https://surl.li/qcpzic>

Розклад занять <https://e-rozklad.duikt.edu.ua/>

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

Згідно зі Стандартом вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, атестація здобувачів вищої освіти може здійснюватися у формі кваліфікаційного іспиту або публічного захисту кваліфікаційної (магістерської) роботи. В ОП передбачено, що атестація здобувачів здійснюється у формі публічного захисту кваліф.роб. Захист кваліф.роб. базується на розв'язанні складного завдання або проблеми у сфері маркетингу із проведенням досліджень та здійсненням інновацій, що в повному обсязі демонструє готовність випускника до професійної діяльності та підтверджує досягнення цілей ОП. Вимоги до змісту, обсягу та оформлення випускних кваліф.роб., а також порядок і особливості їх підготовки визначаються Полож.про кваліф. роб.здобувачів вищої освіти у ДУІКТ. Атестація здобувачів здійснюється відповідно Полож. про атестацію здобувачів вищої освіти та організацію роботи екзам.комісії у ДУІКТ. У кваліф.роб. не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліф.робота перевіряється на плагіат відповідно до Полож. про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у ДУІКТ та оприлюднюється у репозиторії ДУІКТ.

Положення про кваліф. роботи p_447_53363267.pdf ;

Положення про атестацію: p_447_63335719.pdf;

Положення про систему запоб.плагіату: p_447_61575036.pdf

Кодекс академічної доброчесності : https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2

Стандарт: https://duikt.edu.ua/uploads/p_1078_83296174.pdf

Репозиторій:<https://duikt.edu.ua/ua/reposit?path=Кафедра+Маркетингу>

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

Процедура проведення контрольних заходів регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у ДУІКТ. Документ визначає види та порядок контролю, форми семестрового контролю, шкалу та принципи оцінювання, умови допуску, перескладання і оформлення результатів. Контрольні заходи охоплюють діагностичний, поточний і підсумковий контроль; останній — заліки, диференційовані заліки, іспити та атестацію. Форми контролю за кожним ОК, розподіл балів, критерії оцінювання, строки виконання завдань та умови допуску конкретизуються в силабусі. Його затверджують до початку навчального року та оприлюднюють на вебсторінці кафедри. На початку вивчення ОК викладач ознайомлює здобувачів із завданнями, балами та порядком контролю та надає роз'яснення під час занять і консультацій. Доступність забезпечується відкритим розміщенням Положення в розділі «Нормативні документи» сайту ДУІКТ без авторизації. Інформація також доводиться через силабуси, розклади занять та іспитів, електронні ресурси, викладачів, кафедру і адміністрацію ННІМП.

Положення про організацію освітнього процесу: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf

Силабуси: <https://duikt.edu.ua/ua/3156-op-marketing-magistratura>

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

Положення про вирішення конфлікт. ситуацій визначає порядок і процедури врегулюв. ситуацій у разі конфлікту інтересів і конфліктів у навч.процесі. Положення про систему внутрішн. забезп.якості ВО передбачає системне запобігання та виявлення академ. недоброчесності в діяльності НПП і здоб.ВО. Процедури виявлення та запобігання плагіату в акад.текстах прац. і здоб.ВО регулює відповідне Положення. Чинний Кодекс акад.доброч. НПП кафедри системно беруть участь у вебін. з акад. доброч.<https://surl.li/xpnexp>.

Перевірка кваліф. робіт здобувачів здійснюється з викор. ПЗ StrikePlagiarism.com

Регулярно здійснюється моніторинг на дотрим. норм акад.добр.В Університеті призначено уповноваж.особу з питань запобіг.і протидії корупції та проводяться антикорупційні заходи.

Усі аудиторії та інші приміщ.Універс.обладнані системою цілодобового відеоспостереж.та реєстрації, яка, за потреби, дозволяє вирішувати спірні ситуації.

За час існування ОП випадків оскарження об'єктивності екзаменаторів, конфлікту інтересів не було.

Положення про орг.освіт.процесу: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf

Положення про виріш.конфл.ситуацій: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_88699516.pdf

Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти: <https://surl.li/klilpf>

Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату: p_447_61575036.pdf

Кодекс академічної доброчесності: <https://surl.li/nbpctxk>

Протидія корупції: <https://surl.li/axrjks>.

Моніторинг: <https://surl.li/mygzai>

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів визначається Положенням про організацію освітнього процесу і зазначений в силабусах ОК. Здобувачу, який не склав, зазвичай, не більше двох заліків у встановлений термін, директор ННІ, як виняток, може дозволити перескладання заліків після завершення екзаменаційної сесії до початку наступного семестру (у визначений термін ліквідації академічної заборгованості). Здобувач, який до початку екзаменаційної сесії не склав хоча б один залік, права на одержання стипендії не має.

Перескладання екзамену допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз – викладачу, другий – комісії, яка створюється директором інституту. Оцінка комісії є остаточною. Якщо здобувач під час складання екзамену комісії отримав незадовільну оцінку (F, FX), то він відраховується з Університету.

Здобувачі, які одержали під час заліково-екзаменаційної сесії три і більше незадовільних оцінок (FX), відраховуються з Університету за невиконання індивідуального навчального плану (за академічну неуспішність). Строки ліквідації академічної заборгованості, як правило, не перевищують трьох місяців. За період реалізації ОП випадків повторного складання перед комісією не зафіксовано. Положення про організацію освітнього процесу ДУІКТ: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf Силабуси: <https://duikt.edu.ua/ua/3156-op-marketing-magistratura>

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

Порядок оскарж.процедури та рез.контр. заходів визначають полож.ДУІКТ про вирішення конф.ситуацій, орг. освіт.проц.та атест. здоб. і роботу ЕК.У випадках конфліктної ситуації за мотивованою заявою здобувача чи викладача, директором інституту створюється комісія для прийм. екзамену (заліку), до якої входять зав.каф. і НППП відп. каф., представники деканату. Відповідно до Полож. щодо вир. конфл. сит. створюється апеляц. комісія для розгляду звернень або скарг здобувача щодо проблем, які виникли під час підсумкового семестрового контролю, відповідно до розпорядження директора інституту не пізніше наступного робочого дня після подання звернення або скарги. Апеляц. комісія, до складу якої входять відповідно до ситуації: куратор групи, директор та заст.дир. інституту, зав.кафедри, голова студ. ради інституту, розглядає звернення здобувача не пізніше 5 робочих днів після його подання. Результати розгляду апеляційного звернення або скарги повідомляють здобувачеві відразу після прийняття рішення, про що здобувач та члени апеляц. комісії підписують відповід. протокол, який реєструється та зберігається в Навчальній частині ННІМП. За час навчання за ОП випадків оскарження результатів проведення контрольних заходів не було. Полож. про виріш.конфл.ситуацій: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_88699516.pdf Полож.про орг.освіт.процесу: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf Положення про атестац. здоб. та організ. роб. екзамен. ком.: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_63335719.pdf

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

Політика та процедури академічної доброчесності в ДУІКТ визначені системою взаємопов'язаних документів:

1. Кодекс академічної доброчесності встановлює принципи академічної культури, види порушень, відповідальність, порядок розгляду справ і права їх учасників. https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf
2. Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату регламентує об'єкти, етапи і засоби перевірки робіт, оформлення результатів і дії в разі виявлення запозичень. https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_61575036.pdf
3. Положення про організацію освітнього процесу визначає вимоги до самостійності виконання завдань, належного цитування, об'єктивного оцінювання та відображення політики доброчесності в силабусах. https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf
4. Положення про кваліфікаційні роботи регулює вимоги до їх самостійності, перевірки на плагіат, допуску до захисту та оприлюднення. https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_53363267.pdf
5. Положення про атестацію здобувачів і роботу ЕК передбачає врахування результатів перевірки роботи на плагіат та проведення атестації на засадах доброчесності, об'єктивності і прозорості. https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_63335719.pdf

Документи оприлюднені у відкритому розділі «Нормативні документи» сайту ДУІКТ <https://duikt.edu.ua/ua/432-normativni-dokumenty-navchannya>

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

Технологічним рішенням є перевірка робіт здобувачів (на безоплатній основі) за допомогою системи <https://strikeplagiarism.com/ua/> на основі внутрішньої бази документів Університету. Функціонує система перевірки курсових і кваліфікаційних робіт на наявність плагіату. Перевірка здійснюється відповідно до Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у ДУІКТ та поєднує автоматизоване виявлення текстових збігів з експертним аналізом. Звіт подібності використовується для перевірки коректності цитування, посилань і характеру запозичень; відсоток збігів сам по собі не є висновком про наявність плагіату. Додатково Google Classroom забезпечує збереження поданих навчальних робіт, фіксацію строків виконання та зворотний зв'язок викладачів. Електронний репозиторій ДУІКТ містить окремий розділ «Кафедра Маркетингу» з матеріалами, систематизованими за роками. Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у ДУІКТ https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_61575036.pdf Репозиторій кваліфікаційних робіт кафедри маркетингу:<https://duikt.edu.ua/ua/reposit?path=Кафедра+Маркетингу>

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

Популяриз. акад.доброч. серед здобувачів ОП здійсн.системно через ознайом. з нормат. докум. ДУІКТ, роз'яснення правил самост. викон. навч. і дослідниць. завдань, коректн. цитування, викор.джерел та відповід. за порушення. Процедура інформув. щодо запобігання акад. недоброчесн. при вивченні ОК закріплена обов'язковим підпис. відповідної декларації. Викладачі зазначають відп.вимоги в силабусах і роз'яснюють їх на початку вивч. ОК.

Кодекс акад. доброч. й матер. щодо підг.кв. робіт доступні на стор. «Практика та дипломування» для магістрів. О.Виноградова на онлайнлекц. пояснила аналіз звітів подібності, відмін. між правомірн.текстовими збігами та некоректн.запозич., помилки цитування й неприпуст.технічних маніпуляцій з текстом. На стор.кафедри є спец.вкладинка, яка містить практичну Пам'ятку з академічної доброчесності для магістрів та Процедуру перевірки (покрововий алгоритм). У 2026 р. О.Виноградова пройшла воркшоп «Академічна доброчесність і ШІ» Проводяться опитування з питань академ. добр. 2024-2025 н.р. та у 2025-2026 н.р. на питання – «Чи ознайомлені Ви з політикою академічної доброчесності?», 95,2 % респондентів надали відповідь – «Так».

Практика та дипломування магістрів: <https://surl.li/gakbnd>
Академічна доброчесність магістрів (пам'ятка та процедура перевірки): <https://surl.li/jirzea>
Воркшоп «Академічна доброчесність і ШІ»: <https://surl.li/rvxngo>
Опитування 2024–2025 н. р.: <https://surl.li/kqgizm>
Опитування 2025–2026 н. р.: <https://surl.li/mfgoma>
Онлайн лекція з доброчесності: <https://surl.li/fopxfr>

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

Реагування ЗВО на порушення академічної доброчесності регламентують Кодекс академічної доброчесності та Положення про систему запобігання і виявлення академічного плагіату. У разі виявлення ознак порушення викладач, науковий керівник або інший учасник освітнього процесу фіксує обставини та подає обґрунтоване повідомлення з доказами. Матеріали може розглядати Комісія з питань академічної доброчесності. Здобувача повідомляють про розгляд, надають можливість ознайомитися з матеріалами, подати пояснення і докази та оскаржити рішення. Вид реагування визначається характером, наслідками і повторністю порушення. Можливі незарахування роботи та її повторне виконання, повторне проходження оцінювання або освітнього компонента, позбавлення академічної стипендії чи відрахування з Університету. Рішення має бути обґрунтованим і прийнятним з дотриманням прав здобувача. На ОП застосовується передусім превентивне реагування. Зокрема, роботи з некоректними запозиченнями або посиланнями не зараховуються та повертаються здобувачам для самостійного доопрацювання. Якщо під час перевірки кваліфікаційної роботи виявлено неприйнятні текстові збіги, робота не допускається до захисту, доопрацьовується і проходить повторну перевірку. У разі повторного встановлення порушення матеріали передаються Комісії.

Підтверджених випадків, що потребували застосування Комісією санкцій до здобувачів цієї ОП, не зафіксовано.

6. Людські ресурси

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

Кадр. забезпеч.ОП «Маркетинг» формується за принц. повної відповідн. кваліфікації та проф. досвіду викладачів змісту закріпл. за ними ОК. Під час щоріч.розподілу навантаж. врахов. профільна освіта, наук.ст., вч.зв., результати підвищ. кваліф., сертиф.міжн.та нац. зразків, а також досвід практ. діяльності. Відповідність НПП Ліц.умовам провад.освіт.діял. підтверджено відповідн. відомостями самооцінювання та профес. досягнен. за останні 5 років. Викладання обов'язкових ОК забезпечують висококваліф. НПП: д.е.н., проф. Виноградова О. (зав.кафедри, гарант ОП) - експерт НАЗЯВО за спец075 «Маркетинг»; член редкол. 3х фах. наук. член АЕН України (ОК6;ОК9); Д.е.н., проф. Сьомкіна Т.-член АЕН України(ОК2;ОК8); К.е.н.,доц.Ромашенко О.(ОК5;ОК7); К.е.н.,доц.Дарчук В.(ОК4); Докт.філос. з менеджменту, ст. викл.Снітко А.(ОК3); К.філол.н.,доц. Колісниченко А. ОК 1 («Англ. мова для ділової комун.»). Усі викладачі, залучені до реалізації програми, крім Колісниченко А., є чл. проф. ГО «Укр.Асоц.Маркетингу», ГО «Всеукраїнська асоціація економістів-міжнародників». Усі мають сертиф. волод.англ. мовою на рівні не нижче B2 та активно відобр. свої наук.профілі у базах Scopus, Web of Science та Google Scholar. Перелік публ. НПП у фахових видан. є у відкр. доступі на сайті кафедри. Практ. складову та прикл. спрямованість підсилюють викладачі з актуал.досвідом у сфері бізнесу й маркетингу (В. Г. Дарчук, А. С. Снітко). Системат.проф. розвиток НПП підтвердж. щорічним підвищ. кваліф. та стажув. Так, О. Виноградова у 2025 році пройшла стаж. в Akademia Górnośląska (Катовіце, Польща). Викладачі кафедри регулярно беруть участь у спеціаліз.прогр. («Штучний інтелект і бізнес: тенденції та практичні кейси», «AI Marketing Day 2026», тренінгах від компаній Genesis, Compressors International, Профітмайнер, SetAp тощо), освоюючи інструменти марк. аналітики, нейротехнологій та автомат. бізнес-процесів.Викладачі системно вдосконалюють навички забезпечення академ. доброчесності. Під час підвищ.кваліфікації (ДЗВО УМО, ЦПО, 2024 р.) НПП Виноградова О., Ромащенко О. прослухали лекцію «Практичні проблеми притягнення науковця до відповідальності за академічний плагіат» <https://surl.li/sdfsso> У червні 2026 р. О.В. Виноградова завершила воркшоп «Академічна доброчесність і ШІ». НПП кафедри: <https://surl.li/qqrpmf>
Видавнича діяльність НПП кафедри <https://surl.li/jcchld>
Академічна,наукова активність,проф. розвиток НПП кафедри <https://surl.li/aqnrnn>
Міжнародне стажування О.В. Виноградової в Akademia Górnośląska: <https://surl.li/oaikgc>
Програма «Штучний інтелект і бізнес: тенденції та практичні кейси»: <https://surl.li/lxlyel>
Участь викладачів у «AI Marketing Day 2026»: <https://surl.li/ekhxcl>
Підвищення компетентностей викладачів з академічної доброчесності: <https://surl.li/knhdye>
Підвищ.кваліф. «Практичні проблеми притягнення науковця до відповідальності за академічний плагіат»:

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

Конк.відбір НПП для реаліз.ОП здійснюється відповідно до Закону Укр. «Про вищу освіту», Ліц. умов, Статуту ДУІКТ та Пор.провед. конк. відбору для заміщ. вакантн. посад НПП Прозорість забезпечується доступністю норма.документів та інформації про вакансії, умови конкурсу й порядок подання докум. на сайті ДУІКТ. Недискримінаційність передбачає застосування однакових кваліф. вимог і процедур оцінювання до претендентів: освіта, наук. ст., відповід. профілю кафедри та ОК, наук.та метод.праці, проф.досвід, стажування, підвищ. кваліф. і викон.Ліц.умов. Кандид. на заміщення посад НПП попередньо обговор. на кафедрі в їх присутності. Претендент проводить відкриту лекцію або практ. заняття, після чого здійснюється обговорення рівня проф. майстерності. По закінч. терміну контракту НПП у повному обсязі подає документи до конк. комісії на продовж. роботи на посаді та бере участь у конкурсі на рівних умовах з інш. претендентами. Для оцінки рівня відповідн. НПП долуч. рейтингова картка, звіт за попередній рік роботи й перелік наук. публікацій. Рішення конк. комісії затвердж. Вч. радою ДУІКТ. Визнач.професіоналізму НПП враховує також результ. опит. здобувачів

Порядок проведення конкурсу для заміщ. вакантн. посад НПП <https://surl.li/hhzgdw>.

