

**ВІДОМОСТІ**  
про самооцінювання освітньої програми

|                     |  |
|---------------------|--|
| Заклад вищої освіти | <b>Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя</b> |
| Освітня програма    | <b>8627 Маркетинг</b>  |
| Рівень вищої освіти | <b>Бакалавр</b>  |
| Спеціальність       | <b>075 Маркетинг</b>   |

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:*

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

## Загальні відомості

### 1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО     | 166   |
| Повна назва ЗВО                     | Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя |
| Ідентифікаційний код ЗВО            | 05408102  |
| ПІБ керівника ЗВО                   | Митник Микола Мирославович  |
| Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО | www.tntu.edu.ua   |

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/166>

### 3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

|   |   |
|---|---|
| ID освітньої програми в ЄДЕБО   | 8627  |
| Назва ОП  | Маркетинг   |
| Галузь знань  | 07 Управління та адміністрування  |
| Спеціальність   | 075 Маркетинг   |
| Спеціалізація (за наявності)  | відсутня  |
| Рівень вищої освіти   | Бакалавр  |
| Тип освітньої програми  | Освітньо-професійна   |
| Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)                              | Повна загальна середня освіта, Фаховий молодший бакалавр, ОКР «молодший спеціаліст», Молодший бакалавр  |
| Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП          | Кафедра промислового маркетингу (МК)  |
| Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП | Кафедри: інформаційної діяльності та соціальних наук (ІС), української та іноземних мов (УІ), економічної кібернетики (БЕ), економіки та фінансів (ЕФ), бухгалтерського обліку та аудиту (ОА), менеджменту та адміністрування (МА), інформатики та математичного моделювання (ММ), інжинірингу машинобудівних технологій (МТ), математичних методів в інженерії (МН), обладнання харчових технологій (ОХ) |
| Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП   | 46001, м. Тернопіль,<br>вул. Руська, 5б, навчальний корпус №1,<br>вул. Руська, 5б, навчальний корпус №2,<br>вул. Руська, 56а, навчальний корпус №4,<br>вул. Старий Поділ, 2, навчальний корпус №5,<br>вул. Гоголя, 8, навчальний корпус №6<br>вул. Микулинецька, 4б, корпус №7;<br>вул. Білогірська, 50, навчальний корпус №10  |
| Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації                               | не передбачає   |
| Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)                                | відсутня  |
| Мова (мови) викладання  | Українська  |
| ID гаранта ОП у ЄДЕБО   | 142193  |
| ПІБ гаранта ОП  | Семенюк Світлана Богданівна   |
| Посада гаранта ОП   | Доцент  |
| Корпоративна електронна адреса гаранта ОП   | semenyuk_s@tntu.edu.ua  |
| Контактний телефон гаранта ОП   | +38(096)-245-56-88  |

Додатковий телефон гаранта ОП *відсутній*

| Форми здобуття освіти на ОП | Термін навчання |
|-----------------------------|-----------------|
| заочна                      | 3 р. 10 міс.    |
| очна денна                  | 3 р. 10 міс.    |

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

Кафедра промислового маркетингу була створена 1 січня 2008 року на базі кафедри маркетингу на виробництві. Загалом історія підрозділу починається з 1997 року, коли створено кафедру маркетингу на виробництві з метою підготовки фахівців за спеціальністю 6.050108 «Маркетинг» (7.050108 «Маркетинг») напрямку підготовки 0501 «Економіка і підприємництво» (наказ №5-01 від 27.01.1997 р.). У цьому ж році здійснено успішне ліцензування та перший набір студентів спеціальності 6.050108 «Маркетинг». У 2001 році спеціальність 6.050108 «Маркетинг» акредитовано.

У 2007 році було проведено повторну акредитацію спеціальності 6.050106 «Маркетинг» за напрямом підготовки 0501 «Економіка і підприємництво», а в 2012 році – повторну акредитацію напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво».

У 2017 році розроблено освітню програму (ОП) «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 «Управління та адміністрування» (протокол вченої ради № 4 від 25.04.2017 р.) та введено в дію наказом ректора №4/7-378 від 12.05.2017 р.

Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти затверджено наказом МОН України №1343 від 05.12.2018 р.

У 2019 році освітню програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти приведено у відповідність до стандарту (протокол Вченої ради № 4 від 16.04. 2019 р.).

У 2022 р. за результатами рекомендацій стейкхолдерів, з урахуванням потреб ринку праці, досвіду кращих закладів вищої освіти України освітню програму удосконалено. ОП затверджена Вченою радою ТНТУ (протокол №6 від 21.06.2022р.) та введена в дію наказом ректора № 4/7-528 від 22.06.2022р.

Розроблення та удосконалення ОП в університеті відбувається відповідно до Положення про порядок розроблення, затвердження, моніторингу та припинення освітніх програм ТНТУ (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=466>). При розробленні та удосконаленні ОП робоча група вивчала нормативні документи, статистичні дані; проводила узагальнення кращого досвіду організації освітнього процесу за відповідною ОП у провідних ЗВО України. На рівні кафедри та факультету налагоджено ефективну комунікацію з роботодавцями Тернополя й Тернопільської області для розуміння їх потреб щодо компетентностей майбутніх фахівців, проведено наради та обмін думками із внутрішніми стейкхолдерами.

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

| Рік навчання | Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання | Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році | Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року |    | У тому числі іноземців |   |
|--------------|--|--|--|----|------------------------|---|
|              |  |  | ОД   | З  | ОД                     | З |
| 1 курс       | 2022 - 2023  | 41   | 110  | 28 | 0                      | 0 |
| 2 курс       | 2021 - 2022  | 40   | 95   | 27 | 0                      | 0 |
| 3 курс       | 2020 - 2021  | 43   | 99   | 24 | 0                      | 0 |
| 4 курс       | 2019 - 2020  | 44   | 91   | 25 | 1                      | 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)                  | 52439 Маркетинг                 |
| перший (бакалаврський) рівень                      | 8627 Маркетинг                  |
| другий (магістерський) рівень                      | 7334 Маркетинг                  |
| третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень | 47681 Маркетинг                 |

#### 7. Інформація про площі приміщень ЗВО станом на момент подання відомостей про

**самооцінювання, кв. м.**

|   | <b>Загальна площа</b> | <b>Навчальна площа</b> |
|---|-----------------------|------------------------|
| Усі приміщення ЗВО  | 50892                 | 14396                  |
| Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)  | 50892                 | 14396                  |
| Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо) | 0                     | 0                      |
| Приміщення, здані в оренду  | 311                   | 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**

| <b>Документ</b>                  | <b>Назва файла</b>                        | <b>Хеш файла</b>                                  |
|----------------------------------|---|---|
| Освітня програма                 | <i>OPP_BAKALAVR_2022_Marketing.pdf</i>    | Rp9bgA7Kzzv/EyIgle70/6ezWEnEXgYek2sbITzN3go=      |
| Навчальний план за ОП            | <i>Навчальний план_2022_Marketing.pdf</i> | Hu8WGU5P7+9F8erP3I9wGWABOQi6wLLHbj86e3l1+s=<br>=  |
| Рецензії та відгуки роботодавців | <i>Рецензія-відгук_1.pdf</i>              | 7QeCWAGCMP27XASJRWdduppCM8LPayRkcDPcCnlv1RQ=<br>= |
| Рецензії та відгуки роботодавців | <i>Рецензія_2.pdf</i>                     | /n2pnKmeD9Tki9x/DfLSSdQmlh/rsW4EMmluWCDPAfY<br>=  |
| Рецензії та відгуки роботодавців | <i>Рецензія_3.pdf</i>                     | Wx77DDs2jewpjuv5ae5DAADjk/R5J6uduQEFPXLTdkg=<br>= |

**1. Проектування та цілі освітньої програми****Якими є цілі ОП? У чому полягають особливості (унікальність) цієї програми?**

Цілі ОП підготовки фахівців полягають у наданні якісної сучасної маркетингової освіти здобувачам через вільне та творче навчання, формування сучасного креативного мислення, здатність вирішувати комплексні проблеми з організації та ведення маркетингової діяльності, формування системи маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювання результативності і ефективності її функціонування.

ОП спрямована на оволодіння загальнонауковими та спеціальними методами, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності та виконання завдань маркетингового спрямування. Унікальність програми полягає у тому, що вона пропонує використовувати інструменти цифрового маркетингу, наголошує на необхідності використання комплексу інтерактивних комунікацій, що дозволяє застосовувати маркетинговий інноваційний підхід до управління суб'єктом господарювання та приймати оптимальні рішення. Для цього в ОП за рекомендацією роботодавців додано СК15, СК16 та Р19, Р20.