Полож.про щорічну рейтингову оцінку діяльності НПП ДУІКТ: <https://surl.li/obknmi>

Вакансії та умови конкурсу: <https://surl.li/lstsuf>

Результ. опит. здобувачів <https://duikt.edu.ua/ua/2965-opituvannya-zdobuvachiv-diyalnist-kafedri>

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

Залучення роботодавців до реалізації ОП має системний характер і охоплює її оновлення, викладання, практичну підготовку та оцінювання результатів. До робочої групи ОП входили О. Волкова -директор ТОВ «Ріал Дорс»(2025-2026); Г. Яблонський -директор ВЕБ-студії «UPWAY»(2023-2024). До рецензування ОП залучалися: у 2026 «Construction Machinery LTD»; ТОВ «Compressors International»; Johnson Controls; у 2025 ТОВ «ФАРМА ПЕРСОНАЛ»; 2024 ТОВ «ФТД-РИТЕЙЛ», ТОВ «Компанія «Про-Консалтинг», ТОВ «Compressors International»; 2023 ТОВ «ПартнерЕД», ТОВ «ГЛОБАЛДІДЖИТАЛ», «UPWAY». В обговоренні брали участь: у 2026 В. Ключник (ТОВ «Стил Лайн»), О.Волкова (ТОВ «Реал Дорс»), І. Іщенко («Івіга»). У 2025–2024 Г. Яблонський («UPWAY»); О. Волкова («Ріал Дорс»); у 2023 Яблонський («UPWAY»). Професіонали-практики систематично долучаються до навч.процесу. Так, на тренінгу в Sense Hub 03.12.2025, участь у якому брали також магістранти, К. Чернявська («Київстар») представила бізнес-кейси з Customer Journey, Voice of Customer та NPS/CSI. Учасники працювали в командах і обґрунтовували рішення щодо клієнтського досвіду. Практик. залучення бізнесу підтверджує переддипл.практика магістрів кафедри в Real Doors у вересні 2026 р.

ОПП: <https://surl.li/uionjg>

Партнери: <https://surl.li/sasvju>

Публічне обговорення ОПП : <https://surl.li/pwklyt>

Онлайн-обговорення магістерських ОПП: <https://surl.li/poduwm>

Тренінг Sense Hub: <https://lnk.ua/myuI3Zld>

Практика в Real Doors: <https://lnk.ua/Ty8fP8L5W>

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

ДУІКТ сприяє проф. розвитку викл. через планув. підвищ. кваліфі., міжн. співпрацю та доступ до наукових і навч. ресурсів. Порядок регламентує Полож.про підвищ.кваліфікації НПП. Викладачі обирають форми, напрями й програми навчання відповідно до проф.потреб.Направлення на навчання або стажування оформл.наказом ректора, а на час навчання передбачено перерозподіл педагог. навантаж. Положення дозволяє підвищ. кваліф.у ЗВО, наук. установах і компаніях-партнерах, а також через академ. мобільність, наукове стажування, тренінги, вебінари, майстер-класи та самоосвіту. Результати підтверджуються сертифікатами, розглядаються кафедрою та, за потреби, визнаються вченою радою інституту.

Конкрет. прикладом є організоване стажування О.В. Виноградової в Akademia Górnośląska, Польща, у 2025 <https://lnk.ua/pJxuJ4YhJ>. Програма охоплювала сучасні методи викл.маркетингу, цифрові технології та ШІ. У 2024 НПП кафедри пройшли стаж. у Нац. акад.пед. наук України ДЗВО «Унів.менеджменту освіти» (180 годин/6 кред.) <https://surl.li/tccems>, <https://surl.li/eubhky>, <https://surl.li/mawcvo>, <https://surl.li/rkcyzn>.

НПП кафедри постійно підвищують свій рівень науково-педаг. майстерн. <https://duikt.edu.ua/ua/312-naukovo-pedagogichni-pracivniki-kafedra-marketingu>.

Полож.про підвищ.кваліф.: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_82499307.pdf

Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності

Інструментом стимулювання є щорічне оцін. діяльності НПП відповідно до Положення про рейтингову оцінку, яке дозволяє враховувати результати навч.-метод. та наук. роботи. Рейтинг охоплює навчальну, методичну, наукову, організ. діяльність і досягнуту кваліфікацію, а його результати використовуються під час преміювання, встановлення надбавок та представлення до почесних звань. Конкретними рейтинговими стимулами є додаткові бали за розроблення інтерактивних занять із залученням студентів, відеолекцій, оновлення методичних матеріалів,

створення підручників і посібників тощо. ДУІКТ стимулює розвиток викл. майстерності через моральні та матер. заохочення, передб. Полож. про порядок заохоч. осіб, які працюють і навчаються в Університеті. Заохочення передбачають визнання високої якості роботи, зразкового виконання обов'язків та проф. досягнень, зокрема оголошення Подяки ректора й представлення до зовнішніх відзнак. Як приклад, Подяками ректора за високі досягнення у навч.-метод. науков. роботі та орг. діяльність було відмічено гаранта ОП О.Виноградову, а також Т.Сьомкіну, О.Ромащенко, В.Дарчук. Нагородження Подякою Київського міського голови відбувалося за поданням ректорату О. Виноградовій у 2025 р. за вагомий особистий внесок у розвиток освіти і науки.

Полож. про порядок заохочення осіб, які працюють і навчаються в Університеті: <https://surl.li/uessit>

Полож. про щорічну рейтингову оцінку діяльності НПП: <https://surl.li/deiwpn>

Академіч., наук. активн., проф. розв. НПП: <https://surl.li/aqnrnn>

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

Силабуси, метод. і матеріали, практ. завдання доступні на сайті кафедри, у Google Workspace for Education і системі дистанц. навч. ДУІКТ, що забезпечує постійний доступ до матеріалів, самост. роб., консультацій і контролю. Вони визначають зміст навчання, завдання й критерії оцінювання, спрямовані на досягнення РН.

Бібліотека надає друк. і електр. видання, репозитарій, доступ до Scopus, Web of Science і Research4Life, підтримуючи дослідн. роботу та підготовку кваліф. роботи.

Фінансування спрямовується на оновлення обладнання й інфраструктури. Безперервність навчання підтримують Wi-Fi і резервний генератор потужністю 240 кВт.

Навч. лабораторії кафедр, які задіяні у ОП оснащені комп'ютерами та проєкторами. Доступні Google Analytics, Google Trends, SimilarWeb, Meta Business Suite, Google Ads, Excel та Odoo. Ці ресурси створ. умови для аналізу ринків, роботи з даними, оцін. цифр. комунікацій та обґрунтування марк. рішень, підтримуючи аналітичну й цифрову складові ОП. Google Workspace for Education викор. для доступу до навч. матеріалів, виконання завдань, спільної роботи та онлайн-консультацій.

МТБ: <https://duikt.edu.ua/ua/1568-materialna-baza-kafedra-marketingu>

Е-бібліотека: <https://duikt.edu.ua/ua/2821-biblioteka>

Публікації НПП: <https://duikt.edu.ua/ua/316-vidavnicia-diyalnist-kafedra-marketingu>

Силабуси: <https://surl.li/dkxvty>

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

ДУІКТ забезпечує викладачам і здобувачам ОП доступ до інфраструктури та інформаційних ресурсів в очному і дистанційному форматах на засадах рівності та недискримінації відповідно до законодавства й Положення про орг. освітн. проц., надає інформ. та техні. підтримку при виникненні труднощів із їх використанням.

На сайті Університету розміщено навчальні матеріали, розклади занять, інформацію про НПП та новини. Діє електронна бібліотека, де постійно доступні навчально-методичні видання. Силабуси ОК оприлюднено на сторінці кафедри, матеріали курсів - у Google Classroom. Наукові та навч.-метод. розробки НПП відкриті для ознайомлення в розділі видавничої діяльності кафедри.

Для навчання, самостійної роботи й досліджень учасники освітнього процесу користуються аудиторіями, лабораторіями, комп'ютерним і мультимедійним обладнанням та мережею Інтернет. Корпоративні облікові записи забезпечують доступ до Google Workspace for Education.

НПП мають корпоративну пошту, через яку отримують розпорядчу документацію, інформаційні листи та повідомлення про наукові й методичні заходи. Інформування викладачів і здобувачів про події та зміни, що стосуються ОП, також здійснюється через месенджери й сторінки кафедри в соціальних мережах.

Положення про орг. освітн. проц.: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf

Е-бібліотека: <https://duikt.edu.ua/ua/2821-biblioteka>

Публікації НПП: <https://duikt.edu.ua/ua/316-vidavnicia-diyalnist-kafedra-marketingu>

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

У ДУІКТ створено безпечне та комфортне освітнє середовище, яке відповідає потребам здобувачів ОП і забезпечує захист їхнього життя й здоров'я.

Університет облаштовано укриттями з Wi-Fi. Під час відключень електроенергії автономність забезпечують генератори (240 кВт у корпусі та 30 кВт у гуртожитку), підтримуючи освітлення, серверну інфраструктуру та життєдіяльність. Власна свердловина гарантує безперебійне водопостачання. Фізична безпека контролюється охороною, пропускною системою, інструктажами з протипожежної безпеки та чіткими алгоритмами дій під час повітряних тривог.

Для навчання, відпочинку й фізичного розвитку функціонують сучасні аудиторії, лабораторії, студцентр, бібліотека, їдальня, гуртожиток, а також спортивні й тренажерні зали і стадіон. Доступність середовища забезпечено засобами безбар'єрності відповідно до Положення про інклюзивне навчання.

Для збереження психоемоційного стану організовано кваліфіковану допомогу (індивідуальні й групові консультації психологині Центру сім'ї Солом'янської РДА Н. Ігначук). На кафедрі проводяться заходи зі стійкості (наприклад, зустріч із психологинею А. Олейнік).

МТБ: <https://duikt.edu.ua/ua/1568-materialna-baza-kafedra-marketingu>

Інклюзивне навчання: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_39062918.pdf

Портал здобувача (marictp): <https://surl.li/oxiowr>

Зустріч із психологинею: <https://surl.li/vnwubu>

Інфраструктура ДУІКТ: <https://surl.li/iuqjfr>

Гуртожиток ДУІКТ: <https://surl.li/cjclss>

Психологічна підтримка здобувачів: <https://surl.li/dtdkip>

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

ДУІКТ забезпечує комплексну освітню, організаційну, інформаційну, консультативну, соціальну підтримку здобувачів ОП, а також системну турботу про їхнє ментальне й фізичне здоров'я.

Освітня та консультативна підтримка здійснюється гарантом ОПП, завідувачем кафедри, викладачами та керівниками кваліфікаційних робіт. Здобувачі отримують індивідуальні консультації з навчальних дисциплін, практики, наукової діяльності та формування індивідуальної освітньої траєкторії. Навчальні матеріали систематизовано в Google Classroom та електронній бібліотеці.

Організаційну підтримку забезпечують кафедра, куратори академічних груп і адміністрація ННІМП. Відповідно до Положення куратори допомагають вирішувати організаційні питання, інформують про особливості освітнього процесу та підтримують комунікацію між здобувачами й адміністрацією.

Для вирішення конфліктних ситуацій діють прозорі механізми.

Інформаційна підтримка реалізується через сайт Університету, портал здобувача кафедри, корпоративну пошту, Google Classroom, месенджери й соціальні мережі. Оприлюднюються розклади, нормативні документи, інформація про наукові заходи, міжнародні програми, практики та стажування. Здобувачі можуть звертатися до кафедри й адміністрації, використовувати адресу info@duikt.edu.ua та скриньку довіри.

Відділ по роботі зі студентами сприяє в оформленні соціальних й академічних стипендій, матеріальної допомоги та поселенні до гуртожитку. Студентське самоврядування представляє інтереси здобувачів, долучається до обговорення умов навчання, побуту й відпочинку. Його повноваження визначені відповідним Положенням.

Підтримка фізичного здоров'я забезпечується доступом до спортивних і тренажерних залів, стадіону та можливістю участі у спортивних заходах. Інфраструктура Університету також включає їдальню, студентський центр і гуртожиток. Безпеку підтримують інструктажі, пропускна система, укриття та резервне електроживлення.

Підтримка ментального здоров'я включає доступ до конфіденційних психологічних консультацій, які проводить психологиня Центру сім'ї Солом'янської РДА Н. Ігначук, та тематичні тренінги зі стресостійкості.