Особливість реалізації програми полягає у можливості навчання за програмами подвійних дипломів у ЗВО-партнерах за кордоном; участь у програмах академічної мобільності, проходження практик за кордоном; отримання фахових консультацій від роботодавців під час тренінгів та зустрічей; здійснення наук.-досл. діяльності шляхом участі у роботі студентських наукових форумів, конференцій, студентських наук. гуртків; участь у проєкті розвитку молодіж. інновац. підприємництва на базі платформи FabLab TNTU; вивчення іноземних мов на базі Центру іноземних мов TNTU.

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

Місія TNTU полягає у створенні умов для отримання здобувачами якісної сучасної вищої освіти (ВО) через творче навчання та наукові дослідження у відповідності до потреб суспільства, зумовлених розвитком Української держави, науки, технології, економіки та культури, а також глобальних процесів розвитку людської цивілізації. Стратегію та концепцію розвитку TNTU ухвалено на конференції трудового колективу (протокол № 2 від 20 грудня 2019 р.) та затверджено наказом ректора №4/7-1162 від 27.12.2019 (URL: <https://bit.ly/3HyRlkg>). Стратегія полягає у створенні умов та підґрунтя для їх виконання, які дозволяють бути провідним технічним університетом у Західному регіоні України. Це дає можливість отримати гарантовано високу якість освіти і є бажаним місцем для роботи фахівців-науковців та висококваліфікованих науково-педагогічних працівників (НПП). Спільнота університету сповідує

загальнолюдські цінності й демократичні принципи свободи та відповідальності. Університет є потужним науково-навчальним комплексом, який створює умови для теоретичної й практичної підготовки випускників, забезпечує фінансову стабільність НПП, формує соціальну інфраструктуру, яка б забезпечувала його ефективне функціонування. Тому цілі ОП повністю відповідають місії та стратегії ТНТУ, що створює можливість розвитку освітньої програми та спеціальності.

Крім цього, цілі ОП відповідають Концепції розвитку кафедри промислового маркетингу впродовж 2021-2025pp (URL: <https://bit.ly/3IoMkzk>).

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

У процесі розробки ОП «Маркетинг» враховувалась думка здобувачів ВО. Їх інтереси і пропозиції щодо формулювання цілей та програмних результатів навчання (ПРН) ОП виявлялися в процесі опитування та публічних обговорень. Здобувач Калішук Владислав, що навчається за даною ОП, є членом робочої групи, яка формує ОП. Формування цілей, програмних результатів, інтересів та пропозиції здобувачів ВО враховано в ОП на підставі отриманих результатів їх анонімного опитування, які обговорені на засіданні кафедри (протокол №9 від 10.02.2022 - URL: <https://bit.ly/3TrwXpK>). Опитування здобувачів проводиться згідно з Положенням про опитування учасників освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3HwbxTO>). Результати цього опитування - URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=645>.

За результатами опитування були враховані пропозиції, які відображають інтереси здобувачів вищої освіти: спрямованість цілей ОП та освітніх компонентів (ОК), що викладаються, на формування здатності до прийняття інноваційних рішень та вміння адаптуватися до змін ринкового середовища; практична спрямованість навчання; викладання дисциплін маркетингового спрямування, актуальних в цифровій економіці; активніше використання Інтернет-ресурсів та діджиталізація освітнього процесу.

Всі редакції ОП розміщені в публічному доступі на сайті факультету економіки та менеджменту ТНТУ для обговорення та врахування побажань й інтересів здобувачів, випускників та інших стейкхолдерів (URL: <https://bit.ly/3Hdzs9j>).

### **- роботодавці**

У процесі формулювання цілей та ПРН ОП «Маркетинг» враховано інтереси та пропозиції роботодавців. При кафедрі створена Експертна рада роботодавців. Озімко Світлана – випускниця спеціальності «Маркетинг» ТНТУ, директорка ТОВ «Маркетинг-центр «ДАЛІ» – голова Експертної ради роботодавців та член робочої групи, відповідальної за формування ОП. Пропозиції роботодавців, які стосувалися ПРН, сформовані з метою оновлення ОП, їх обговорено та прийнято на засіданні Експертної ради роботодавців (протокол засідання №1/1 від 3.06.2022 - URL: <https://bit.ly/3TMSGbJ>).

Забезпечення зворотної комунікації із роботодавцями відбувається під час проведення щорічних спільних заходів («Дні кар'єри», «Ярмарки вакансій», круглих столів тощо), проведення екскурсій на підприємства, гостьових лекцій за участю роботодавців. Потенційні роботодавці залучені до рецензування ОП, до проходження практик здобувачами ВО. Пропозиції та рекомендації роботодавців враховуються при оновленні ОП «Маркетинг» першого рівня вищої освіти. Зокрема, враховано побажання роботодавців під час проведення Днів кар'єри в університеті, де наголошувалось на здобуття здобувачами навичок, необхідних для успішного працевлаштування і роботи за фахом: вміння адаптуватись до змін, вчитися новому, самостійно знаходити інформацію, розвивати комунікативні здібності, критичне мислення, а також навички цифрового маркетингу, що і було відображено в додаткових фахових компетентностях СК15, СК16 і програмних результатах Р19, Р20 даної ОП.

### **- академічна спільнота**

Під час розробки та оновлення освітньо-професійної програми «Маркетинг» особливого значення набувають консультації з провідними представниками академічної спільноти. Кафедра тісно співпрацює з іншими провідними освітніми закладами у межах укладених договорів. Так, такі договори укладені між кафедрою промислового маркетингу ТНТУ та кафедрою маркетингу НУ «Одеська Політехніка», кафедрою маркетингу Західноукраїнського національного університету.

Академічна спільнота у складі НПП кафедри промислового маркетингу, а також університету, зокрема члени групи забезпечення спеціальності імплементують у освітній процес результати своїх наукових здобутків. Інтереси та пропозиції академічної спільноти враховано на підставі обговорених результатів їх анонімного опитування (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=648>), що відображено у протоколі засідання кафедри (протокол №9 від 10.02.2022р.). Опитування НПП проводиться згідно з діючим Положенням про опитування учасників освітнього процесу в Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя (URL: <https://bit.ly/3Rgp2dt>). Крім цього, НПП інших кафедр, які відповідають за реалізацію даної ОП, беруть активну участь у процесі обговорення проекту ОП. Так, на розширеному засіданні кафедри була прийнята пропозиція проф. Мариненко Н.Ю. щодо вдосконалення структурно-логічної схеми ОП (протокол №14 від 10.06.2022р - URL: <https://bit.ly/3n1AKhf>).

### **- інші стейкхолдери**

Усі проекти освітніх програм розміщуються на сайті університету (URL: <https://tntu.edu.ua/?p=uk/news/4591>), де вони проходять відкрите обговорення протягом місяця перед затвердженням на засіданні кафедри, науково-методичній раді факультету та Вченій раді університету. Таким чином, будь яка зацікавлена особа може висловити свої пропозиції та зауваження до ОП під час її обговорення. Після затвердження ОП розміщуються на сайті

університету (URL:<https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000486/op075b2022.pdf>) і на сайті кафедри (URL: <https://kaf-pm.tntu.edu.ua/spetsialnist-marketing/osvitni-programi/>).

Оцінку ОП проводили та мали вплив на її формування партнери кафедри: регіональний керівник ГО «Діловий Клуб «Партнер» О. Сохацький, представники Студії інтернет-маркетингу Online Media Т. Дудяк, громадської організації «АТОМ» І. Яремчук та Л. Лукіян, мовної школи «Профі-Центр» Х. Савка, віце-президент з питань регіонального розвитку Міжнародної торгової палати ICC Ukraine Т. Демкура.

Пропозиції інших стейкхолдерів враховано на підставі проведених конференцій (зустрічей) кафедрою промислового маркетингу, ділових зустрічей у форматі круглих столів: «День маркетолога», «Дні кар'єри», «Ярмарка вакансій», «MESH Business Course» тощо.

Пропозиції обговорено на розширеному засіданні кафедри промислового маркетингу (протокол №14 від 10.06.2022р - URL: <https://bit.ly/3n1AKhf>).

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

З метою встановлення відповідності цілей та ПРН ОП тенденціям розвитку спеціальності кафедрою періодично проводиться моніторинг ринку праці щодо формування попиту на фахівців з маркетингу, а також дослідження ринку праці за допомогою контент-аналізу сайтів, на яких розміщуються вакансії: <https://rabota.ua/ua/>; <https://www.work.ua/>; <https://ternopil.grc.ua>, <https://budni.rabota.ua/ua>.

Цілі та ПРН в повній мірі відображають актуальні тенденції розвитку спеціальності та ринку праці. Для успішної позиції на ринку праці необхідно володіти системними компетенціями, які допоможуть бути гнучкими і адаптивними до змін, навичками використання ІКТ, іноземною мовою, мультифункціональністю, soft skills. Тому в ОП містять такі ОК - «Інформаційні технології та основи програмування», «Іноземна мова», «Психологія та соціологія», «Тренінгові технології особистісного зростання», що передбачає націленість ОП на формування ПРН, зокрема Р3, Р4, Р6, Р7, Р8, Р11, Р12, Р14, Р16, Р18 та ін.

Функціональна складова підготовки забезпечується такими ОК – Маркетингова товарна політика, Маркетингове ціноутворення, Маркетингова політика розподілу, Маркетингові комунікації, Маркетингові дослідження, Логістика тощо. Цілі та ПРН ОП корелюються з тенденціями і потребами ринку праці у фахівцях-маркетологах, в тому числі, внаслідок регулярних контактів з роботодавцями, що підтверджують рецензії на ОП: директора ТОВ «Тернопільський міський ринок ЛТД» Ю. Ворка, директора ТОВ «Українське морозиво» В. Ласія, директора ТОВ «Т.Д.К.» Я. Федорука.

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

Під час формування цілей та ПРН ОП враховано: Стратегію розвитку Тернопільської області на 2021-2027 роки та план заходів з її реалізації у 2021 - 2023 роках (URL: <https://bit.ly/3HdG5bv>); Стратегічний план розвитку Тернопільської міської територіальної громади до 2029 року (URL: <https://bit.ly/3H911k1>). Регіональний та галузевий контекст ОП відображається у викладанні освітніх компонент: «Маркетинг», «Маркетинг промислового підприємства», «Екомаркетинг», «Маркетингові дослідження», а також у тематиці курсових робіт, у ході проходження практик, у додаткових матеріалах, що використовуються під час вивчення освітніх компонент, а саме розв'язуванні кейсів і розгляді ситуаційних вправ на практичних заняттях, підготовці наукових публікацій здобувачами. Його повністю враховано у змісті спеціальних компетентностей. Залучення до освітнього процесу спеціалістів-практиків відображає реальний стан та існуючі проблеми в галузі маркетингу і дає можливість бакалаврам бути поінформованими та навчатися на реальних матеріалах та ситуаціях. Співпраця ТНТУ та підприємств регіону різних форм власності є необхідною умовою покращення ситуації на ринку праці, зокрема на ринку маркетингових послуг. Цілі ОП відповідають вимогам стандарту та віддзеркалюють стан запитів ринку праці регіону на фахівців з маркетингу, оскільки включають і відображають галузевий контекст, стратегію розвитку регіону. Тому можна стверджувати, що ПРН та цілі враховують галузевий і регіональний контексти.

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

У процесі формулювання цілей та ПРН за ОП "Маркетинг" був проведений аналіз ОП провідних ЗВО України, які здійснюють підготовку бакалаврів за спеціальністю «Маркетинг». Зокрема, було враховано досвід: НУ «Одеська політехніка» (URL: <https://bit.ly/3TYE6oO>) щодо підвищення рівня знань та навичок з цифрового маркетингу); КПІ ім. І. Сікорського (URL: <https://bit.ly/3I4EeY2>) щодо орієнтації на підготовку фахівців, що володіють знаннями з провадження маркетингової діяльності підприємств на промисловому ринку), НТУ «Дніпровська політехніка» (URL:<https://bit.ly/3YfG3qU>) щодо формування знань та навичок з екомаркетингу з урахуванням екологічної відповідальності бізнесу). Також проаналізовано зміст і структуру інших ОП Маркетинг: НУ «Львівська політехніка» (URL: <https://bit.ly/3LpItzQ>), ЗУНУ (URL: <https://bit.ly/3lkVrDF>), НТУ «Харківський політехнічний інститут» (URL: <https://bit.ly/42fzWW4>). Зокрема, було виявлено спільні риси освітніх компонент, зокрема у циклі загальної підготовки – ОК1, ОК5, ОК7, ОК8, ОК13, у циклі професійної підготовки - ОК15, ОК16, ОК18, ОК33, ОК35. Серед іноземних програм, доступних для ознайомлення, використано досвід: Politechnica Opolska (Польща) (URL: <https://bit.ly/3H2Xrje>), Społeczna Akademia Nauk Łodzi (Польща) (URL: <https://bit.ly/3XFoX2t>), Universidad de Valencia (Іспанія) (URL: <https://bit.ly/3RaortD>), Hochschule Schmalkalden (Німеччина) (URL: <https://bit.ly/3JdJoDP>). Це сприяло імплементації зарубіжного досвіду підготовки фахівців з маркетингу, що враховано в їх змістовному наповненні окремих ОК.

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

ОП розроблено відповідно до Стандарту вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» та в повній мірі враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту».

На забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти, спрямовано 74% обсягу освітньої програми.

Визначені у зазначеному стандарті програмні результати навчання досягаються включеними до ОП обов'язковими освітніми компонентами. В силабусах та робочих програмах навчальних дисциплін визначено результати навчання, які забезпечуються в межах конкретних освітніх компонентів. Освітньою програмою визначено перелік освітніх компонентів із зазначеними кредитами та формою підсумкового контролю, а також кількість кредитів вибіркової компоненти, яка становить 25,4% від загального обсягу кредитів за освітньою програмою. Для кращого розуміння досягнення результатів навчання, в освітній програмі сформовано структурно-логічну схему освітньо-професійної програми, матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми та матрицю забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми.

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

Стандарт вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» затверджений та введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України №1343 від 05.12.2018 р.

Зазначені в ОП програмні результати навчання відповідають вимогам стандарту вищої освіти і вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня.

## **2. Структура та зміст освітньої програми**

**Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?**

240

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

177.5

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

61

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

Зміст ОП відповідає предметній області спеціальності 075 Маркетинг, оскільки ОП розроблена з дотриманням вимог стандарту та обумовлена як теоретичною, так і практичною спрямованістю освітніх компонентів, що забезпечують формування загальних і спеціальних (фахових) компетентностей фахівців з маркетингу. Компоненти освітньої програми спрямовані на розширення загальної підготовки здобувача, через поглиблення знань у таких навчальних дисциплінах як Українська мова (за професійним спрямуванням), Історія та культура України, Філософія, Іноземна мова професійного спрямування, Техноекологія та цивільна безпека. Цикл професійної та практичної підготовки здобувачів враховує організаційну, економічну та практичну складові.

До освітніх компонентів, що забезпечують організаційну складову, спрямовану на розуміння ефективності процесів організації маркетингової діяльності сучасними суб'єктами господарювання, управління взаємовідносинами з маркетинговим середовищем, відносять: Маркетинг, Бухгалтерський облік та звітність в управлінні підприємством, Економіка підприємства, Інфраструктура товарного ринку, Комерційна справа, Менеджмент, Фінанси та ін. Економічна та практична складові освітньої програми пов'язані з дослідженнями маркетингового середовища, ефективності впливу маркетингових інструментів на діяльність суб'єктів господарювання через призму сучасних особливостей маркетингу. З цієї метою в ОП є низка освітніх компонентів, зокрема: Маркетингова товарна політика, Маркетингова політика розподілу, Логістика, Маркетинг промислового підприємства, Маркетингове ціноутворення, Маркетингові дослідження та ін.

Особливий акцент у програмі зроблено на формуванні навичок застосування сучасних інформаційних та цифрових технологій в маркетингу, інструментів інтерактивних комунікацій, необхідних для просування продукту (Інтерактивний маркетинг, Інтернет-маркетинг, Інформаційний маркетинг, Маркетингові комунікації). Посилують вивчення предметної області спеціальності вибіркові освітні компоненти, спрямовані на засвоєння додаткових фахових компетентностей. Усі процеси та явища ОП «Маркетинг» відображено у предметах вивчення відповідних освітніх компонентів; способи їхнього опрацювання представлено у програмних результатах навчання.

Практичний напрям ОП висвітлюється в освітніх компонентах професійної підготовки. Зокрема, практичні навички



здобуваються при виконанні практичних завдань, курсових робіт, а також при проходженні практик. При вивченні освітніх компонент ОП застосовуються сучасні методи, методики й технології освітнього процесу: проблемного викладання; обговорення практичних ситуацій; аналіз ситуації, помилок, брейнстормінг («мозковий штурм»); коментування, оцінювання (або самооцінювання) дій учасників. В умовах дії карантину та військового стану для організації освітнього процесу використовується система дистанційного навчання ATutor.