МТБ: <https://duikt.edu.ua/ua/1568-materialna-baza-kafedra-marketingu>

Портал здобувача (marictp): <https://surl.li/oxiowr>

Положення про ІОТ: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_22834975.pdf

Е-бібліотека: <https://duikt.edu.ua/ua/2821-biblioteka>

Положення про куратора: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_88001124.pdf

Вирішення конфліктів: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_88699516.pdf

«Скринька довіри» vps@duikt.edu.ua

Відділ по роботі зі студентами: <https://surl.li/wpqvry>

Психологічна підтримка здобувачів: <https://surl.li/dtdkip>

Зустріч із психологинею: <https://surl.li/vnwubu>

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)

ДУІКТ створює умови для реал. права на освіту особами з особл. освітн. потребами з урах. їхніх індивід. можливостей. Орг. підтримки регламентується Полож. про інклюз. навч., що передбачає недискримінацію, універс. дизайн, розумне пристосування та доступність матер. у прийнятних форматах. За письм. зверненням здобувача може бути створено інклюзивну групу і групу психол.-педагог. супроводу за участю викладачів, адміністрації, соц. підрозділу та студ. самоврядування. За потреби розробл. індивід. навч. план, надаються консультації, психол., педагог. і соц. підтримка, супровід територією та допомога під час евакуації. Фізичну доступність забезпечують пандуси, ліфти, спец. облаштовані саніт. приміщення та дублювання інформації шрифтом Брайля. Відомості про ці елементи доступності оприлюднено на сайті Університету duikt.edu.ua.

Освітня підтримка передбачає індивідуалізацію навчання за потреби, консультації викладачів і кураторів, доступ до електр. матеріалів та дистанц. технологій. Доступні також конфіденційні психологічні консультації. Спец. умови вступу застос. за підставами, визначеними Правилами прийому.

За ОП випадків вступу осіб з особл. освітніми потребами не було, тому приклади індивід. супроводу в межах цієї ОП відсутні.

Інклюзивне навчання: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_39062918.pdf

Інформ. для осіб з особл. потреб.: <https://duikt.edu.ua/ua/1846-informaciya-dlya-osib-z-osoblivimipotrebam-publichna-informaciya>

Картка безбар'єрності: https://duikt.edu.ua/uploads/p_949_41259806.pdf

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

Освітня діяльність ДУІКТ ґрунтується на принципах рівності прав і можливостей, недискримінації, взаємоповаги, відкритості та прозорості. Положення про вирішення конфліктних ситуацій визначає заходи запобігання та процедури реагування на конфлікт інтересів, дискримінацію, сексуальні домагання, булінг, мобінг та інші конфлікти. Документ розміщений у відкритому доступі й поширюється на здобувачів та працівників Університету. Передбачено неформальне врегулювання за участю посередника та формальну процедуру. Здобувач або працівник може подати звернення директору ННІ чи ректору. Для розгляду конфлікту інтересів наказом ректора створюється комісія; до її складу не можуть входити заявник та особа, дії якої оскаржуються. Рішення ухвалюється протягом десяти робочих днів і оформлюється протоколом. Звернення подаються відповідно до Закону України «Про звернення громадян», зокрема через зазначену в Положенні електронну скриньку.

Ефективність функціонування цих механізмів та дотримання етичних норм під час реалізації ОП підтверджується результатами щорічного загальноуніверситетського моніторингу (у 2025–2026 н.р. охоплено 1948 респондентів, зокрема 330 магістрів): 92,2% здобувачів повністю обізнані з принципами етичної поведінки, 90,4% підтверджують системну роз'яснювальну роботу з боку кураторів і викладачів, а 68,9% опитуваних зазначили про повну відсутність будь-яких проявів недоброчесності чи порушень етики в університетському середовищі. Усі звернення здобувачів розглядаються у послідовно визначеному порядку із залученням органів студентського самоврядування, Комісії з етики та академічної доброчесності, що гарантує повну захищеність, прозорість та неупередженість вирішення будь-яких спорів.

Антикорупційна діяльність регламентується Законом України «Про запобігання корупції», Антикорупційною програмою та Положенням про уповноважену особу ДУІКТ. Документи й канали повідомлення оприлюднені в розділі «Протидії корупції». Повідомити про можливі корупційні правопорушення можна на особистому прийомі, письмово, за телефоном (044) 249-25-19, через адресу stopcorr@duikt.edu.ua або скриньку довіри біля центрального входу. Уповноважена особа розглядає повідомлення та здійснює повноваження щодо захисту викривачів.

Під час реалізації ОП звернень щодо корупції, дискримінації, сексуальних домагань або цькування не зафіксовано. Тому конкретні випадки застосування процедур у межах ОП відсутні.

Положення про вирішення конфліктних ситуацій: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_88699516.pdf

«Скринька довіри» vps@duikt.edu.ua

Протидія корупції: <https://duikt.edu.ua/ua/1471-protidii-korupcii-pro-universitet>

Кодекс доброчесності: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf

Нормативні документи: <https://duikt.edu.ua/ua/447-polozhennya-normativni-dokumenty>

Результати моніторингу: <https://surl.li/fhltoc>

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП регулюються Положенням про запровадження та оновлення освітніх програм у ДУІКТ та Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості освіти. Документи оприлюднені у відкритому доступі на сайті університету та встановлюють єдині підходи до забезпечення якості освітніх програм.

Розроблення й оновлення ОП здійснює робоча група із залученням роботодавців, здобувачів, випускників та експертів із маркетингу. Гарант і група забезпечення координують реалізацію програми та опрацювання пропозицій щодо її вдосконалення.

Моніторинг передбачає оцінювання відповідності змісту ОП стандарту вищої освіти, забезпечення досягнення програмних результатів навчання, актуальності освітніх компонентів та задоволеності заінтересованих сторін. Під час перегляду ОП враховуються результати опитувань, пропозиції стейкхолдерів, розвиток маркетингової науки й професійних практик.

Рецензії та зведену інформацію про зміни до ОП «Маркетинг» оприлюднено на сторінці публічного обговорення освітніх програм кафедри маркетингу.

Положення про запровадження та оновлення освітніх програм у ДУІКТ:

https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_50872585.pdf

Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_18879118.pdf

Сайт університету: <https://duikt.edu.ua/>

Публічне обговорення ОП: <https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi>

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

Процедура перегляду й оновлення ОП регламентується Полож. про запровад. та оновл. ОП у ДУІКТ. Перегляд ОП здійснюється на системній основі щороку на принц. студентоцентризму, академ. свободи та відкритості. Процес оновл. ОП врахов. такі аспекти: зміни у законод. базі у сфері освіти та науки; впровадж. нових стандартів вищої освіти або їх актуалізація; зміни що стосуються шифру/назви спец.; результати акред. інш. ОП; пропоз. стейкхолдерів; розшир. співпр. з партнер.; пропозиц. студ. самовряд., гаранта ОП та НПП; результати моніторингу ОП тощо. Прийняті рішення відображ. у зведених табл. змін, оприлюд. на стор. публ. обговор. ОП.

Для підготовки нов. редакц. ОП у 2026 р. рішенням Вч.ради ДУІКТ було створено робочу групу під керівництвом гаранта ОП О.Виноградової. До складу групи увійшли провідні НППІ кафедри (О.В. Воскобоева, В.І. Качмала), стейкх. – робот.(директор ТОВ «Ріал Дорс» О.А. Волкова), здоб.(Д.О. Ярова) та випуск. (А.В. Майстренко, А.С. Снітко). Роб. група провела детальний аналіз тенденцій розвитку цифр. економіки, вимог Держ.станд. спец.075 Маркетинг, Проф. стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» та підготувала Проєкт ОП (прот.№ 10 від 16.02.26). Після відкритого онлайн обговорення ОП 09.03.26 з урахуванням пропозицій, наданих у рецензіях на проєкт ОП, оновлену ОП схвалено кафедрою (прот. № 11 від 12.03.26), затверджено Вч. радою ДУІКТ (прот. № 3 від 17.03.26) та введено в дію з 01.09.26.

Завдяки широкому залученню внутр.і зовн. стейкхолдерів до ОП було внесено низку суттєвих змін, обґрунтованих запитами ринку праці та академічної спільноти. Зокрема, на виконання ініціативи керівництва ННІ та роботодав. (І.П. Іщенко, бюро перекл. «Івіга») додано ОК «Англ. мова для ділов. комунікації» (6 кред.) для підвищення міжнародної конкурентоспр. випускників. Змінено назву ОК «Маркетинговий менеджмент» на «Маркетингове управління в цифровому середовищі» (з урахуванням пропозицій роботодавця В.О. Ключника щодо автоматизації та інструментів штучного інтелекту). Об'єднано ОК «Маркет. аналіз» та «Оцінка ефективності марк. рішень» в єдиний сучасний ОК «Марк. аналітика та прийняття рішень». Переіменовано низку ОК для точнішого відображення їхнього прикладного характеру: «Бенчмаркінг» на «Стратегічний бенчмаркінг», «Інновац. технології в марк. діяльності» на «Інноваційний маркетинг, стартапи та інтелектуальна власність» тощо. За рекомендацією адміністрації інституту (О.М. Антонова) зміст компетентн. та РН доповнено вимогами щодо дотримання проф. етики, акад.добросовісн. та упр. репутац. й корупц. ризиками при прийнятті рішень. (ЗК9; РН16).

Положення про запровадж. та оновл. освітніх програм у ДУІКТ: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_50872585.pdf

Обговорення ОП на кафедрі: <https://surl.li/bqpvln>

Публічне обговорення ОП: <https://surl.li/pwklyt>

Онлайн-обговорення магістерських ОП: <https://surl.li/poduwm>

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

Здобувачі ОП залучаються до періодичного перегляду ОП та процедур забезпечення її якості через опитування, участь у робочій групі, засіданнях кафедри й публічного обговорення. Пропозиції можна подати через форму зворотного зв'язку на сторінці публічного обговорення ОП. Здобувачі та випускники на постійній основі входять до складу робочої групи з перегляду ОП: Н.Поліщук (2023); М.Заєць, А.Майстренко (2024–2025); Д.Ярова, А.Снітко (2026). За ініціативою магістра А.Майстренка у 2025 р. до тексту ОП було внесено додаткові уточнення щодо безпечності освітнього середовища для життя і здоров'я здобувачів. Також здобувачі регулярно залучаються до перегляду ОП та процедур забезпеч. якості через анонімні опитування (за результатами анкетування, понад 96% студентів знають механізми подачі пропозицій). У силабусах ОК в частині «Політика курсу» прописано, що здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.

Публічне обговорення ОП: <https://surl.li/pwklyt>

Опитування здобувачів: <https://duikt.edu.ua/ua/2965-opituvannya-zdobuvachiv-diynalnist-kafedri>

Онлайн-обговорення магістерських ОП: <https://surl.li/poduwm>

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

Органи студ. самовряд. діють відповідно до Полож.про студ.самовряд.та беруть участь у процедурах внутрішн.забезпечення якості освіти та реалізації прав здобувачів. Згідно з пп. 1.11, 2.3–2.5, його представники мають право брати участь у роботі колегіальних органів Університету, обговорювати питання вдосконалення освітн.процесу, вносити пропозиції щодо змісту дисциплін та ОП. Студ.рада узагальнює зауваження здобувачів, передає їх адміністрації, захищає права та інтереси здобувачів і долучається до врегулювання конфлікт. ситуацій. Важливим інструментом участі здобувачів у забезпеченні якості є моніторинг їхньої задоволеності освітнім процесом через опитування щодо якості викладання дисциплін та організації навчання. Конкрет. прикладом участі є опитування щодо якості ОП та викладання, оголошене Студ. радою 15.07.2026. Воно спрямоване на збирання пропозицій щодо оновлення дисциплін, посилення практичної підготовки та покращення взаємодії з викладачами. Зворотний зв'язок створює основу для представлення потреб здобувачів під час удосконалення освітнього процесу. Додатковим механізмом представництва інтересів здобувачів є Наукове товариство студентів та аспірантів (НТСА), яке, зокрема, сприяє формуванню умов для розкриття наукового і творчого потенціалу магістрантів.

Положення про студентське самоврядування: https://duikt.edu.ua/uploads/p_933_68033716.pdf

Наукове товариство ДУІКТ: <https://duikt.edu.ua/ua/124-naukove-tovaristvo-studentiv-nauka>

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

Роботодавці залучаються до періодичн.перегл.ОП через участь у засід.кафедри, публ. обговор. та реценз.ОП. Вони надають пропозиції щодо змісту освітніх компонентів, компетентностей і результатів навчання з урахуванням розвитку маркетингу та потреб ринку праці. Це підтверджується конкр.прикладом:участь у роб. групах: директор ВЕБ-студії «UPWAY» Г.Яблонський та дир. ТОВ «Ріал Дорс» О. Волкова особисто долучалися до розробки й удоскон. ОП. За проп. директора ТОВ «Стіл Лайн» В.Ключника ОК «Марк. мен.» перейменовано на «Марк.упр.в цифровому середовищі» з фокусом на штучний інтелект і дані. Директор «Compressors International» О.Павлов ініціював розширення кейсів щодо цифрової трансформації сервісу. І. Іщенко (бюро перекладів «Івіга») обґрунтувала важливість введення ОК «Англ.мова для діл. ком.». Крім того, ОП узгоджена з вимогами Професійного стандарту маркетолога, затвердженого ГО «Українська Асоціація Маркетингу». Безпос. участь роботодав. у забезпеч.якості ОП

підтверджується також онлайн обговор. 9.03.2026. Рецензії й узагальнені відомості про враховані пропозиції оприлюд. на сторінці публіч. обговор. ОП. Ефективність співробітництва підтверджується результатами регулярного опитування партнерів: 81,8% роботодавців констатують, що кафедра систематично й результативно прислухається до їхніх порад та рекомендацій під час удосконалення освітнього процесу
Публічне обговорення ОПП: <https://surl.li/pwklyt>
Онлайн-обговорення магістерських ОПП: <https://surl.li/poduwm>
Опитування партнерів: <https://surl.li/cc/rtfkj>

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

Збирання інформ. щодо кар'єрного шляху та працевлашт. випуск. ОП здійснюється каф. марк. та ННІМП шляхом підтримання постійного зв'язку з випускниками, особистого спілкування НПП, залучення випуск. до заходів кафедри, отримання відгуків. Випускники можуть залишити відповідні відгуки стосовно навчання в університеті, пропозицій щодо удоскон. ОП, а також інформ. щодо працевлаштування. Проводяться щорічні опитування випускників (напр. у 2025–2026 н.р. охоплено 44 респонденти, з яких 36,4% — випускники магістратури), які дозволяють відстежувати рівень їхньої проф. реалізації: 88,6% випуск. успішно працевлашт. за фахом, причому 71,8% знаходять роботу ще під час навч. в університеті. Отримана інформація аналізується гарантом та робочою групою ОП під час її періодич. перегляду та використов. для оцінювання відповідності змісту підготовки актуальним потребам ринку праці.

Так, на святкуванні Дня маркетолога (2024) випускники кафедри Є.Пашковська, О.Грицай, А.Одинокій. розповіли про свій кар'єрний досвід. 30.03.2026 року відбулася онлайн-лекція на тему: «UI/UX, SEO та Accessibility сайту очима фронтенд-розробника і маркетолога» від випускниці магістратури М. Заєць — Frontend Software Engineer міжнародної IT-компанії Edvantis (Польща).