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

Формування індивідуальної освітньої траєкторії включає розробку та реалізацію індивідуального навчального плану студента (ІНПС); створення умов для вільного вибору здобувачами вибіркових ОК; розвиток дистанційних навчальних технологій; забезпечення індивідуальної академічної мобільності здобувачів. Політика вибору здобувачем освітніх компонент ґрунтується на основі ЗУ «Про вищу освіту», за яким здобувач має право обирати дисципліни обсягом не менше 25% кредитів ЄКТС від загального обсягу ОП. Дана ОП передбачає обсяг вибіркових компонентів 25,4% кредитів.

Індивідуальна освітня траєкторія здобувача фіксується в ІНПС. Порядок формування ІНПС й реалізації права вибору здобувачами ОК визначений у Положенні про організацію освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/401VjsV>) та Положенні про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Jn62rm>). Перелік вибіркових ОК поданий у реєстрі вибіркових дисциплін у середовищі електронного навчання ATutor, вкладка «Вибіркові дисципліни» (URL: <https://cutt.ly/V9jJB1W>). Для кожної ОК доступний силабус. В окремих випадках для здобувачів за наявності поважних причин деканом факультету може бути встановлений індивідуальний графік виконання ІНПС. Він передбачає можливість вільного відвідування занять та самостійного опрацювання здобувачем навчального матеріалу. Вільне відвідування не поширюється на практичну підготовку. ІНПС складають на кожний навчальний рік, його затверджує декан факультету.

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

Реалізація права здобувачів на академічну мобільність здійснюється за рахунок дисциплін вільного вибору. Метою вільного вибору ОК є реалізація особистісного потенціалу здобувачів за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти, розвитку їх творчих здібностей, примноження й використання знань, умінь та інших навичок, набутих загальних та спеціальних компетентностей, досягнутих програмних результатів, які в майбутньому дозволять випускникам ефективно конкурувати на ринку праці.

У ТНТУ створена система реалізації прав здобувачів щодо вибору компонентів ОП, яка регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в ТНТУ» (URL: <https://bit.ly/3Rf9hn1>) та Положення про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Jn62rm>). Вибір та опанування вибіркових ОК дозволяє здобувачам отримати додаткові знання та використовувати їх для реалізації себе як висококваліфікованих професіоналів, здатних забезпечувати реалізацію ефективного управління у різних сферах діяльності.

Навчання здобувача здійснюється за індивідуальним навчальним планом (ІНПС), який є робочим навчальним документом здобувача і формується за результатами особистого вибору здобувачем ВО освітніх компонент з урахуванням вимог навчального плану спеціальності щодо вивчення обов'язкових компонент. Вибіркові компоненти ІНПС становлять не менше 25% від загального обсягу кредитів ЄКТС ОП, передбачених для першого рівня вищої освіти. Згідно з Положенням про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти ТНТУ здобувачам пропонується перелік освітніх компонент вільного вибору в середовищі ATutor, що спрямовані на задоволення освітніх і культурних потреб, додаткову фундаментальну, природничо-наукову, мовну, загальноекономічну, професійно-практичну підготовку. Крім цього, кафедра пропонує освітні компоненти вільного вибору (URL: <https://cutt.ly/w9jLZWr>). Алгоритм вибору вибіркових дисциплін здобувачами вищої освіти передбачає такі основні етапи:

- 1) до 1 жовтня кожного навчального року проводиться інформування здобувачів кафедрами університету про зміст вибіркових дисциплін (перелік вибіркових дисциплін формується у середовищі електронного навчання університету ATutor, вкладка «Вибіркові дисципліни»);
- 2) до 1 листопада здобувачі ВО формують заяви із вказанням обраних дисциплін серед вибіркових (вибіркові дисципліни обираються на кожен наступний рік навчання) на 1, 2 та 3 курсах відповідно;
- 3) декани факультетів формують групи здобувачів, що виявили бажання вивчати певну вибіркову дисципліну, до 15 листопада. Після остаточного формування й погодження груп формуються ІНПС на наступний навчальний рік. Дисципліни вільного вибору здобувач обирає індивідуально, опираючись на власні інтереси, потреби й очікування майбутньої фахової діяльності.

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

Практична підготовка здобувачів ВО у ТНТУ реалізується на підставі Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти у ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3JkWSw4>). Терміни і види проведення практик за даною ОП визначаються навчальним планом п. 2.23, 2.24, 2.25, 2.26. Згідно з ОП передбачені такі види практики: вступ до фаху (ОК36), організаційно-економічна (ОК37), виробнича (ОК38), професійно-орієнтована (ОК 39), які дають змогу сформувати відповідні програмні результати навчання здобувачу вищої освіти: ОК36 – Р 1, 12, 18; ОК37 – Р 1, 6, 12, 13, ОК38 – Р 1, 3, 5, 6, 11, 12, 13, ОК39 – Р 2, 3, 4, 5, 6, 11, 12, 13, 14, 16.

До практичної підготовки здобувачів ВО активно долучаються роботодавці: беруть активну участь в організації та проведенні практик, створюють умови для набуття необхідних компетентностей, керують проходженням їхніх практик, надають інформацію для написання звітів з практик. Під час проходження практики здобувачі вищої освіти отримують професійні навички у галузі маркетингу, які неможливо отримати тільки при вивченні

теоретичного матеріалу.

У ТНТУ є низка укладених договорів з базами практик, ознайомитись з якими можна у відділі доуніверситетської підготовки, профорієнтації та сприянню працевлаштуванню.

Основні документи з практичної підготовки:

Договір на практику URL: <https://bit.ly/3wy2NWT>.

Щоденник практики URL: <https://bit.ly/3XXVx2g>.

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

Соціальні навички є вкрай важливими у роботі бакалаврів маркетингу. Здобувачі ВО набувають соціальних навичок (soft skills) за даною ОП упродовж усього періоду навчання. ОК ОП мають на меті формування соціальних навичок у здобувачів, опанування знань та навичок щодо професійної поведінки, критичного мислення, здатності навчатись протягом усього життя, лідерства, здатності працювати в команді, комунікабельності, етичних норм поведінки та дотримання принципів академічної доброчесності, проведення презентацій, побудови взаємин, вміння ведення переговорів тощо. Зокрема ОК загальної підготовки ОП, такі як ОК5 Іноземна мова професійного спрямування, ОК9 Психологія і соціологія, ОК13 Філософія та професійної - ОК23 Комерційна справа, ОК32 Маркетингові комунікації, ОК34 Тренінгові технології особистісного зростання та ін. сприяють розвитку здатності логічно мислити, комунікативних, лідерських здібностей, знань іноземної мови.

Важливими для розвитку соціальних навичок є написання і захист курсових робіт, проходження різних видів практик, які формують у здобувачів здатність управляти інформацією, розвивають креативність і критичне мислення, покращують презентаційні навички. В освітньому процесі застосовують такі форми й методи навчання, що сприяють набуттю соціальних навичок: дискусії, обговорення, доповіді, ділові ігри, конференції, тренінги, командні методи навчання. Забезпечує формування соціальних навичок участь здобувачів у науковій, громадській та культурно-мистецькій діяльності університету.

### **Яким чином зміст ОП ураховує вимоги відповідного професійного стандарту?**

Професійний стандарт з даної спеціальності відсутній. Компетентності та програмні результати навчання за даною ОП, які набувають випускники, дозволяють їм працювати за професіями Національного класифікатора професій ДК 003:2010, зазначеними в п. «Придатність до працевлаштування» ОП.

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

При реалізації ОП використовується студентоцентризований підхід, який ґрунтується на навчальному навантаженні відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3R9bGQj>) та враховує результати щорічного опитування. Згідно з даним положенням освітній процес включає аудиторні заняття та самостійну роботу здобувача. Обсяг ОП (240 кредитів ЄКТС, 7200 год.) дає змогу досягнути задекларованих цілей та ПРН. Тижневий обсяг аудиторного навантаження для здобувачів вищої освіти денної форми навчання згідно з навчальним планом на період навчання складає 21-23 год. Частка самостійної роботи здобувача разом з обов'язковою частиною складає: дисципліни – 40-73%, практика – 100%. Положення визначає, що навчальний день є складовою навчального часу тривалістю не більше 9 акад. год. Навчальний тиждень – складова навчального часу, яка складає не більше 45 акад. год. (1,5 кредиту ЄКТС). У семестрі планується не більше 8 екзаменів і заліків, екзаменів – не більше 4. Зазначені заходи обґрунтовують та оптимізують навантаженість здобувачів вищої освіти. Для допомоги в організації самостійної роботи та постійної комунікації здобувача з викладачем, окрім живого спілкування, використовуються електронні ресурси й технології: ATutor, електронна пошта, консультації, вейбер-групи, соціальні мережі та інші методи сучасного спілкування.