Відгуки студентів та аиупускників: <https://surl.li/ynmygq>

Зустріч з випускниками на Дні маркетолога: <https://surl.li/yyubpg>

Онлайн-лекція від випускниці: <https://surl.li/jiyrur>

Опитування випускників: <https://surl.li/wfjmno>

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

У ДУІКТ діє ефективна внутрішня система забезпечення якості, яка гарантує вчасне, циклічне та прозоре реагування на результати моніторингу ОП та опитувань заінтересованих сторін. Система реагування на результати моніторингу передбачає систематичний збір та аналіз зворотного зв'язку (кафедра маркетингу на регулярній основі проводить анонімні опитування здобувачів, моніторить потреби ринку праці спільно з роботодавцями (ТОВ «Ріал Дорс», «Стіл Лайн», «Compressors International» тощо) та збирає рекомендації академічної спільноти); оперативне опрацювання та ухвалення рішень (отримані результати моніторингу та пропозиції стейкхолдерів розглядаються на засіданнях кафедри та опрацьовуються спеціально створеною робочою групою під керівництвом гаранта ОП); імплементація змін в освітній процес (підтверджується щорічним оновленням ОП та силабусів дисциплін). Як приклад, до обговорення ОП залучалася І.Лілик, Президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу». За ініціативою заступника директора ННІМП О.Антонової

додано вимоги до академічної доброчесності (ЗК9, РН16). Затвердження оновлених ОП Вченою радою університету (щороку навесні перед початком нового навчального року) доводить, що система забезпечення якості в ДУІКТ є не декларативною, а дієвою та гнучкою, забезпечуючи постійне вдосконалення ОПП відповідно до викликів часу.

Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти:

https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_18879118.pdf

Положення про запровадження та оновлення освітніх програм у ДУІКТ:

https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_50872585.pdf

Публічне обговорення ОП: <https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi>

Участь зацікавлених осіб в обговоренні: https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-15237-kafedra-marketingu-provela-onlayn-obgovorennya-onovlenih-magisterskih-program_kafedra-marketingu

Опитування здобувачів: <https://duikt.edu.ua/ua/2965-opituvannya-zdobuvachiv-diyalnist-kafedri>

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

Сертифікат про акредитацію освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) освітнього рівня серія УД № 11010677 від 09.07.2019 р. Термін дії сертифікату – до 01.07.2024 р. Подальша дія акредитації визначалась відповідно до Постанови КМУ №295 від 16.03.2022 р. про особливості акредитації в умовах воєнного стану.

Результати зовнішнього забезпечення якості систематично враховуються під час перегляду ОП. Зокрема, при підготовці редакції 2026 р. робочою групою були проаналізовані рекомендації акредитаційних комісій суміжних освітніх програм, вимоги Державного стандарту вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженому наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960; професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» (код 2419.2) затвердженого 09.01.2025 р. ГО «Українська Асоціація Маркетингу»; пропозиції роботодавців, здобувачів та інших стейкхолдерів. Це безпосередньо зафіксовано у відомостях про перегляд ОП. За результатами комплексного аналізу актуалізовано загальні та фахові компетентності і РН, посилено іншомовну та професійну комунікацію, удосконалено структуру професійної

підготовки та логічну послідовність освітніх компонентів.

Оновлену ОПП розглянуто та схвалено кафедрою маркетингу схвалено кафедрою (прот. № 11 від 12.03.26), затверджено Вч. радою ДУІКТ (прот. № 3 від 17.03.26) та введено в дію з 01.09.26.

Таким чином, результати та рекомендації зовнішнього оцінювання використовуються робочою групою як один із обов'язкових інформаційних ресурсів для щорічного удосконалення ОП

Публічне обговорення ОП: <https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi>

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

Академ. спільнота систематично залучається до внутріш. забезпеч. якості ОНП «Маркетинг» відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти. Гарант, члени робочої групи, викладачі та наукові керівники беруть участь у моніторингу й перегляді програми, аналізі результатів опитувань, оновленні освітніх компонентів і навчально-методичного забезпечення. Питання якості підготовки розглядаються на засіданнях кафедри та вчених рад інституту й університету. Провідні викладачі кафедри (проф. Т.В. Сьомкіна, доц. О.С. Ромашенко, доц. В.І. Качмала та ін.) в складі офіційної робочої групи беруть безпосередню участь у розробці, моніторингу та корекції змісту ОП. Оновлення ОП та силабусів обговорюється на відкритих засіданнях кафедри маркетингу за участі не лише НПП кафедри, а й представників адміністрації, НПП суміжних кафедр ДУІКТ, а також представників студентського самоврядування. Наприклад, директор ННІМП С. Петровська запропонувала уточнити назву ОК «Маркетинговий менеджмент» на більш сучасну «Маркетингове управління в цифровому середовищі». Заст. дир. О. Антонова ініціювала імплементацію посиленних вимог до антикорупційних і етичних компетенцій. Доцент кафедри І.Совершенна обґрунтувала додання до нормативного блоку ОК «Маркетингові дослідження та ринкові інсайти» для посилення аналітичної підготовки здобувачів.

Публічне обговорення ОП: <https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi>

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

У ДУІКТ формув.культури якості освіти є стратег. пріоритетом акад. спільноти, який реалізується через відкритість, прозорість, акад. доброчесн. та постійн.діалог усіх стейкхолдерів. Зокрема, регул.анонімні опитув. магістрів забезп. реальну участь студ. в управлінні якістю. Спільнота демонстр. високий рівень правової культури. За результ. моніторингу, 100% магістрів чітко знають правила попередж. плагіату, правила цитування та викор.ІІІ .НПП каф. щороку здійснюють самооцін., переглядають силабуси, імплементують пропозиц. стейкхолд. Усі зміни до ОП проходять публіч.обговор., формуючи спільні цінності якості та інституційної довіри.

Важл.складовими культ. якості є проф. розвиток викладачів, поєднання навчання з дослідж. та дотрим.Кодексу акад. доброчесн.Так,гарант ОП системат. бере участь у спец.заходах із забезпечення якості освіти, зокрема під час проходж. тренінгів НАЗЯВО щодо напис. звітів експ. груп та воркшопів із розробки політик акад. доброч. й викор. ІІІ.

Формування культури якості освіти в акад. спільноті підтвердж.результ. регулярн.моніторингового опитування НПП: 97% викл.задоволені функціонув. механізмів акад. доброчесності, 95% підтверджують прозорість системи оцінювання та відкритість критеріїв для студентів, а 90% вважають процедури конкурсного обрання на посади повністю прозорими й об'єктивними; 81% НПП постійно враховують студентські ініціативи для оновлення змісту ОК.

Моніторинг погляду НПП на якість освітньої діяльності у ДУІКТ <https://surl.li/qunxqd>

9. Прозорість і публічність

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

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу ДУІКТ регулюються такими документами ДУІКТ:

Статут ДУІКТ: https://duikt.edu.ua/uploads/p_949_82462133.pdf ;

Концепція розвитку ДУІКТ на 2024-2026 роки https://duikt.edu.ua/uploads/p_949_80703640.pdf ;

Положення про організацію освітнього процесу в ДУІКТ: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf ;

Колективний договір ДУІКТ: https://duikt.edu.ua/uploads/p_949_61639574.pdf ;

Кодекс академічної доброчесності ДУІКТ: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf ;

Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності ДУІКТ

https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_18879118.pdf ;

А також - договором про навчання у закладі вищої освіти та надання платної освітньої послуги між ЗВО та фізичною (юридичною) особою, контрактами з науково-педагогічними працівниками, посадовими інструкціями. Зазначені документи разом з іншими нормативно-правовими актами доступні на офіційному сайті Університету

<https://duikt.edu.ua/ua/949-publichna-informaciya-pro-universitet>

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

Проєкт оновленої ОП обов'язково публікується на офіційному вебсайті кафедри у спеціальному розділі «Публічне

обговорення» на етапі громадського обговорення для збору зауважень, пропозицій та рецензій від усіх заінтересованих сторін (стейкхолдерів).

Після завершення етапу публічного обговорення, узагальнення пропозицій робочою групою та затвердження остаточної редакції програми Вченою радою університету, структура сторінок оновлюється: чинна та введена в дію наказом ректора редакція освітньої програми розміщується у загальному розділі «Освітні програми»; а у розділі «Публічне обговорення» попередній проєкт замінюється на Зведену таблицю зауважень та пропозицій стейкхолдерів, яка демонструє практичну реалізацію отриманого зворотного зв'язку. Такий підхід забезпечує актуальність інформаційного середовища сайту, запобігає плутанині із застарілими проєктними версіями та водночас повністю підтверджує прозорість і відкритість процедури громадського обговорення через публікацію фіксованих результатів (протоколів та зведених таблиць).

Освітньо-професійні програми – <https://duikt.edu.ua/ua/1078-drugiy-magisterskiy-riven-vischoi-osviti-osvitni-programi>
Обговорення ОПП – <https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi>

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

Освітньо-професійна програма та навчальні плани: <https://duikt.edu.ua/ua/1078-drugiy-magisterskiy-riven-vischoi-osviti-osvitni-programi>

Силабуси навчальних дисциплін: <https://duikt.edu.ua/ua/3156-op-marketing-magistratura>

Каталог освітніх компонентів вільного вибору – <https://duikt.edu.ua/ua/2994-katalog-osvitnih-komponentiv-vilnogo-viboru>

Положення про формування індивідуальних освітніх траєкторій здобувачів вищої освіти – https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_22834975.pdf

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони:

1. Чітка практична спрямованість ОП та відповідність ринку праці. ОП оновлена з урахуванням новітнього Професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» (ГО «УАМ», 2025 р.). Зміст ОП чітко фокусується на цифровізації, управлінні клієнтським досвідом, маркетинговій аналітиці, стартапах та інноваціях, що повністю відповідає запитам сучасного бізнесу. Також - прозорість та внутрішня культура якості: синхронізація процесів моніторингу, відкрите обговорення змін, залучення студентів та випускників до складу робочої групи. <https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi>

2. Інформаційна відкритість та цифровізація освітнього середовища. На сайті кафедри маркетингу створено унікальне, структуроване інф. середовище, яке забезпечує реалізацію принципів студентськоцентризму й відкритості освітн.процесу. Зокрема, здобувачі ще до початку навч. мають змогу ознайомитися зі змістом ОК (у т.ч. вибір.-розробл.кафедрою), формами контролю та силабусами, що гарантує свідомий вибір ІОТ. Сформований каф. марк. «Портал здобувача (від студента до лідера змін)», на якому функціонує окрема вкладка «Магістратура: рівень стратега» забезпечує повний супровід: від навчально-наукової активності та матеріалів практики до стандартів доброчесності й можливостей мобільності й працевлаштування. Сторінка кожного викл. містить вичерпну інф.про його кваліфікац., відповідність Ліц. ум., наяв. сертифікатів, а також щороку оновлювані відкриті реєстри підвищ.кваліф. <https://duikt.edu.ua/ua/3181-magistratura-riven-stratega-portal-zdobuvacha-vid-studenta-do-lidera-zmin>

3. Високий кадровий потенціал: НПП мають наук.ступені та вч. звання, входять до спец. вч. рад, НАЗЯВО і профільних ГО, ведуть активну публік. діяльність. Здійснюється системне підвищення кваліфікації (цифровий маркетинг, нейротехнології, AI). Академічна діяльність поєднується з бізнес-консультуванням компаній. <https://duikt.edu.ua/ua/312-naukovo-pedagogichni-pracivniki-kafedra-marketingu>

4. Партнерство з бізнесом. До оновлення та реалізації ОП залучені топменеджери провідних укр. і міжн. компаній («Ріал Дорс», «Compressors International», Johnson Controls). Широко застосовуються гостьові лекції та реальні бізнес-проєкти.

<https://duikt.edu.ua/ua/1571-partneri-kafedri-kafedra-marketingu>

Слабкі сторони.

Попри наявність офіційних угод про міжнародну кредитну мобільність, фактична фізична мобільність студентів залишається обмеженою через безпекові умови. Потребує подальшого розвитку внутрішня академічна мобільність та елементи дуальної освіти в реальному секторі.

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

Упродовж наступних трьох років стратегічний вектор розвитку ОП спрямований на посилення її практично-орієнтованого характеру, глибoku інтеграцію інструментів штучного інтелекту (AI) і маркетингової аналітики, розширення міжнародного партнерства та академічної мобільності.

Для реалізації цих перспектив кафедра маркетингу ДУІКТ планує здійснити такі конкретні заходи:

1. Постійне випереджальне оновлення змісту ОК відповідно до швидкої еволюції цифрових технологій.

Відповідно планується щорічний перегляд силабусів профільних ОК («Маркетингове управління в цифровому середовищі», «Маркетингова аналітика та прийняття рішень») з імплементацією новітніх модулів щодо використання нейротехнологій, AI-інструментів у контент-маркетингу та автоматизації продажів; розширення практичних кейсів із реального бізнес-середовища спільно з IT-компаніями-партнерами.

2. Розширення міжнародної академічної мобільності та реалізація внутрішньої академічної мобільності.

Відповідно планується впровадження програм подвійних дипломів, розширення академічної мобільності на базі чинних та нових угод із закладами вищої освіти в Україні та за кордоном).

3. Реалізація дуальної освіти в підготовці магістрів. Відповідно планується поглиблення практичної інтеграції освітнього процесу з провідними компаніями-партнерами.

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: ШУЛЬГА ВОЛОДИМИР ПЕТРОВИЧ

Дата: 16.10.2026 р.

Таблиця 1. Інформація про освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид освітнього компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Англійська мова для ділової комунікації	навчальна дисципліна	OK 01. Англійська мова для ділової комунікації.pdf	jXaZNHEkjETjq2IIH oUkJif+VON82fCW wgYC3CrSKcU=	Навчальна лабораторія № 405 «Мовна лабораторія» Матеріально-технічне забезпечення: 1) Комп'ютер HPG-2 MT (монітор ASUS, WiFi адаптер, TP-Linkkb, комп'ютерна мишка HP, навушники SVENAP-670 MVBlack) (2017 року) -12 шт. 2) Колонки MICROLAB 2.0 B-56 Black, 1комплект. 3) Лінгафонне обладнання. 4) Відеопроєктор OrtomaDS 346, проєкційний екран AVScreen 3V100MMV, (2017 року) - 1шт. Програмне забезпечення: 1. OlejniczakM. Englishfor Information Technology (1). Vocational English Course Book 1 [Мультимедійний підручник] / Maja Olejniczak. Pearson Education ESL, 2015. – 80p. http://www.dut.edu.ua/ua/702-7022 . HillD. English for Information Technology (2). Vocational English Course Book 2 [Мультимедійний підручник] / David Hill. – Pearson Education ESL, 2015. – 80p.
Організація та методологія проведення наукових досліджень	навчальна дисципліна	OK 02. Організація та методологія проведення наукових досліджень.pdf	G34gqostxeO7/olhFx ATGuxyopI4p+jOOtd lkNJ98ms=	Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.
Стратегічний бенчмаркінг	навчальна дисципліна	OK 03. Стратегічний бенчмаркінг.pdf	eaGpK8nO8wLL9m mA5RNWBxggb6gpT i200+8IO1/53ls=	Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.
Маркетингові дослідження та ринкові інсайти	навчальна дисципліна	OK 04. Маркетингові дослідження та ринкові інсайти.pdf	8xNgvcoV3glM24+C Uk4pD4Lta6Ops526x Bc6dmTlP20=	Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної

				бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.
Маркетингова аналітика та прийняття рішень	навчальна дисципліна	ОК 05. Маркетингова аналітика та прийняття рішень.pdf	LlC7KpMxcMk8yUaTA/x8TjqaIVpB1ifXzspXB0CxzEk=	Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.
Маркетингове управління в цифровому середовищі	навчальна дисципліна	ОК 06. Маркетингове управління в цифровому середовищі.pdf	pmtfggsxSIquru3yr1bkN/eZrr+ypcY6giCxoSoaMs=	Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	ОК 07. Стратегічний маркетинг.pdf	mLjVvk3XavSffq1j4wP/B1n+Mw3ppCSxAuELLxaIoWkM=	Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.
Інноваційний маркетинг, стартапи та інтелектуальна власність	навчальна дисципліна	ОК 08. Інноваційний маркетинг, стартапи та інтелектуальна власність.pdf	PNeworhkiagm+GjDfo+u9AJydpeSbUFZCDB7khjELj8=	Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, Ganttproject, Draw.io, Mobirise, Flipabit, Glideapps, Looker Studio доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.
Управління клієнтським досвідом та лояльністю	навчальна дисципліна	ОК 09. Управління клієнтським досвідом та лояльністю.pdf	ZdXv6JG4DhA2EMTjUf6SrnZVhGwSdQVXWF4zyd+k8KI=	Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.

				Університету.
Переддипломна практика	практика	ОК 10. Переддипломна практика.pdf	tBv3pJJnG+hlsUHLJ NLafH1b+Y5tCC9c9 Kr4sDCoVSQ=	Використовується матеріально-технічне та інформаційне забезпечення бази практики.
Кваліфікаційна робота	підсумкова атестація	ОК 11. Кваліфікаційна робота.pdf	vwlh3eExFpojPglx3J Ddet6xP6Oo5ZTtgXi 6dUVGh+8=	-

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

Таблиця 2. Зведена інформація про відповідність НПП освітнім компонентам

ІД викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування відповідності освітньому компоненту (кваліфікація, професійний досвід, наукові публікації)
487740	Колісниченко Анна Віталіївна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Інформаційних технологій	Диплом спеціаліста, Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, рік закінчення: 2006, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Українська мова і література та мова і література (англійська), Диплом кандидата наук ДК 044200, виданий 11.10.2017, Аттестат доцента АД 015082, виданий 24.04.2024	20	Англійська мова для ділової комунікації	1. Освіта: Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, спеціальність – Педагогіка і методика середньої освіти. Українська мова і література та мова і література (англійська); кваліфікація – української мови і літератури та мови (англійської) і зарубіжної літератури (диплом ЕН № 30323893) 2. Науковий ступінь: Кандидат філологічних наук, спеціальність: 10.01.04 – Література зарубіжних країн (диплом ДК № 044200) 3. Вчене звання: Доцент кафедри іноземних мов і перекладу, (аттестат доцента АД 015082) 4. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат про підвищення кваліфікації на тему «Наука повсякденного мислення» (2021 р.) (80 год. / 2,6 кред.) 2. Отримано сертифікат про підвищення кваліфікації на тему

							«Підвищення кваліфікації педагогічних працівників: нові вимоги и можливості» (2022 р.) (60 год. / 2 кред.) 3. Отримано сертифікат №ADV-030735-KPSI від 13. 08. 2023 про Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації на тему «Формування резильєнтних компетенцій здобувача освіти в період трансформацій, сучасних викликів та кризових станів суспільства» (03. 07. 2023 - 13. 08. 2023) у Навчально-реабілітаційному закладі вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут» і Центрі українсько-європейського наукового співробітництва й школі менеджменту інформаційних систем у м. Кам'янець-Подільський (180 год. / 6 кред.) 4. Отримано сертифікат № FSI-041405-ISMA від 14. 01. 24 р.про підвищення кваліфікації, виданий за результатами закордонного стажування на тему «Similarities and differences in teaching philological disciplines in Ukraine and Latvia» («Схожість і відмінність у викладанні філологічних дисциплін в Україні та в Латвійській Республіці» зі спеціальності «Філологія» (грудень 2023-січень 2024) у Вищій школі менеджменту інформаційних систем (ISMA) у м. Рига, Латвійська Республіка (180 год. / 6 кред.). 5. Отримано сертифікат №ADV-010706-PSAU від 11. 08. 2024 р. про Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації на тему «Дизайн-мислення в освітній діяльності» (01. 07. 2024 - 11. 07. 2024) у Полтавському
--	--	--	--	--	--	--	--

							державному аграрному університеті та Центрі українсько-європейського наукового співробітництва (180 год. / 6 кред.) 6. Отримано сертифікат про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення освітнього курсу на тему «Дослідницька доброчесність» (07. 03. 2025 - 12. 06. 2025) у Міжнародному Європейському університеті (90 год. / 3 кред.) 7. Отримано сертифікат ККПК № 1055-2015 від 15. 12. 2025 р. про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення курсу за програмою «Викладач як громадянин: розвиток громадянської зрілості в освітньому середовищі» за категорією: Керівники, науково-педагогічні, педагогічні працівники закладів вищої освіти (27. 11. 2025 - 15. 12. 2025) у ДЗВО «Університет менеджменту освіти» (90 год. / 3 кред.) 8. Отримано сертифікат про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення курсу «Фінансова грамотність для освітян» (2025 р.) на платформі онлайн-освіти Prometheus (30 год. / 1 кред.) 9. Отримано сертифікат про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення курсу «Протидія та попередження булінгу (цькуванню) в закладах освіти» (2025 р.) на платформі онлайн-освіти Prometheus (80 год. / 2,6 кред.) 6. щонайменше п'ятьма публікаціями у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core
--	--	--	--	--	--	--	--

Collection, протягом останніх п'яти років:

1. Anna Kolisnychenko, Svitlana Kharytska. (2023). Indian myths as the basis of Hart Crane's mythmaking. Alfred Nobel University Journal of Philology. Vol. 2 (26/1). Dnipro. P. 89-104. DOI: 10.32342/2523-4463-2023-2-26/1-7 (Scopus)
2. Харицька С.В., Колісниченко А.В., Конопляник Л.М. (2025). Національна складова стандартизації перекладних словників у процесі формування національної термінології і галузевих наукових тезаурусів. Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «Педагогіка. Психологія». Вип. 7. Вінниця, С. 246-253.
3. Колісниченко А. В., Харицька С. В. (2025). Художня ретрансляція етноментальних констант та сучасної соціально-історичної конкретики в імагінативному просторі ліричної творчості Анни Малігон. Рідне слово в етнокультурному вимірі. № 10. Дрогобич. С. 231-247
4. Харицька С. В., Колісниченко А. В. (2023). Search-informational competence of future biomedical engineers and economists as an important component of adjustment of safety professional activity standards. Перспективи та інновації науки. Серія «Педагогіка». Серія «Психологія». Серія «Медицина». № 15(33). Київ. С. 38-54. [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2023-15\(33\)-38-54](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2023-15(33)-38-54)
5. Харицька С. В., Колісниченко А. В. (2022). Інтенсифікація концепції інклюзії в сучасних соціально-педагогічних доктринах та літературних студіях дизабіліті. Актуальні питання гуманітарних наук. Випуск 47. Том 1. Дрогобич. С. 207-213. <https://doi.org/10.2491>

						9/2308-4863/47-1-31 6. Харицька С. В., Колісниченко А. В. (2022). Проблема адаптації форм виховних заходів до сучасних вимог дистанційного навчання. Перспективи та інновації науки. Серія: Педагогіка. Психологія. Медицина. Випуск №8 (13). С. 306-315. https://doi.org/10.52058/2786-4952-2022-8(13)-306-315 7. Колісниченко. А. В. (2021). Конфлікт культур крізь призму індійської національної свідомості у оповіданні Порошурама «Сватання». Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71). №2. С. 178-182. https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.2-2/31
90368	Сьомкіна Тетяна Віталіївна	Професор, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Менеджменту та підприємництва	Диплом спеціаліста, Ростовський державний університет ім Суслова, рік закінчення: 1985, спеціальність: політична економія, Диплом доктора наук ДД 003779, виданий 16.09.2004, Атестат професора 02ПР 003997, виданий 16.02.2006	29	Організація та методологія проведення наукових досліджень 1. Освіта: Ростовський державний університет ім. М.А.Суслова, спеціальність – спеціальність: «Політична економія», кваліфікація – економіст, викладач політичної економії (МВ № 780544) 2. Науковий ступінь: доктор економічних наук, спеціальність 08.00.01 – Економічна теорія (диплом ДД № 003779) 3. Вчене звання: : професор за кафедрою економічної теорії (атестат 12ПР № 003997) 4. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат № 0153/24 про підвищення кваліфікації викладачів «Інновації у навчанні дисциплін з економіки та підприємства». Український

								державний університет імені Михайла Драгоманова, Навчально-науковий інститут перепідготовки та підвищення кваліфікації (05 лютого – 23 лютого 2024 р., м. Київ). (60 годин/ 2 кред.). 2. Отримано сертифікат № С 20240637 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами проходження науково- педагогічного стажування «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління» Балтійський науково- дослідний інститут проблем трансформації економічного простору, (20 травня - 30 червня 2024 року, м. Рига, Латвійська Республіка). (180 годин/6 кред.) 3. Отримано сертифікат від 12.11.2024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електронної комерції #drf2024 (DIGITAL RETAIL FORUM 2024). (10 год./ 0,3 кред.) 4. Отримано сертифікат від 30.06.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Навчальній програмі «Штучний інтелект і бізнес: тенденції та практичні кейси». Київська ТПП, Департамент промисловості та розвитку підприємництва КМДА. 29-30 липня 2025. (15 год./ 0,5 кред.) 5. Отримано сертифікат від 27.08.2025 р. про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у вебінарі «Академічна добросесність та етика наукових досліджень в епоху відкритої науки». ДНТБ
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							України. (3 год./0,1 кред.) 6. Отримано сертифікат від 11.11.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електронної комерції #drf2025 (DIGITAL RETAIL FORUM 2025). (10 год./ 0,3 кред.) 7. Отримано сертифікат № КК 11-20.02/18-2026 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення навчання з курсу «Нейротехнології та їх застосування в різних видах контенту, методи нейровимірювання (ЕЕГ,fMRI)», 11.02 - 20.02.2026. Маркетингова агенція «K&K consulting». Тренери: Олена Крамарєва та Юлія Кузнецова. Захист роботи на тему: «Нейровізуалізація мозкової активності при сприйнятті відео різних жанрів». (35 год./1,2 кред.) 6. щонайменше п'ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Zghurska O., Melnichuk L., Larina Y., Somkina T., Remez U., Kalyna Lutsii K., Khmurkovskyi H., Basha I, Shaporenko O. (2023). Multifactorial forecast modeling of agro-industrial enterprises' profitability in the process of implementing diversification strategies. Journal of Hygienic Engineering and Design. Volume-41. URL: https://keypublishing.org/jhed/wp-content/uploads/2023/02/16.-JHED-Volume-41-FPP-Abstract (Scopus) 2. Дименко, Р. А., Виноградова, О. В., Сьомкіна, Т. В., & Ляліна, Н. П. (2026). Організація наукових досліджень у
--	--	--	--	--	--	--	--

прикладних науках – політика та практика. Актуальні питання економічних наук, (20).
<https://doi.org/10.5281/zenodo.18725445>
3. Виноградова О. В., Сьомкіна Т. В., Кондрашов О.А. (2025). Методика дослідження споживчої оцінки привабливості атрибутів комплексу послуг інтернет-маркетингу торговельного підприємства. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту, № 2.
<http://nasoa.edu.ua/pi-drozdily/redaktsijno-vydavnychij/nv/>
4. Сьомкіна Т.В., Дарчук В.Г., Дарчук С.С., Сінчевський С.А. (2025). Диверсифікаційно-поведінкова модель маркетингового управління функціонуванням і розвитком роздрібних торговельних мереж. Ефективна економіка., № 1.
<https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5548>
5. Somkina T., Darchuk V., Snitko A., Sinchevsky S. (2025) Marketing and communication platform as an element of the retail network development management model in the context of product diversification. Internauka, 2025. № 1.
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-1-10608>
6. Oksana Zghurska, Mykola Malik, Viktoriia Baidala, Tetiana Somkina, Stepan Kubiv, Ina Huzhavina, Andrii Sukhostavets, Anna Kulik, Alina Zakharzhevska. (2022). Modeling the influence of the environmental factor on ensuring the sustainability of Ukraine's food security. Journal of Hygienic, Engineering and Design (Food Production and Processing). V. 40. 191-200. (ISSN NO. (Online): 1857-8489)) (Scopus) URL: <https://keypublishing.org/jhed/uploads/2022/11/12.-Abstract->

473422	Снітко Артем Сергійович	Старший викладач, Основне місце роботи	Навчально- науковий інститут Менеджменту та підприємств а	Диплом бакалавра, Державний вищий навчальний заклад "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана", рік закінчення: 2020, спеціальність: 072 Фінанси, банківська справа та страхування, Диплом магістра, Державний університет телекомунікаці й, рік закінчення: 2022, спеціальність: 075 Маркетинг, Диплом доктора філософії H26 002783, виданий 20.08.2026	1	Стратегічний бенчмаркінг	%Do%9Eksana- Zghurska.pdf 1. Освіта: Державний університет телекомунікацій, спеціальність - маркетинг; кваліфікація: магістр маркетингу (M22 №005388) 2. Науковий ступінь: доктор філософії, спеціальністю 073 «Менеджмент» (диплом H26 № 002783) 4. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Вебінар «Академічна добросовісність в наукових дослідженнях» Сертифікат № ССоо493014/002587- 24 від 03.04.2024 р. (2 год. / 0,05 кред.) 2. Семінар - тренінг для викладачів «Реклама без стереотипів: навчання свідомого підходу» від Української Асоціації Маркетингу. 3 грудня 2024 р. Сертифікат № 47 /2024-ІГКР. (15 год./0,5 кред.) 3. Підвищення кваліфікації з курсу «Практичний курс по основам динамічних процесів в диджиталізації на сучасному ринку маркетингових послуг». ТОВ «ПРОФІТМАЙНЕР». 14.07-18.07 2025 р. Сертифікат ДМ236739/2025. (30 год./1 кред.) 1. Підвищення кваліфікації з курсу «Інформаційні системи та технології в діяльності маркетолога». ТОВ «СЕТАП». 2025 р. Сертифікат НМ302728 - 25. (30 год./1 кред.) 2. Підвищення кваліфікації з курсу «Adaptation of Consumer Behaviour it the Modern Digital Environment». Алматинський гуманітарно- економічний університет. Сертифікат No. АНЕУ- 028/2025-1. (15 год./0,5 кред.)
--------	-------------------------------	--	---	---	---	-----------------------------	---