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

За ОП не здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти. На теперішній час дуальна форма навчання в ТНТУ знаходиться у стадії впровадження і регламентується Тимчасовим положенням про дуальну форму здобуття освіти (URL: <https://bit.ly/3ZQDEDr>). Також в Університеті є затверджене Положення про особливості організації освітнього процесу на виробництві (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=727>). У спілкуванні з роботодавцями кафедра промислового маркетингу шукає шляхи та можливості реалізувати дану форму освіти чи її елементи. У контексті поступового впровадження окремих елементів цієї форми освіти в ТНТУ налагоджено тісну співпрацю з маркетинговими компаніями регіону, проводиться спільна робота з Експертною радою роботодавців із спеціальності «Маркетинг» на предмет збільшення практичної складової підготовки у навчальному плані, залучення до освітньої діяльності професіоналів-практиків, проходження практики здобувачами, проходження стажування та підвищення кваліфікації НПП на базі компаній, організацій, установ (такий досвід впроваджується і НПП кафедри проходили таке стажування (URL: <https://kaf-pm.tntu.edu.ua/pidvishhennya-kvalifikatsiy/>)).

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

Сайт вступної кампанії: URL: <https://mon.gov.ua/ua/tag/vstupna-kampaniya-2023>

Правила прийому: URL: <https://tntu.edu.ua/?p=uk/admission/rules>

Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення в приміщеннях ТНТУ: (URL: [http://tntu.edu.ua/storage/pages/00000213/poriadok\\_suprovodu.pdf](http://tntu.edu.ua/storage/pages/00000213/poriadok_suprovodu.pdf)).

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

Вступ на ОП «Маркетинг» в 2022 р. здійснювався згідно Правил прийому до ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3nHCqN5>) на основі конкурсного відбору. Вступ на навчання для здобуття ступеня бакалавр на ОП «Маркетинг» здійснювався на основі повної загальної середньої освіти у формі складання національного мультипредметного тесту (НМТ), що складався з блоків: українська мова (коєф. - 0,35), математика (коєф. -0,4) та історія України (коєф. -0,25) (URL: <https://bit.ly/4oUoTWT>) або зараховувалися бали ЗНО 2019-2021 рр. з трьох конкурсних предметів (українська мова і література, математика, один предмет на вибір абітурієнта). Вступ на навчання на основі ОКР молодшого спеціаліста, ОПС фахового молодшого бакалавра, молодшого бакалавра, що вступали на другий (третій) курс зараховувалися бали НМТ або ЗНО 2019-2021 рр. (українська мова) та НМТ або ЗНО 2019-2021 років (математика), або на перший курс з скороченим строком навчання: НМТ або ЗНО 2019-2021 рр. з української мови та одного предмету НМТ або ЗНО 2019-2021 рр. на вибір вступника. Вступники подавали власні мотиваційні листи (URL: <https://bit.ly/3znqJxL>), результати розгляду яких використовувалися при формуванні рейтингового списку. Інформація для вступників є у відкритому доступі на сайті університету - URL: <https://bit.ly/3m9Jkdo>.

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

Визнання результатів навчання, отриманих у ЗВО України регулює Положення про порядок переведення та поновлення студентів ТНТУ імені Івана Пулюя (URL: <https://bit.ly/3RiE42w>), де визначено порядок зарахування результатів попереднього навчання та порядок ліквідації академічної різниці при поновленні чи переведенні здобувача із ЗВО України, а також Положення про порядок визнання та зарахування результатів формального навчання у ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3KaWaAr>).

Визнання результатів навчання, отриманих у закордонних ЗВО визначає Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу та працівниками у ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3XE7AC2>). Зазначене положення базується на документах Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) та передбачає порядок участі у програмах академічної мобільності здобувачів вищої освіти. У положенні визначені відкриті процедури відбору здобувачів вищої освіти для участі у програмах академічної мобільності та визначені мінімальні вимоги до учасників таких відборів: до участі у конкурсі допускаються здобувачі, що мають середній бал успішності не нижче 4.0 за національною шкалою, беруть участь у науково-дослідній роботі та володіють англійською мовою або мовою країни, в якій передбачається проходження навчання на рівні не нижчому, ніж встановлено умовами програми.

Рішення про зарахування періодів навчання, перезарахування курсів (навчальних дисциплін), кредитів та порядок ліквідації академічної різниці ухвалює декан факультету.

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

У 2018 році був поновлений на 3 курс ДФН на ОП «Маркетинг» здобувач Бокулі Бофаса Седрік, який був відрахований за власним бажанням із Університету Лікасі (ДР Конго) (наказ №4/9-325 від 08.08.2018р).

Зарахування здійснювалось на підставі заяви, диплома та свідоцтва про успішність та ліквідації академічної різниці. У 2021 році пройшли виробничу практику у Польській компанії «Panorama Morska» здобувачі Івасик К. та Чорномаз С. (наказ №4/4-595 від 1.07.2021р), а у 2023 році – Назарчук Я. та Хірна М. (наказ №4/7-24 від 17.01.2023р).

У 2021 році був переведений на 3 курс ДФН здобувач НУ «Львівська Політехніка» Бородюх А. (наказ №4/9-296 від 31.08.2021р). Зарахування здійснювалось на підставі заяви та ліквідації академічної різниці в зв'язку з переведенням відповідно до Положення (URL: <https://bit.ly/3RiE42w>).

У 2022 році здобувач Калішук В. пройшов відбір на семестрове навчання в рамках стипендіальної Програми ЄС Еразмус+ в Університеті Валенсії (Іспанія) відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу та працівниками у ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3XE7AC2>).

У 2023 році поновлений на 2 курс денної форми навчання на ОП «Маркетинг» здобувач Чорпіта Дмитро, який був відрахований за власним бажанням із Суспільної Академії Наук (Польща) (наказ №4/9-74 від 14.02.2023р).

Зарахування здійснювалось на підставі заяви здобувача, карти навчальних дисциплін, на основі чого передбачено ліквідацію академічної різниці.

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

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регламентується Положенням про визнання у ТНТУ ім. І.Пулюя результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті (URL: <https://bit.ly/3HkewoQ>). Визнання результатів навчання у неформальній освіті дозволяється для дисциплін

навчального плану, які вивчаються з другого семестру. Зарахована може бути як навчальна дисципліна повністю, так і її складові (змістовні модулі, окремі теми тощо). Визнання результатів проводиться у семестрі, який передусе семестру, в якому згідно з навчальним планом ОП передбачено вивчення дисципліни, яка може бути частково чи повністю зарахована. Визнаними можуть бути результати навчання, здобуті в неформальній освіті в обсязі, що не перевищує 10% від загального обсягу освітньої програми здобувача, але, як правило, не більше 8 кредитів у межах навчального року. Зарахування результатів неформальної освіти здійснюється на добровільній основі та передбачає підтвердження того, що здобувач вищої освіти досяг часткових результатів навчання, передбачених ОП. Інформування здобувачів вищої освіти щодо можливості визнання результатів навчання у неформальній освіті проводить декан факультету, гарант ОП на зустрічах із здобувачами.

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

У 2023 році як результати навчання, отримані у неформальній освіті (курс «Цифровий маркетинг» на платформі Prometheus) здобувачам з курсу Весні Б., Симоненко К. та Куровській О. зараховано теми 1, 3, 5 в рамках вивчення дисципліни «Інтернет-маркетинг».

### **4. Навчання і викладання за освітньою програмою**

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

Форми та методи навчання і викладання на ОП сприяють досягненню програмних результатів навчання. Зміст освітнього процесу відображається у навчальних планах, робочих програмах, електронних навчальних курсах, методичних вказівках. Досягнення ПРН на ОП можливе завдяки оптимальному поєднанню таких форм і методів навчання, як лекційні та практичні заняття з дискусіями, розглядом ситуаційних вправ, виконання курсових робіт, проходження всіх видів практик та здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3wzq4HX>). Поряд із традиційними формами навчання застосовуються також інноваційні методи, а саме інтернет-технології електронного навчання. На сервері електронного навчання здобувачам з кожної ОК доступні силабус, робоча програма, перелік рекомендованої літератури, питання семестрового контролю, критерії оцінювання знань, глосарій, лекційні матеріали, методичні рекомендації для виконання лабораторних, практичних занять, курсових робіт, індивідуальних завдань та самостійної роботи, тестові завдання для самоконтролю тощо. Синтез різноманітних форм навчання сприяє здобуттю визначених ОК та ПРН. Проблемно-орієнтоване навчання розвиває практичні навички, уміння та формує креативне мислення протягом навчання. Також активно використовується система змішаного навчання, яке передбачає проведення лекційних занять дистанційно, а практичних – очно.