								3. Підвищення кваліфікації з курсу «Human Capital as a Driver of Digital Marketing Transformation». Алматинський гуманітарно-економічний університет. Сертифікат No. АНЕU-023/2025-1. (7,5 год./0,25 кред.) 4. Підвищення кваліфікації з курсу «Performance marketing. Сучасні навички маркетолога». ТОВ «КОМПРЕССОРС ІНТЕРНЕТІНЛ» 2025. Сертифікат № 2710/1998-25 (30 год./1 кред.) 6. щонайменше п'ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Виноградова О., Дименко О., Ігнатенко О., Совершенна І., Дарчук В., Снітко А. (2024). Ensuring the financial stability of the enterprise with performance marketing tools. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 3(56), С. 518-532 https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/4359 (Scopus) 2. Ромащенко О., Снітко А., Пілігрим К.І. (2026). Формування механізму стратегічного бенчмаркінгу цифрових бізнес-процесів підприємства. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 3 (54). https://journals.duikt.edu.ua/index.php/emb/issue/view/215 3. Виноградова О., Ромащенко О., Снітко А. (2026). Ефективність використання інтернет-інструментів як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств в інтернет-середовищі. Економіка та суспільство, Вип. 85. URL: https://economyandsoc
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							iety.in.ua/index.php/journal/ 4. Виноградова, О., Сьомкіна, Т., Воскобоева, О., Ромащенко, О., & Снітко, А. (2026). Вдосконалення системи стратегічного управління підприємством в інтернет-середовищі. Актуальні питання економічних наук, (20). URL: https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/1142 5. Снітко А.С. (2026). Концептуальна модель стратегічного управління діяльністю підприємства в інтернет-середовищі. Економіка та суспільство, Вип. 83. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7388 6. Ромащенко О. С., Воскобоева О. В., Снітко А. С. (2025) Оцінка результативності інтернет-маркетингу як індикатор стратегії розвитку підприємства. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. праць. № 3– 4. 2025. https://ir.nasoa.edu.ua/handle/123456789/2049 7. Ромащенко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. (2025) .Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. Бізнес Інформ. 2025. №1. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2025&abstract=2025_1_0_471_479 8. Somkina T., Darchuk V., Snitko A., Sinchevsky S. (2025) Marketing and communication platform as an element of the retail network development management model in the context of product diversification. Internauka, 2025. № 1. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-1-10608
223560	Дарчук Вероніка	Доцент, Основне	Навчально-науковий	Диплом магістра,	9	Маркетингові дослідження та	1. Освіта: Донецький національний

	Геннадіївна	місце роботи	інститут Менеджменту та підприємств а	Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, рік закінчення: 2009, спеціальність: 050103 Міжнародна економіка, Атестат доцента АД 006512, виданий 09.02.2021	ринкові інсайти	університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, спеціальність – Міжнародна економіка, кваліфікація – магістр з міжнародної економіки (диплом НК № 37242719) 2. Науковий ступінь: кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством (диплом ДК №021995) 3. Вчене звання: Доцент за кафедрою маркетингу (атестат АД № 006512) 4. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат «Digital marketing specialist» Genius Space (2023) про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Digital internet marketing» (60 год/ 2 кред.) 2. Отримано сертифікат № СС00493014/002200-24 від 03.04.2024 р. про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у вебінарі «Академічна доброчесність в наукових дослідженнях» (2 год./ 0,05 кред.) 3. Отримано сертифікат № 006024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Практичний курс для викладачів та маркетологів по стратегії лончування продуктів в сучасний період». ТОВ "Фармаперсонал". 2024 р. (30 год. / 1 кред.) 4. Отримано сертифікат № № 44 /2024-ІГКР від 03.12.2024 р. про підвищення кваліфікації, виданий
--	-------------	--------------	---------------------------------------	--	-----------------	---

							за результатами участі у тренінгу "Реклама без стереотипів: навчання свідомого підходу" (УАМ). (15 год./ 0,5 кред.) 5. Отримано сертифікат № 302721-25 про підвищення кваліфікації, виданий ТОВ "СетАп" за результатами участі у тренінгу «Інформаційні системи та технології в діяльності маркетолога». 2025 р. (30 год./ 1 кред.) 6. Отримано сертифікат № КК 11-20.02/15-2026 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Нейротехнології та їх застосування в різних видах контенту, методи нейровимірювання (ЕЕГ,fMRI)», 11.02 - 20.02.2026. Маркетингова агенція «K&K consulting». Тренери: Олена Крамарєва та Юлія Кузнецова. Захист роботи на тему: «Нейровимірювання як інструмент прогнозування успішності рекламних кампаній». (35 год./1,2 кред.) 6. щонайменше п'ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Somkina, T., Vynogradova, O., Darchuk, V., Ilnytskyi, T., & Molokov, I. (2026). Marketing mechanisms for lead generation in social media platforms. Aposta: Revista De Ciencias Sociales , 24(113), e1045. https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1045 (WoS) 2. Nechyporenko V., Darchuk V., Romashchenko O. (2026). International marketing management and product promotion management in digital markets. Актуальні проблеми економіки. № 8 (302). С.729-741
--	--	--	--	--	--	--	--

https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/07/7.26._topic_Valenty-na-Nechyporenko-Veronica-Darchuk-Olga-Romashchenko-729-741.pdf
3. Bebko S., Yanchevskyi R., Darchuk V. (2026). Adaptive mechanism of management of enterprises development in the environment of international marketing in the conditions of smart economy. Актуальні проблеми економіки. № 8 (302). С.145-157. https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/08/8.26._topic_Svitlana-Bebko-Ruslan-Yanchevskyi-Veronica-Darchuk-145-157.pdf
4. Дарчук В.Г., Цівінський А.В., Дарчук С.С., Мельниченко Б. (2026) Механізми впливу емоційного брендингу на поведінкову лояльність клієнтів. Бізнес-навігатор №1. С. 442-446. <https://doi.org/10.32782/business-navigator.84-69>
5. Виноградова О.В., Дарчук В.Г., Дарчук С.С., Ільницький Т.Р. (2025) Лідогенерація, як метод дослідження ефективності маркетингової діяльності підприємства. Інвестиції: практика та досвід. Економічні науки, № 3. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5766/5820>
6. Ромашенко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. (2025) Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. Бізнес Інформ. №1. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2025&abstract=2025_1_0_471_479
7. Дарчук В.Г., Цівінський А.В., Безбородова А.О. (2025) Система збалансованих показників як інструмент стратегічного маркетингового управління. Бізнес-

							navigator. №6. URL: https://business-navigator.ks.ua/journals/2025/81_2025/26.pdf 8. Виноградова О. В., Дарчук В. Г., Пінчук В. М (2023). Тенденції розвитку інтернет-маркетингу на ринку світопрозорих конструкцій у секторі B2B. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 3. С.4-9. https://doi.org/10.31673/2415-8089.2023.030409 . 9. Vynogradova O., Darchuk V., Timchenko L.P. (2022) The main components of designing a brand of goods for children. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №1-2 С.10-16 https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2704
226117	Ромашенко Ольга Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Менеджменту та підприємництва	Диплом магістра, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, рік закінчення: 2008, спеціальність: 050107 Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 038335, виданий 29.09.2016, Аттестат доцента АД 014636, виданий 21.02.2024	12	Маркетингова аналітика та прийняття рішень	1. Освіта: Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, спеціальність – Економіка підприємства, кваліфікація – магістр економіки (диплом НК № 35149599) 2. Науковий ступінь: кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством (диплом ДК № 038335) 3. Вчене звання: Доцент за кафедрою маркетингу (аттестат АД №014636) 4. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат № XV-16-293849248-22 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у On Being a Scientist Course of European Academy of science and research. Hamburg, Germany. 2022 р. (8 год./ 0,3 кред.) 2. Отримано свідоцтво № CSO22-074 від

							18.05.2022 р. Центр сертифікованого навчання ТОВ «Проком» про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у вебінарі «Способи забезпечення потреб в BAS ERP». (4 год./0,1 кред.) 3. Отримано сертифікат № СС00493014/002546-24 від 03.04.2024 р. про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Вебінарі «Академічна доброчесність в наукових дослідженнях» (2 год. / 0,05 кред.). 4. Отримано сертифікат № 005424 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Практичний курс для викладачів та маркетологів по стратегії лончування продуктів в сучасний період». ТОВ "Фармаперсонал". 2024 р. (30 год. / 1 кред.) 5. Отримано сертифікат від 12.11.2024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електронної комерції #drf2024 (DIGITAL RETAIL FORUM 2024). (10 год./ 0,3 кред.) 6. Отримано сертифікат № 2603/1986-25 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Тренінгу ТОВ "Compressors International" «Performance marketing. Сучасні навички маркетолога». 10-14 січня 2025 р. (30 год./ 1 кред.) 7. Отримано сертифікат № ДМ 236742/2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Практичний курс по основам динамічних процесів в диджиталізації на сучасному ринку
--	--	--	--	--	--	--	--

							маркетингових послуг». ТОВ «ПРОФІТМАЙНЕР» 14.07-18.07.2025р. (30 год./1 кред.) 8. Отримано сертифікат № 302727-25 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Інформаційні системи та технології в діяльності маркетолога». ТОВ "СетАп". 2025 р.. (30 год./1 кред.) 9. Отримано сертифікат № 36931-25 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми «Цифровий простір в освіті: навчання, мотивація, штучний інтелект і кібербезпека». Український державний університет імені Михайла Драгоманова. 19.11.2025р. – 24.11.2025 року (3 год / 0,1кред.) 5. керівництво (консультування) дисертації на здобуття наукового ступеня за спеціальністю, що була захищена в Україні або за кордоном: Підготувала 1 доктора філософії: Снітко Артем Сергійович – ступінь доктора філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2026 р.). 6. щонайменше п'ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Vynogradova, O., Somkina, T., Romashchenko, O., Zhogolyev, O., & Pavlov, V. (2026). Strategic marketing management of smart technologies in the internet of things ecosystem. Aposta: Revista De Ciencias Sociales , 24(113), e1057. https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.105
--	--	--	--	--	--	--	---

7 (WoS)
2. Vynogradova O., Zaiats O., Romashchenko O. (2026) Digital marketing management and marketing analytics in the system of ensuring the competitiveness of enterprises. Актуальні проблеми економіки. № 8 (302). С.157-168. https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/08/8.26._topic_Olena-Vynogradova-Olga-Zaiats-Olga-Romashchenko-158-168.pdf
3. Виноградова О., Ромащенко О., Снітко А. (2026). Ефективність використання інтернет-інструментів як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств в інтернет-середовищі. Економіка та суспільство, Вип. 85. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/>
4. Романенко О.В., Ромащенко О.С. (2026). Методичні засади побудови системи цифрового моніторингу для обґрунтування стратегічних рішень компанії. Економічний простір. № 213.С.159-166. <https://doi.org/10.30838/EP.213.159-166>
5. Ромащенко О. С., Воскобоева О. В., Снітко А. С. (2025). Оцінка результативності інтернет-маркетингу як індикатор стратегії розвитку підприємства. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. праць. № 3– 4. 2025. <https://ir.nasoa.edu.ua/handle/123456789/2049>
6. Kolisnichenko, P., Vynogradova O., Somkina, T., Romshchenko, O., & Darchuk, V. (2025). Integrated assessment of internet marketing effectiveness in the digital economy. Economics, Finance and Management Review, (3(23), 81–93. <https://doi.org/10.3669>

						0/2674-5208-2025-3-81-93 7. Воскобоєва О.В., Ромашенко О.С., Жоголев О.С., Туркевич О.О. (2025). Інтеграція інтернету речей (IoT) з CRM-системи як інструмент підвищення ефективності маркетингової діяльності. Наукові перспективи. №1. С 743-754 http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/19406/19410 8. Ромашенко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. (2025) .Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. Бізнес Інформ. 2025. №1. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2025&abstract=2025_1_0_471_479 9. Воскобоєва О.В., Ромашенко О.С., Гуріненко Д.А., Манукян К.А. (2025). Маркетинговий аудит як інструмент контролю маркетингової діяльності підприємств малого бізнесу. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". №1. URL: https://www.inter-nauka.com/uploads/public/17372880805503.pdf
180331	Виноградова Олена Володимирівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Менеджменту та підприємств	Диплом спеціаліста, Донецький інститут радянської торгівлі, рік закінчення: 1986, спеціальність: Організація механізованої обробки економічної інформації, Диплом доктора наук ДД 005663, виданий 15.03.2007, Атестат доцента ДЦ 000212, виданий 22.06.2000, Атестат професора 12ПР 005166, виданий	31	Маркетингове управління в цифровому середовищі 1. Освіта: Донецький інститут радянської торгівлі, спеціальність: 1718 - Організація механізованої обробки економічної інформації; кваліфікація – інженер-економіст (ЛВ №428496) 2. Науковий ступінь: доктор економічних наук, спеціальність 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами (диплом 12ПРН°005166) 3. Вчене звання: професор за кафедрою міжнародної економіки (атестат 12ПР № 003997) 4. Наявність досвіду професійної

				24.12.2007		діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат №119/082-2023. про підвищення кваліфікації, за результатами успішного завершення навчання з курсу «Маркетинг ІТ-продуктів» (24.07-04.08.2023 р.). ІТ-компанія Genesis. (60 год./2,0 кред.). 2. Отримано сертифікат №005124 про підвищення кваліфікації, за результатами успішного завершення навчання з курсу «Практичний курс для викладачів та маркетологів по стратегії лончування продуктів в сучасний період». ТОВ "Фармаперсонал". 15-19.04.2024 р. (30 год. / 1 кред.) 3. Отримано сертифікат № 01047780/244-2024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у тренінгу в рамках модуля програми Еразмус+ Жан Моне «Впровадження європейської циркулярної економіки через соціальне підприємництво як ідентичність EU4Business» 101047780 – ECENT – ERASMUS -JMO-2021-HEI-TCH-RSC «Європейська циркулярна економіка та соціальне підприємництво: кроки розвитку власної ідеї». ECENT. 2024 р. (24 год. / 0,8 кред.) 4. Отримано Свідоцтво СП 35830447/1137-24 від 21.07.2024 р. про підвищення кваліфікації за ОПП «Завідувачі (начальники) кафедр та структурних підрозділів університетів, академій, інститутів) на тему «Маркетингові технології в управлінні закладом освіти», видане з
--	--	--	--	------------	--	--

							Національною Академією педагогічних наук України, ДЗВО «Університет менеджменту освіти», Центральний інститут післядипломної освіти. (22.01-21.07.2024). (180 годин/6 кред.) 5. Отримано сертифікат від 12.11.2024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електронної комерції (DIGITAL RETAIL FORUM 2024). (10 год./ 0,3 кред.) 6. Отримано сертифікат № 1012/1963-25 про підвищення кваліфікації, виданий ТОВ "Compressors International" за результатами участі у тренінгу «Performance marketing. Сучасні навички маркетолога». 10-14 січня 2025 р. (30 год./ 1 кред.) 7. Отримано сертифікат № IAR-WSSG-070/2025-2 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Програмі Міжнародного стажування «Використання сучасних цифрових технологій у освітньому процесі» на базі Європейської асоціації інноваційної освіти (Україна) у співпраці з Вищою соціально-економічною школою (Польща), 12.04-31.05.2025.(180 год/ 6 кред.) 8. Отримано сертифікат № НМ 302717 - 25 про підвищення кваліфікації, за результатами успішного завершення навчання з курсу «Інформаційні системи та технології в діяльності маркетолога». СетАп. Бізнес-тренер Олена Куценко. 25.06 – 29.06.2025. (30 год./1 кред.) 9. Отримано сертифікат від 30.06.2025 про підвищення кваліфікації, виданий
--	--	--	--	--	--	--	---

							за результатами участі у Навчальній програмі «Штучний інтелект і бізнес: тенденції та практичні кейси». Київська ТПП, Департамент промисловості та розвитку підприємництва КМДА. 29-30 липня 2025. (15 год./ 0,5 кред.) 10. Отримано сертифікат № ДМ236735/2025 про підвищення кваліфікації, за результатами успішного завершення навчання з курсу «Практичний курс по основам динамічних процесів в диджиталізації на сучасному ринку маркетингових послуг». ТОВ «ПРОФІТМАЙНЕР». Тренер Тимофій Крамарєв. 14.07-18.07.2025. (30 год./1 кред.) 11. Отримано сертифікат від 11.11.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електронної комерції (DIGITAL RETAIL FORUM 2025). (10 год./ 0,3 кред.) 12. Отримано сертифікат від 14.11.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами стажування в рамках Програми міжнародної мобільності (Akademia Górnośląska im. Wojciecha Korfanteo w Katowicach, 14.10-14.11.2025) з проходженням курсу «Вивчення сучасних навчальних програм та методів викладання маркетингових дисциплін», а також вивчення досвіду та практики «Академії електронного маркетингу» та інших програм післядипломної освіти. (90 год/ 3 кред.) 13. Отримано сертифікат № КПК 654 від 05.01.2026 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення
--	--	--	--	--	--	--	--

							програми навчання «Менторство, фасілітація, тренерство у закладах вищої освіти». Інститут підвищення кваліфікації ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет». 03.12-10.12.2025. (30 год./1 кред.). 14. Отримано сертифікат № КК 11-20.02/14-2026 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Нейротехнології та їх застосування в різних видах контенту, методи нейровимірювання (ЕЕГ, fMRI)», 11.02 - 20.02.2026. Маркетингова агенція «K&K consulting». Тренери: Олена Крамарєва та Юлія Кузнецова. Захист роботи на тему: «Можливості fMRI для вивчення процесів прийняття рішень у споживачів». (35 год./1,2 кред.) 5. керівництво (консультування) дисертації на здобуття наукового ступеня за спеціальністю, що була захищена в Україні або за кордоном: Підготувала 5 докторів наук, 9 кандидатів наук та одного доктора філософії, у т.ч.: Дрокіна Н. І. (2020); Євтушенко Н.О. (2019); Карпенко О.О. (2017); Барна М. Ю. (2016); Сердюк В. М. (2013). 9 кандидатів наук : Пілігрим К.І. (2017 р.); Кондрашов О.А. (2015 р.); Дарчук В.Г. (2014 р.); Гавріш К.С. (2014 р.); Литвинова О. В. (2013 р.); Стельмах О.А. (2012 р.); Верейтіна І.Ю. (2008 р.); Фабрая І.М. (2006 р.); Ластовенко О.В. (2005 р.). Недопако Наталія Миколаївна - ступінь доктора філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р.). 6. щонайменше п'ять публікацій у наукових виданнях, які
--	--	--	--	--	--	--	--

							включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Vynogradova, O., Somkina, T., Romashchenko, O., Zhogolyev, O., & Pavlov, V. (2026). Strategic marketing management of smart technologies in the internet of things ecosystem. <i>Aposta: Revista De Ciencias Sociales</i> , 24(113), e1057. https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1057 (WoS) 2. Somkina, T., Vynogradova, O., Darchuk, V., Ilnytskyi, T., & Molokov, I. (2026). Marketing mechanisms for lead generation in social media platforms. <i>Aposta: Revista De Ciencias Sociales</i> , 24(113), e1045. https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1045 (WoS) 3. Vynogradova O.V., Lehominova S.V., Goloborodko A.Yu., Nosova T.I. (2025) Modeling of business processes for managing integrative digital development of enterprises. <i>Academy Review. № 1 (62) C.193 – 210. DOI: https://doi.org/10.32342/3041-2137-2025-1-62-14</i> (WoS) 4. Згурська, О., Виноградова, О., Єранкін, О., Корчинська, О., Овсієнко, Н., & Айсулу, А. (2024). Медіапланування як необхідна умова підвищення ефективності цифрової маркетингової діяльності бізнес-структур. <i>Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice</i>, 1(54), 2024. С. 578–590. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.54.2024.4271 (Scopus) 5. Vynogradova O., Zaiats O., Romashchenko O. (2026) Digital marketing management and marketing analytics in the system of ensuring the
--	--	--	--	--	--	--	---

						competitiveness of enterprises. Актуальні проблеми економіки. № 8 (302). С.157-168. https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/08/8.26._topic_Olena-Vynogradova-Olga-Zaiats-Olga-Romashchenko-158-168.pdf 6. Orlova-Kurilova O., Vynogradova O., Bilyk O. (2026) Management of digital transformation of business processes of enterprises in the conditions of globalization and development of the digital economy. Актуальні проблеми економіки № 7 (301). С.225-237. https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/07/7.26._topic_Olga-Orlova-Kurilova-Olena-Vynogradova-Oleksandr-Bilyk-225-237.pdf 7. Виноградова О., Ромащенко О., Снітко А. (2026). Ефективність використання інтернет-інструментів як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств в інтернет-середовищі. Економіка та суспільство, Вип. 85. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/ 8. Виноградова, О., Сьомкіна, Т., Воскобоева, О., Ромащенко, О., & Снітко, А. (2026). Вдосконалення системи стратегічного управління підприємством в інтернет-середовищі. Актуальні питання економічних наук, (20). https://doi.org/10.5281/zenodo.18731577 9. Kolisnichenko P., Vynogradova O., Somkina T., Romashchenko O., Darchuk V. (2025). Integrated assessment of internet marketing effectiveness in the digital economy. Economics, Finance and Management Review, (3(23), 81–93. https://doi.org/10.36690/2674-5208-2025-3-81-93 10. Виноградова О.,
--	--	--	--	--	--	--

							Дарчук В., Молоков І. (2025). Цифрова трансформація маркетингу в соціальних мережах через архітектуру механізму взаємодії. Ефективна економіка. № 6. 2025 https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/6747 11. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Денисов Є.В., Недопако Н. М. (2024). Принципи управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації. Інвестиції: практика та досвід. № 12 червень. С.48-54. https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/3947 12. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Недопако Н. М. (2024). Інтегрований системний підхід до управління маркетинговою діяльністю телекомунікаційних підприємств в умовах диджиталізації. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". №5. DOI: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-5-9944 13. Виноградова О. В., Ігнатенко О. В., Недопако Н. М., Гльницький Т.Р. (2024) Проблеми впровадження digital-технологій у маркетингову діяльність українських компаній. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №2 (45), С.4-9. URL: https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2957 14. Виноградова О. В., Шендерівська Л. П., Кулик А. А., Закусило В. В. (2023). Безпекове управління маркетинговими процесами та стартапів інноваційно орієнтованих підприємств сфери послуг в умовах диджиталізації. Формування ринкових відносин в Україні. № 7-8. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.10.20 15. Виноградова О. В.,
--	--	--	--	--	--	--	--

							Дарчук В. Г., Пінчук В. М (2023). Тенденції розвитку інтернет-маркетингу на ринку світлопрозорих конструкцій у секторі B2B. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 3. С.4-9. DOI: https://doi.org/10.31673/2415-8089.2023.030409 .
226117	Ромащенко Ольга Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Менеджменту та підприємництва	Диплом магістра, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, рік закінчення: 2008, спеціальність: 050107 Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 038335, виданий 29.09.2016, Атестат доцента АД 014636, виданий 21.02.2024	12	Стратегічний маркетинг	1. Освіта: Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, спеціальність – Економіка підприємства, кваліфікація – магістр економіки (диплом НК № 35149599) 2. Науковий ступінь: кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством (диплом ДК № 038335) 3. Вчене звання: Доцент за кафедрою маркетингу (атестат АД №014636) 4. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат № XV-16-293849248-22 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у On Being a Scientist Course of European Academy of science and research. Hamburg, Germany. 2022 р. (8 год./ 0,3 кред.) 2. Отримано свідоцтво № CSO22-074 від 18.05.2022 р. Центр сертифікованого навчання ТОВ «Проком» про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у вебінарі «Способи забезпечення потреб в BAS ERP». (4 год./0,1 кред.) 3. Отримано сертифікат № СС00493014/002546-24 від 03.04.2024 р. про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у вебінарі

								«Академічна доброчесність в наукових дослідженнях» (2 год. / 0,05 кред.). 4. Отримано сертифікат № 005424 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Практичний курс для викладачів та маркетологів по стратегії лончування продуктів в сучасний період». ТОВ "Фармаперсонал". 2024 р. (30 год. / 1 кред.) 5. Отримано сертифікат від 12.11.2024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електронної комерції #drf2024 (DIGITAL RETAIL FORUM 2024). (10 год./ 0,3 кред.) 6. Отримано сертифікат № 2603/1986-25 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Тренінгу ТОВ "Compressors International" «Performance marketing. Сучасні навички маркетолога». 10-14 січня 2025 р. (30 год./ 1 кред.) 7. Отримано сертифікат № ДМ 236742/2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Практичний курс по основам динамічних процесів в диджиталізації на сучасному ринку маркетингових послуг». ТОВ «ПРОФІТМАЙНЕР» 14.07-18.07.2025р. (30 год./1 кред.) 8. Отримано сертифікат № 302727-25 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Інформаційні системи та технології в діяльності маркетолога». ТОВ "СетАп". 2025 р.. (30 год./1 кред.) 9. Отримано
--	--	--	--	--	--	--	--	--

						сертифікат № 36931-25 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми «Цифровий простір в освіті: навчання, мотивація, штучний інтелект і кібербезпека». Український державний університет імені Михайла Драгоманова. 19.11.2025р. – 24.11.2025 року (3 год / 0,1кред.) 5. керівництво (консультування) дисертації на здобуття наукового ступеня за спеціальністю, що була захищена в Україні або за кордоном: Підготувала 1 доктора філософії: Снітко Артем Сергійович – ступінь доктора філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2026 р.). 6. щонайменше п'ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Vynogradova, O., Somkina, T., Romashchenko, O., Zhogolyev, O., & Pavlov, V. (2026). Strategic marketing management of smart technologies in the internet of things ecosystem. Aposta: Revista De Ciencias Sociales , 24(113), e1057. https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1057 (WoS) 2. Nechyporenko V., Darchuk V., Romashchenko O. (2026). International marketing management and product promotion management in digital markets. Актуальні проблеми економіки. № 7 (301). С.729-741 https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/07/7.26._topic_Valenty-na-Nechyporenko-Veronica-Darchuk-Olga-Romashchenko-729-741.pdf
--	--	--	--	--	--	--

3. Vynogradova O., Zaiats O., Romashchenko O. (2026) Digital marketing management and marketing analytics in the system of ensuring the competitiveness of enterprises. Актуальні проблеми економіки. № 8 (302). С.157-168. https://economics.net/wp-content/uploads/2026/08/8.26_topic_Olena-Vynogradova-Olga-Zaiats-Olga-Romashchenko-158-168.pdf
4. Виноградова О., Ромащенко О., Снітко А. (2026). Ефективність використання інтернет-інструментів як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств в інтернет-середовищі. Економіка та суспільство, Вип. 85. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/>
5. Виноградова, О., Сьомкіна, Т., Воскобоєва, О., Ромащенко, О., & Снітко, А. (2026). Вдосконалення системи стратегічного управління підприємством в інтернет-середовищі. Актуальні питання економічних наук, (20). <https://doi.org/10.5281/zenodo.18731577>
6. Ромащенко О. С., Воскобоєва О. В., Снітко А. С. (2025). Оцінка результативності інтернет-маркетингу як індикатор стратегії розвитку підприємства. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. праць. № 3 – 4. 2025. <https://ir.nasoa.edu.ua/handle/123456789/2049>
7. Kolisnichenko, P., Vynogradova O., Somkina, T., Romshchenko, O., & Darchuk, V. (2025). Integrated assessment of internet marketing effectiveness in the digital economy. Economics, Finance and Management Review. (3(23)). 81–93.

							https://doi.org/10.36690/2674-5208-2025-3-81-93 8. Ромашченко О.С., Качмала В.І., Павлов В.А., Грачов Б.О. (2025). Особливості формування стратегії SMM-просування: сучасні підходи та інструменти ефективності. Журнал Бізнес-навігатор. №1(78). С.309-314. http://business-navigator.ks.ua/journals/2025/78_2025/53.pdf 9. Ромашченко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. (2025) .Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. Бізнес Інформ. 2025. №1. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2025&abstract=2025_1_0_471_479 10. Romaschenko O., Sukhomlinova B. (2023). Formation of the marketing strategy of SMB communication enterprises. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 3.С.69-74. URL: https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2898/2796 11. Romashchenko O., Spatar D. (2023). The use of digital technologies in the development of a strategy for the promotion of services at the enterprise. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 1. С.65-70. URL: https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/issue/view/177
90368	Сьомкіна Тетяна Віталіївна	Професор, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Менеджменту та підприємництва	Диплом спеціаліста, Ростовський державний університет ім Суслова, рік закінчення: 1985, спеціальність: політична економія, Диплом доктора наук ДД 003779, виданий 16.09.2004, Атестат професора 02ПР 003997, виданий 16.02.2006	29	Інноваційний маркетинг, стартапи та інтелектуальна власність	1. Освіта: Ростовський державний університет ім. М.А.Суслова, спеціальність – спеціальність: «Політична економія», кваліфікація – економіст, викладач політичної економії (МВ № 780544) 2. Науковий ступінь: доктор економічних наук, спеціальність 08.00.01 – Економічна теорія (диплом ДД № 003779) 3. Вчене звання: : професор за кафедрою економічної теорії