Інформацію про методи навчання і викладання на ОП для кожної ОК окремо деталізовано в Табл.3.

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

Студентоцентрований підхід розглядає здобувача як суб'єкта з власними унікальними інтересами та потребами. Форми і методи навчання/викладання та види навчальних занять регламентовані Положенням про організацію освітнього процесу в ТНТУ, яке ґрунтується на студентоцентрованому підході (URL: <https://bit.ly/3XJhCBM>). Здобувач може обирати вибіркові дисципліни з переліку в системі Atutor за умови проходження дисциплін, що їм передують. Також за наявності поважних причин, здобувач може проходити навчальні курси у системі Atutor за індивідуальним графіком навчання відповідно до Положення про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Jn62rm>). В Положенні про оцінювання здобувачів вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3R9D7tg>) наведена процедура оскарження результатів навчання. Періодично проводиться опитування здобувачів щодо якості навчання та кваліфікації викладачів, ефективності застосування в навчальних методах інтерактивних технологій. Опитування проводиться відділом забезпечення якості освіти ТНТУ, результати опитування - URL: <https://bit.ly/3Jh8TRq>, URL: <https://bit.ly/3KbKKMw>. Також по завершенні вивчення дисципліни здобувачі проходять опитування про якість курсу в системі ATutor.

У Положенні про роботу органів студентського самоврядування ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3wxN75V>) мова іде про включення студентського середовища на паритетних умовах до процесу функціонування ТНТУ. Тому навчання в ТНТУ зосереджене на потребах та інтересах здобувачів ВО.

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

Для здобувачів ВО та НПП забезпечується академічна свобода, яка полягає у самостійності і незалежності учасників освітнього процесу та здійснюється на принципах свободи слова і творчості, поширення знань та інформації, проведення наукових досліджень. Методи навчання і викладання на ОП відповідають принципам академічної свободи. НПП дотримуються силабусів (робочої програми) та не обмежені в питаннях трактування навчального матеріалу, формах і засобах доведення його до здобувачів. На заняттях передбачено обговорення проблемних питань у формі дискусії, де кожен учасник має рівне право на відстоювання своєї думки. Академічна свобода здобувачів ВО реалізується через вибір дисциплін, тематики курсових робіт, бази практик,

можливість зарахування результатів неформальної освіти. В освітньому процесі ТНТУ спостерігається толерантне ставлення і взаєморозуміння між усіма його учасниками. НПП, що беруть участь у реалізації ОП, постійно підвищують рівень своєї професійної компетентності, мають право обирати й використовувати засоби та методи навчання з урахуванням особливостей контингенту здобувачів, рівня їх підготовки, інтересів тощо, що, в свою чергу, забезпечує високу якість освітнього процесу і робить студентоцентризований підхід оптимальним. Здобувачі мають змогу отримати інформацію зі сторінок кафедри у соцмережах та офіційного сайту кафедри та ТНТУ, бесід з викладачами та кураторами груп, які допомагають їм обрати спосіб навчання з урахуванням особистих якостей та обставин життя.

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

Інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання надається учасникам освітнього процесу до початку вивчення освітніх компонентів. У відповідних силабусах дисциплін, які розміщені на сайті кафедри промислового маркетингу (URL: <https://bit.ly/3wChzwo>) та Web-орієнтованої системи ATutor (URL: <https://bit.ly/3wzZkqG>) надається інформація щодо мети, змісту та очікуваних результатів навчання, порядок та критерії оцінювання різних форм роботи. НПП розробляють лекційні матеріали, методичні рекомендації для практичних занять та самостійної роботи здобувачів, виконання курсових робіт, питання та практичні завдання до екзаменів, програми практик, з якими ознайомлюють здобувачів вищої освіти та доступ до яких здійснюється з використанням системи дистанційного навчання ATutor (URL: <https://bit.ly/3Rd1shE>). Форми і критерії оцінювання подано у Положенні про оцінювання здобувачів вищої освіти Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя (URL: <https://bit.ly/3XVw6hQ>) До початку навчального року на сайті університету та кафедри розміщуються графіки навчального процесу (URL: <https://bit.ly/3WL5UFH>), розклади занять (URL: <https://bit.ly/3kQeJ3K>). Інформація про викладачів кафедри подана на сайті кафедри (URL: <https://bit.ly/3Rfjroj>) Студентська діяльність доступна на офіційному сайті університету (URL: <https://bit.ly/3wzVprJ>) та на сайті кафедри у закладці «Студенту» (URL: <https://bit.ly/3jccq2Tj>)

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

Для поєднання здобувачами ВО навчальної та дослідницької діяльності у ТНТУ створені усі умови. Під час освітнього процесу застосовуються інноваційні технології навчання, побудовані на базі електронного навчального середовища ATutor, розроблені у проблемно-ситуаційних практиках навчання. Науково-дослідницька робота здобувачів виконується в різних формах, що забезпечує формування в ТНТУ атмосфери творчості та широкого залучення до наукових досліджень. Під час викладання дисциплін циклу професійної підготовки використовуються матеріали, що базуються на наукових дослідженнях.

Викладачі активно залучають здобувачів до наукових досліджень. У ТНТУ проводяться всеукраїнські та міжнародні наукові та науково-практичні конференції, на яких здобувачі проводять апробацію своїх наукових результатів. Результати наукових досліджень обговорюються на засіданнях студентського наукового гуртка «Клуб маркетолога», при проведенні щорічної конференції «Маркетингові технології підприємств у сучасному науково-технічному середовищі», які організовують на кафедрі. Результати апробованих наукових досліджень публікуються у збірниках тез конференцій, з якими можна ознайомитись у науково-технічній бібліотеці ТНТУ та Інституційному репозитарії ELARTU (URL: <https://bit.ly/3WIFl3R>). Ресурси бібліотеки та репозитарію використовуються здобувачами для здійснення пошуку та аналізу літературних джерел за обраною тематикою наукових досліджень.

На кафедрі виконується наукова тема «Формування комплексу маркетингових технологій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки» (ДРН: 0122U200518), зокрема, здобувачі, які навчаються на даній ОП - Дробиняк А. (ПМс-41), Магнат Д. (ПМс-41) беруть участь у її виконанні. Здобувачі реалізують свій науковий потенціал шляхом участі в студентських олімпіадах та конкурсах наукових робіт. Так, щорічно на кафедрі проводився I тур Всеукраїнської олімпіади з маркетингу, а з 2021 року – I етап Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт, за результатами якого у 2022 році були направлені роботи Боднар І., Дробиняк Н. та Михалович К. для участі у II турі (проведення II туру Конкурсу скасовано відповідно до наказу МОН України № 508 від 31 травня 2022 р.) У 2023 році переможцем I етапу Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт став В. Калішук.

У 2021 році участь у Всеукраїнському конкурсі наукових робіт «Соціально-відповідальне ведення бізнесу – складова сталого розвитку» прийняла здобувач Боднар І., а у 2023 р. подана робота для участі у Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт «Black Sea Science» здобувача Калішука Владислава.

Для допомоги, підтримки і співпраці із здобувачами в галузі наукових досліджень у ТНТУ працює Студентське наукове товариство (URL: <https://bit.ly/3j5oKXq>).

Поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП відбувається також завдяки високому професійному рівню та дослідницькій активності НПП.

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

Зміст освітніх компонентів ОП переглядається кожного семестру та оновлюється з урахуванням наукових досліджень, сучасних практик у сфері маркетингу чи пропозицій стейкхолдерів. Цьому сприяє активна підготовка наукових публікацій в авторитетних фахових виданнях та журналах, підготовка монографій та результати стажувань. У цих публікаціях узагальнюються передові ідеї світової науки, пропонуються власні розробки. Такі напрацювання використовуються викладачами для оновлення змістовного наповнення своїх освітніх компонентів ОП.

Перед початком навчального року (за потреби) оновлюються робочі програми дисциплін, програми практик, теми

курсів робіт, які розглядаються на засіданні кафедр, які читають дисципліни на ОП. Під час лекційних та практичних занять, які організуються із залученням представників бізнесу, розробляються спільні пропозиції щодо змісту навчальних програм. Оновлення змісту навчальних дисциплін відбувається також і в системі електронного навчання ATutor (URL: <https://bit.ly/zjdzVQG>).

З метою якісної підготовки здобувачів вищої освіти опубліковано низку колективних та одноосібних монографій, основні з них:

1. Якимішин Л.Я. Логістика ланцюгів поставок товарів повсякденного попиту: Монографія / Л. Я. Якимішин. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2017. 220 с.
2. Голда Н. Реклама як інструмент маркетингу. Монографія. / Н.М. Голда, Н.М. Поліщук. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2018, 132 с.
3. Фалович В.А. Розвиток емерджентних властивостей ланцюга поставок інвестиційних товарів: монографія Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2018. 266 с
4. Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції/ Колективна монографія за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б., 2021. 351с.

НПП, що забезпечують викладання освітніх компонентів ОП, у своїй науковій діяльності висвітлюють актуальні питання та проводять дослідження, результати яких потім використовують у викладанні тих чи інших освітніх компонент. Також НПП оновлюють зміст освітніх компонентів на основі сучасних практик через стажування на підприємствах та ЗВО в Україні та за кордоном; підвищення кваліфікації; участь у міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях; публікаціях у фахових виданнях та виданнях, що включені до наукометричних баз даних Web of Science та Scopus. Зокрема, за результатами наукових досліджень та міжнародних стажувань оновлено зміст ОК24 (проф. Якимішин Л.Я.), ОК 32 (проф. Фалович В.А.), ОК 16, 21 (доц. Семенюк С.Б.), За результатами наукових досліджень та підвищення кваліфікації було оновлено зміст ОК 19, 20, 25 (доц. Шпилик С.В.), ОК17, ОК28 (доц. Оксентюк Б. А.), ОК30 (доц. Бурліцька О.П.). За результатами участі у науково-практичних конференціях та наукових досліджень було внесено певні зміни у зміст ОК 22, ОК 26 (доц. Краузе О.І.) та ОК27 (доц. Піняк І.Л.).

Обґрунтування відповідності НПП, які забезпечують підготовку здобувачів ОП «Маркетинг», щодо формування змісту ОК, наведено у табл. 2 Додатку.

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

Викладання та наукові дослідження в межах ОП пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності університету на основі двосторонніх договорів між ТНТУ та ЗВО зарубіжних країн-партнерів (<https://bit.ly/3yGbaRk>). Здобувачі та НПП ТНТУ мають широкий спектр можливостей для виїзду за кордон для навчання або стажування в межах різноманітних програм обміну та стипендій (<https://bit.ly/4obVjX4>).

У 2021 р пройшли виробничу практику у компанії «Panorama Morska» (Польща) Івасик К. та Чорномаз С. (наказ №4/4-595 від 1.07.2021р), а у 2023 р – Назарчук Я., Хірна М. (наказ№4/7-24 від 17.01.2023р) .

У 2022 р Каліщук В. пройшов відбір на семестрове навчання в рамках стипендіальної програми ЄС Еразмус+ в Університеті Валенсії (Іспанія).

НПП кафедри проходили міжнародні стажування у Суспільній академії наук у м. Лодзь (Польща) - проф. Якимішин Л.Я. (2018, 2019.), проф. Фалович В.А. (2019р.), на підп.- STELA Laxhuber GmbH (Німеччина) - проф. Якимішин Л.Я., проф. Фалович В.А. (2022р). Міжнародну програму підвищення каліфікації пройшли: у 2021 р - доц. Шпилик С.В, у 2022 р – доц. Семенюк С.Б. НПП кафедри беруть участь у міжнар. наук. конференціях із публікацією тез доповідей.

ТНТУ має відкритий доступ до міжнар. та україн. наук. інформаційних ресурсів, англomовну сторінку (<https://bit.ly/3kShhym>), сторінку відділу міжнародного співробітництва (<https://bit.ly/3TiGfDZ>). Вищенаведене регулюється Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу та працівниками у ТНТУ (<https://bit.ly/3XMA3Wr>)

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

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

Результати навчальної діяльності здобувачів оцінюють за 100-бальною шкалою, що відображено у Положенні про організацію освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3wHF2Mi>).

У робочій програмі та силабусі кожної ОК ОП відображено форми, методи контролю та оцінювання результатів навчання. Форми контролю також відображено в навчальному плані, індивідуальному навчальному плані студента. На першому занятті викладання освітньої компоненти викладач інформує здобувачів про форми контрольних заходів. Для перевірки рівня досягнення ПРН використовують: попередній (вхідний), поточний (модульний), підсумковий (семестровий, атестація) та відтермінований рівні контролю, суть та форма яких регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3wHF2Mi>).

Вхідний контроль проводять на початкових заняттях кожної дисципліни, він забезпечує перевірку засвоєння ПРН попередніх дисциплін.

Поточний контроль має на меті перевірку рівня досягнення ПРН і проводиться у формі: усного опитування, доповідей, письмового експрес-контролю, тестування, розв'язування ситуаційних вправ, кейсів, задач та ін.

Модульний контроль проводять після вивчення тем модуля у терміни, визначені робочою програмою дисципліни. Він дозволяє перевірити засвоєння як теоретичного, так і практичного матеріалу та оцінити ПРН з позиції цілісного бачення проблематики модуля. При проведенні модульного поточного контролю як елементу оцінювання знань

обов'язково використовується система тестування електронного навчального курсу системи ATutor (URL: <https://bit.ly/3DrBf9o>).

Семестровий контроль з навчальної дисципліни та інших компонент навчального плану проводять у формі семестрового екзамену або заліку, захисту курсових робіт або результатів практичної підготовки. Захист курсових робіт дозволяє виявити здатність застосовувати методи аналізу, приймати рішення та володіння матеріалом. Захист звіту з практики, курсових робіт відбувається у формі диференційованого заліку.

Критерії оцінювання результатів навчання є обов'язковим складником навчально-методичного контенту ОК і передбачають зрозуміле для здобувача формулювання вимог до рівня досягнення запланованих результатів навчання та сформованості загальних і спеціальних компетентностей у здобувачів. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів в університеті здійснюється за: 100-бальною шкалою; шкалою Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи ECTS (A, B, C, D, E, F, FX) з переведенням у чотирибальну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і 2-бальну національну шкалу («зараховано»/ «не зараховано»). Форми контрольних заходів щодо оцінювання результатів навчання в межах дисциплін здійснюється відповідно до Положення про оцінювання здобувачів вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Y5dopE>) та Положення про роботу програму ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3XUeogI>).

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

Інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання чітко визначена у Положенні про організацію освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3HgRuHy>), Положенні про оцінювання здобувачів вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Y5dopE>), Положенні про підсумковий семестровий контроль результатів навчання студентів ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Dpmy6J>), Тимчасовому порядку проведення семестрового контролю та атестації здобувачів вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3JtgPkf>).

Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в ТНТУ форми проведення поточного контролю та критерії оцінювання рівня знань визначаються робочою програмою. Робочі програми розміщуються в системі ATutor. Кожен ЕНК містить розділ «Критерії оцінювання». Крім цього, викладачі, що забезпечують реалізацію ОП, на першому занятті з дисципліни доводять до відома здобувачів інформацію про форми контрольних заходів та критерії оцінювання.

Відповідно до Положення про підсумковий семестровий контроль результатів навчання студентів ТНТУ семестровий контроль з навчальної дисципліни та інших компонент навчального плану проводиться у формі семестрового екзамену, диференційованого заліку або заліку в обсязі навчального матеріалу, визначеному робочою програмою. Також оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою захисту курсових робіт, індивідуальних завдань, практичних завдань, звітів із проходження практик; здачі модульних тестів тощо.

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

Здобувачі вищої освіти самостійно можуть ознайомитися з інформацією про форми контрольних заходів до початку вивчення освітньої компоненти, яка міститься на сайті кафедри промислового маркетингу ТНТУ: освітня програма (URL: <https://bit.ly/3kUGY1n>), навчальний план (URL: <https://bit.ly/3Y6YP3j>), силабуси (URL: <https://bit.ly/3kUoPAD>).

На першому занятті на початку семестру викладачі особисто інформують про форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів і дають відповідь на усі поставлені запитання. Також здобувачі ознайомлюються з формами контрольних заходів та критеріями оцінювання з кожної дисципліни в системі дистанційного навчання ATutor (URL: <https://bit.ly/3WMdxeP>).

На сайті університету (URL: <https://tntu.edu.ua/?p=uk/schedule&s=fem>) розміщуються розклади занять (за 10 днів до початку занять) та екзаменаційних сесій (за тиждень до початку сесій).

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

Форма атестації здобувачів вищої освіти у вигляді атестаційного екзамену враховує вимоги стандарту вищої освіти й відповідає йому (п. «3. Форма атестації здобувачів вищої освіти») даної ОП. Процедури та форми атестації здобувачів вищої освіти визначені внутрішніми нормативними положеннями ТНТУ, зокрема: Положенням про оцінювання здобувачів вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Y5dopE>); Положенням про екзаменаційну комісію з атестації здобувачів вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Нах6I8>), Тимчасовим порядком проведення семестрового контролю та атестації здобувачів вищої освіти Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя (URL: <https://bit.ly/3HgUG6o>).