							(атестат 12ПР № 003997) 4. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат про підвищення кваліфікації за результатами участі у I International Scientific and Practical Conference «Current questions of modern science», November 24 – 25, 2022. Tallinn, Estonia. (9 год./ 0,3 кред.) 2. Отримано сертифікат № 0153/24 про підвищення кваліфікації викладачів «Інновації у навчанні дисциплін з економіки та підприємства». Український державний університет імені Михайла Драгоманова, Навчально-науковий інститут перепідготовки та підвищення кваліфікації (05 лютого – 23 лютого 2024 р., м. Київ). (60 годин/ 2 кред.). 3. Отримано сертифікат № С 20240637 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами проходження науково-педагогічного стажування «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління» Балтійський науково-дослідний інститут проблем трансформації економічного простору, (20 травня - 30 червня 2024 року, м. Рига, Латвійська Республіка). (180 годин/6 кред.) 4. Отримано сертифікат від 12.11.2024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електронної
--	--	--	--	--	--	--	---

							комерції #drf2024 (DIGITAL RETAIL FORUM 2024). (10 год./ 0,3 кред.) 5. Отримано сертифікат № 51 /2024-ІГКР про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Семінарі - тренінгу для викладачів «Реклама без стереотипів: навчання свідомого підходу» від Української Асоціації Маркетингу. 3 грудня 2024 р. (15 год./0,5 кред.) 6. Отримано сертифікат від 30.06.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Навчальній програмі «Штучний інтелект і бізнес: тенденції та практичні кейси». Київська ТПП, Департамент промисловості та розвитку підприємництва КМДА. 29-30 липня 2025. (15 год./ 0,5 кред.) 7. Отримано сертифікат від 27.08.2025 р. про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Вебінарі «Академічна доброчесність та етика наукових досліджень в епоху відкритої науки». ДНТБ України. (3 год./0,1 кред.) 8. Отримано сертифікат № КК 11-20.02/18-2026 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення навчання з курсу «Нейротехнології та їх застосування в різних видах контенту, методи нейровимірювання (ЕЕГ,fMRI)», 11.02 - 20.02.2026. Маркетингова агенція «K&K consulting». Тренери: Олена Крамарєва та Юлія Кузнецова. Захист роботи на тему: «Нейровізуалізація мозкової активності при сприйнятті відео різних жанрів». (35 год./1,2 кред.) 9. Отримано сертифікат від 11.11.2025 про підвищення
--	--	--	--	--	--	--	--

							кваліфікації, виданий за результатами участі у Бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електронної комерції #drf2025 (DIGITAL RETAIL FORUM 2025). (10 год./ 0,3 кред.) 6. щонайменше п'ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Vynogradova, O., Somkina, T., Romashchenko, O., Zhogolyev, O., & Pavlov, V. (2026). Strategic marketing management of smart technologies in the internet of things ecosystem. <i>Aposta: Revista De Ciencias Sociales</i>, 24(113), e1057. https://oi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1057 (WoS) 2. Somkina, T., Vynogradova, O., Darchuk, V., Ilnytskyi, T., & Molokov, I. (2026). Marketing mechanisms for lead generation in social media platforms. <i>Aposta: Revista De Ciencias Sociales</i>, 24(113), e1045. https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1045 (WoS) 3. Biletska I., Somkina T., Kharchuk T. (2026). Technological entrepreneurship management and sme startup development management. <i>Актуальні проблеми економіки</i> № 3 (297). C.729-736. DOI: 10.32752/1993-6788-2026-1-297-729-736 https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/03/3.26._topic_Iryna-Biletska-Tetiana-Somkina-Tet%D1%96ana-Kharchuk-729-736.pdf 4. Головніна О. Г., Денисенко М. П., Сьомкіна Т. В. (2025). Інновації, маркетинг цінностей та омніканальний маркетинг в закупівельній діяльності компанії. <i>Агросвіт</i>. №2. С.14-20. URL: https://nayka.com.ua/i
--	--	--	--	--	--	--	--

						ndex.php/agrosvit/article/view/5444/5499 5. Головніна О. Г., Сьомкіна Т. В., Денисенко М. П. (2024). Управління якістю корпоративного людського капіталу. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №2. С.19-27. URL: https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2959 6. Сьомкіна Т.В., Головніна О.Г., Гальцова О.Л. (2023). Управління структурою людського капіталу на основі концепту інноваційних змін. Приазовський економічний вісник. Вип. 2(34), С. 13-19. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2023/2_34_ukr/5.pdf 7. Головніна О. Г., Гальцова О. Л., Сьомкіна Т. В., Слава С. С. (2023). Деякі аспекти управління розвитком людського капіталу. Приазовський економічний вісник. Вип. 1. С. 22-31. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2023/1_33_ukr/6.pdf 8. Golovnina E., Kovshova I., Zubko T., Somkina T., Grydzhuk I. (2023) Economic development of the marketing of values in the human capital executive management hierarchy. Journal of Hygienic Engineering and Design. Vol. 44. Pp. 128-138. URL: https://keypublishing.org/jhed/jhed-volumes/volume-44/	
180331	Виноградова Олена Володимирівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Менеджменту та підприємництва	Диплом спеціаліста, Донецький інститут радянської торгівлі, рік закінчення: 1986, спеціальність: Організація механізованої обробки економічної інформації, Диплом доктора наук ДД 005663, виданий 15.03.2007, Атестат доцента ДЦ 000212,	31	Управління клієнтським досвідом та лояльністю	1. Освіта: Донецький інститут радянської торгівлі, спеціальність: 1718 - Організація механізованої обробки економічної інформації; кваліфікація – інженер-економіст (ЛВ №428496) 2. Науковий ступінь: доктор економічних наук, спеціальність 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами (диплом 12IPN0005166) 3. Вчене звання: професор за

				виданий 22.06.2000, Атестат професора 12ПР 005166, виданий 24.12.2007		кафедрою міжнародної економіки (атестат 12ПР № 003997) 4. Наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат №119/082- 2023. про підвищення кваліфікації, за результатами успішного завершення навчання з курсу «Маркетинг ІТ- продуктів» (24.07- 04.08.2023 р.). ІТ- компанія Genesis. (60 год./2,0 кред.). 2. Отримано сертифікат №005124 про підвищення кваліфікації, за результатами успішного завершення навчання з курсу «Практичний курс для викладачів та маркетологів по стратегії лончування продуктів в сучасний період». ТОВ "Фармаперсонал". 15- 19.04.2024 р. (30 год. / 1 кред.) 3. Отримано сертифікат № 22 /2024-ІГКР про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у семінарі - тренінгу для викладачів «Імплементация в навчальний процес закладів освіти теми дискримінації в рекламі» від Української Асоціації Маркетингу спільно з Представництвом Фонду імені Фрідріха Еберта в Україні. 17-19 травня 2024 р. (30 год./1 кред.) 4. Отримано Свідоцтво СП 35830447/1137-24 від 21.07.2024 р. про підвищення кваліфікації за ОПП «Завідувачі (начальники) кафедр та структурних підрозділів університетів, академій, інститутів) на тему «Маркетингові технології в управлінні закладом освіти», видане з Національною Академією
--	--	--	--	--	--	--

								педагогічних наук України, ДЗВО «Університет менеджменту освіти», Центральний інститут післядипломної освіти. (22.01-21.07.2024). (180 годин/6 кред.) 5. Отримано сертифікат від 12.11.2024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електронної комерції (DIGITAL RETAIL FORUM 2024). (10 год./ 0,3 кред.) 6. Отримано сертифікат № 39/2024-ІГКР від 03.12.2024 р. про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у тренінгу "Реклама без стереотипів: навчання свідомого підходу" (УАМ). (15 год./ 0,5 кред.) 7. Отримано сертифікат № 1012/1963-25 про підвищення кваліфікації, виданий ТОВ "Compressors International" за результатами участі у тренінгу «Performance marketing. Сучасні навички маркетолога». 10-14 січня 2025 р. (30 год./ 1 кред.) 8. Отримано сертифікат № ІAR-WSSG-070/2025-2 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Програмі Міжнародного стажування «Використання сучасних цифрових технологій у освітньому процесі» на базі Європейської асоціації інноваційної освіти (Україна) у співпраці з Вищою соціально-економічною школою (Польща), 12.04-31.05.2025.(180 год/ 6 кред.) 9. Отримано сертифікат № НМ 302717 - 25 про підвищення кваліфікації, за результатами успішного завершення навчання з курсу «Інформаційні системи та технології в діяльності
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							маркетолога». СетАп. Бізнес-тренер Олена Куценко. 25.06 – 29.06.2025. (30 год./1 кред.) 10. Отримано сертифікат від 30.06.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Навчальній програмі «Штучний інтелект і бізнес: тенденції та практичні кейси». Київська ТПП, Департамент промисловості та розвитку підприємництва КМ/ДА. 29-30 липня 2025. (15 год./ 0,5 кред.) 11. Отримано сертифікат № ДМ236735/2025 про підвищення кваліфікації, за результатами успішного завершення навчання з курсу «Практичний курс по основам динамічних процесів в диджиталізації на сучасному ринку маркетингових послуг». ТОВ «ПРОФІТМАЙНЕР». Тренер Тимофій Крамарєв. 14.07-18.07.2025. (30 год./1 кред.) 12. Отримано сертифікат від 11.11.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електронної комерції (DIGITAL RETAIL FORUM 2025). (10 год./ 0,3 кред.) 13. Отримано сертифікат від 14.11.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами стажування в рамках Програми міжнародної мобільності (Akademia Górnośląska im. Wojciecha Korfanteo w Katowicach, 14.10-14.11.2025) з проходженням курсу «Вивчення сучасних навчальних програм та методів викладання маркетингових дисциплін», а також вивчення досвіду та практики «Академії електронного маркетингу» та інших програм
--	--	--	--	--	--	--	---

							післядипломної освіти. (90 год/ 3 кред.) 14. Отримано сертифікат № КК 11-20.02/14-2026 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Нейротехнології та їх застосування в різних видах контенту, методи нейровимірювання (ЕЕГ, fMRI)», 11.02 - 20.02.2026. Маркетингова агенція «K&K consulting». Тренери: Олена Крамарєва та Юлія Кузнецова. Захист роботи на тему: «Можливості fMRI для вивчення процесів прийняття рішень у споживачів». (35 год./1,2 кред.) 15. Отримано сертифікат № НМ 105053 – 26 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Гейміфікація та імерсивні технології у просуванні брендів: AR, VR і віртуальні середовища у маркетинговій практиці». 05.09.2026 -14.09.2006. ТОВ «Сетап». Тренери: Тимофій Крамарєв та Олена Куценко. Захист роботи на тему: « Гейміфікація як інструмент підвищення залученості споживачів у цифрових маркетингових комунікаціях». (35 год./1,2 кред.) 5. керівництво (консультування) дисертації на здобуття наукового ступеня за спеціальністю, що була захищена в Україні або за кордоном: Підготувала 5 докторів наук, 9 кандидатів наук та одного доктора філософії, у т.ч.: Дрокіна Н. І. (2020); Євтушенко Н.О. (2019); Карпенко О.О. (2017); Барна М. Ю. (2016); Сердюк В. М. (2013). 9 кандидатів наук : Пілігрим К.І. (2017 р.); Кондрашов
--	--	--	--	--	--	--	--

						О.А. (2015 р.); Дарчук В.Г. (2014 р.); Гавріш К.С. (2014 р.); Литвинова О. В. (2013 р.); Стельмах О.А. (2012 р.); Вереїтіна І.Ю. (2008 р.); Фабрая І.М. (2006 р.); Ластовенко О.В. (2005 р.). Недопако Наталія Миколаївна - ступінь доктора філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р.). 6. щонайменше п'ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Vynogradova, O., Somkina, T., Romashchenko, O., Zhogolyev, O., & Pavlov, V. (2026). Strategic marketing management of smart technologies in the internet of things ecosystem. <i>Aposta: Revista De Ciencias Sociales</i>, 24(113), e1057. https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1057 (WoS) 2. Somkina, T., Vynogradova, O., Darchuk, V., Ilnytskyi, T., & Molokov, I. (2026). Marketing mechanisms for lead generation in social media platforms. <i>Aposta: Revista De Ciencias Sociales</i>, 24(113), e1045. https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1045 (WoS) 3. Vynogradova O.V., Lehominova S.V., Goloborodko A.Yu., Nosova T.I. (2025) Modeling of business processes for managing integrative digital development of enterprises. <i>Academy Review</i>. № 1 (62) С.193 – 210. DOI: https://doi.org/10.32342/3041-2137-2025-1-62-14 (WoS) 4. Згурська, О., Виноградова, О., Єранкін, О., Корчинська, О., Овсієнко, Н., & Айсулу, А. (2024). Медіапланування як необхідна умова підвищення
--	--	--	--	--	--	---

							ефективності цифрової маркетингової діяльності бізнес-структур. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 1(54),2024. С. 578–590. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptr.1.54.2024.4271 (Scopus) 5. Виноградова О.В., Совершенна І.О., Єнчева О.С. (2026) Маркетинг і реклама у структурі креативних індустрій України: стратегічний потенціал повоєнного відновлення та форсаж експортної експансії. Економіка і суспільство, Одеса, №91. 2026. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/8472 6. Виноградова О.В., Молоков І.О., Шульга Ж.О. (2026). SMM-маркетинг у банківській сфері України: тенденції, інновації та клієнтоорієнтовані стратегії. Бізнес-навігатор. №1 (84).С.79-84. https://doi.org/10.32782/business-navigator.84-12 7. Виноградова О., Дарчук В., Молоков І. (2025). Цифрова трансформація маркетингу в соціальних мережах через архітектуру механізму взаємодії. Ефективна економіка. № 6. 2025 https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/6747 8. Виноградова О. В., Сьомкіна Т. В., Кондрашов О.А. (2025). Методика дослідження споживчої оцінки привабливості атрибутів комплексу послуг інтернет-маркетингу торговельного підприємства. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту, № 1- 2 https://ir.nasoa.edu.ua/collections/734f6590-ab82-48f1-931c-642ed6cc348f DOI: 10.31767/nasoa.1-2-2025.07 9. Виноградова О. В., Крижко О. В., Молоков І. О. (2024)
--	--	--	--	--	--	--	--

						Ефективність впливу креативів таргетованої реклами на споживачів. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №4 (47). С. 12-20. DOI: 10.31673/2415-8089.2024.041116. URL: https://journals.duikt.edu.ua/index.php/emb/article/view/3073 10. Виноградова О. В., Недопако Н. М., Тимченко Н. А. (2024) Особливості управління маркетинговою діяльністю малих промислових підприємств на основі концепції маркетингу взаємовідносин. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №1. С.5-17. DOI: https://doi.org/10.31673/2415-8089.2024.010002 11. Виноградова О. В., Єсмаханова А.У., Совершенна І.О. (2023). Особливості маркетингу взаємовідносин на ринку ІТ-аутсорсингу у воєнний час. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». № 25. С.65-71. DOI: https://doi.org/10.32782/2307-5651.25.2023.11 12. Vynogradova O., Darchuk V., Timchenko L.P. (2022) The main components of designing a brand of goods for children. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2022. № 1-2. С.10-16. (Index Copernicus) DOI: https://doi.org/10.31673/2415-8089.2022.011016
--	--	--	--	--	--	--

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

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

	його)			
--	-------	--	--	--