Ступінь бакалавра присуджується Університетом в результаті успішного виконання здобувачем вищої освіти відповідної освітньо-професійної програми, обсяг якої становить 240 кредитів ЄКТС, що відображено у пункті 2.3 Положення про організацію освітнього процесу у ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3HgRuHy>). На ОП «Маркетинг» атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену з освітніх компонентів циклу професійної підготовки: маркетинг промислового підприємства, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, логістика, маркетингові комунікації, маркетингові дослідження.

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

Процедури проведення контрольних заходів для ОК ОП «Маркетинг» регулюється робочими програмами / силабусами навчальних дисциплін, де є критерії оцінювання результатів навчання, зокрема, розподіл балів, які

отримують здобувачі за різні види робіт, форми контролю, шкала відповідності балів. Силабуси навчальних дисциплін (URL: <https://bit.ly/3kUoPAD>), навчальний план (URL: <https://bit.ly/3Y6YP3j>) та графік навчального процесу (URL: <https://bit.ly/3Rdzl25>) розміщені у відкритому доступі на сайті кафедри промислового маркетингу, що дозволяє здобувачам бути обізнаним про терміни проведення контрольних заходів.

Робочі програми, силабуси та навчально-методична література розміщені для ознайомлення в системі ATutor (URL: <https://bit.ly/3WMdxep>). Також інформування здобувачів про контрольні заходи здійснює особисто викладач.

Процедури проведення контрольних заходів регулюють положення:

Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3HgRuHy>);

Положення про оцінювання здобувачів вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Y5dopE>);

Положення про підсумковий семестровий контроль результатів навчання студентів ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Dpmu6J>),

Тимчасовий порядок проведення семестрового контролю та атестації здобувачів вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3JtgPkf>).

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

Відповідно до Положення про підсумковий семестровий контроль результатів навчання студентів ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Dpmu6J>) семестровий екзамен, залік (крім практики, курсової роботи) проводиться спільно з викладачами. Захист звіту з практики та курсової роботи проводяться у складі комісії із 3 викладачів кафедри, в тому числі керівника курсової роботи, практики.

Під час проведення семестрового контролю, за поданням студентської ради, може бути присутній представник органів студентського самоврядування як спостерігач. Для забезпечення об'єктивності оцінювання здобувачі проходять тестування у системі ATutor. Результати проходження перевіряються автоматизовано (без участі викладача), що усуває суб'єктивність оцінки.

Атестація здобувачів відбувається на відкритому засіданні ЕК (URL: <https://bit.ly/3HG43xq>).

Превентивні заходи щодо можливості виникнення конфліктних ситуацій полягають у інформуванні про процедуру проведення екзаменів та ознайомлення з переліком екзаменаційних питань та з формою його проведення. Порядок врегулювання конфліктів міститься у Положенні про організацію освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3HgRuHy>). Крім цього діє Положення про врегулювання конфліктних ситуацій у ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3kNkH5j>).

У розділі 6 Положення про оцінювання здобувачів вищої освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Y5dopE>) наведена процедура оскарження результатів навчання.

Випадків застосування процедури врегулювання конфлікту інтересів на ОП «Маркетинг» не було.

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

Порядок проходження контрольних заходів у ТНТУ визначений в Положенні про оцінювання здобувачів вищої освіти Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя (URL: <https://bit.ly/3Y5dopE>).

Повторне оцінювання - повторне проведення підсумкового контролю зазначене у Положенні про підсумковий семестровий контроль результатів навчання студентів ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Dpmu6J>)

Повторне оцінювання проводиться двічі (у терміни, визначені наказом ректора). Екзамени проводять згідно з розкладом, який доводять до відома викладачів і здобувачів не пізніше ніж за тиждень до їх початку. Повторне оцінювання проводиться лектором та другим викладачем за відомістю обліку успішності / заліково-екзаменаційним листком «А»; друге повторне оцінювання проводиться комісією за відомістю обліку успішності «К». Повторне оцінювання за відомістю «А» для студентів денної форми навчання здійснюється згідно з розкладом, який складає навчальний відділ та затверджує перший проректор, а для заочної форми навчання – за графіком, затвердженим завідувачем відповідної кафедри. Повторне оцінювання за відомістю «К» для усіх форм навчання здійснюється згідно розпоряджень декана факультету.

Процедура повторного вивчення окремих дисциплін регламентується Положенням про підсумковий семестровий контроль результатів навчання студентів ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Dpmu6J>) у розділі 5.

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

Здобувачі вищої освіти мають право подавати апеляцію за результатами навчання у терміни та в порядку, визначеному у розділі 6 Положення про оцінювання здобувачів вищої освіти в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Y5dopE>). Упродовж тижня після оголошення результату відповідного контролю здобувач може звернутися до викладача за роз'ясненням і/або з незгодою щодо отриманої оцінки. Звернення може бути усним, письмовим або електронним, надісланим через систему ATutor. У випадку незгоди з рішенням викладача здобувач може звернутися до зав.кафедри з умотивованою письмовою або усною заявою. За заявою здобувача й поясненням (усним чи письмовим) викладачів зав.кафедри ухвалює рішення про оцінювання результатів контролю іншим викладачем, що викладає ту саму чи суміжну дисципліну, або має достатню компетенцію для оцінювання знань студента. Якщо оцінка першого й повторного оцінювання відрізняється у понад 10%, то оцінка визначається як середнє арифметичне двох. Інакше справедливою є оцінка, виставлена при першому оцінюванні. Здобувачі можуть оскаржити результати усіх видів контролю, а при атестації – саму процедуру. Якщо здобувач не згоден із рішенням комісії і вважає, що порушена процедура захисту, він може подати письмову заяву декану не пізніше наступного дня після проведення оцінювання. Декан своїм рішенням формує комісію для розгляду питання дотримання процедури. Прикладів застосування вищезазначених правил за даною ОП не було.



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

Основним нормативним документом, що регулює питання дотримання академічної доброчесності у ТНТУ є Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Hk9iS2>). За неналежне дотримання академічної доброчесності до науково-педагогічних та наукових працівників університету, а також до здобувачів вищої освіти можуть бути застосовані різноманітні заходи академічної відповідальності. За дотримання представниками університетської спільноти моральних і правових норм відповідає Комісія з академічної доброчесності, метою діяльності якої є розгляд подій конфліктного характеру. Комісія не є постійно діючою та створюється за розпорядженням ректора університету з повноваженнями на період вивчення справи по суті.

Крім цього основні положення та процедури дотримання академічної доброчесності зафіксовано в Положенні про організацію освітнього процесу у ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3HgRuHy>).

На питаннях дотримання академічної доброчесності наголошується при написанні курсових робіт та звітів з практики здобувачами. Окрім цього, гарант ОП, завідувач кафедри та викладачі регулярно проводять бесіди на тему академічної доброчесності із здобувачами вищої освіти. Здобувачів ознайомлюють із Положенням про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ТНТУ, яке також розміщене і на сайті кафедри промислового маркетингу (URL: <https://bit.ly/3HGqnHc>).

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

Для попередження недотримання норм та правил академічної доброчесності в університеті використовується комплекс профілактичних заходів, зазначених у Положенні про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Hk9iS2>), а також у Положенні про недопущення академічного плагіату в ТНТУ (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=462>).

У роботах здобувачів вищої освіти не повинно бути академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації. Кожен електронний навчальний курс в системі електронного навчання має інструмент автоматичної перевірки завантажених у скриньку для завдань файлів студентських робіт (звітів практики, індивідуальних робіт, курсових робіт і т.д.) на унікальність. Здійснюється ідентифікація особи, що складає тести у середовищі електронного навчання Atutor за допомогою ввімкненої камери.

Також перевірка на антиплагіат може здійснюватися за допомогою Інтернет-сервісів, які є у вільному доступі.

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

З метою популяризації академічної доброчесності серед здобувачів у ТНТУ здійснюється консультування та роз'яснювальна робота щодо вимог з написання звітів, курсових робіт, наукових праць (статтей, тез) викладачами, кураторами, керівниками практик та курсових робіт, також постійно наголошується на принципах самостійності, коректного використання інформації з інших джерел та уникання плагіату, вимог до використання літературних джерел та оформлення цитувань.

Гарант ОП, викладачі та куратори проводять роз'яснювальні бесіди зі здобувачами про відповідальність за недотримання академічної доброчесності, ознайомлюють з Положенням про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Hk9iS2>), Положенням про недопущення академічного плагіату в ТНТУ (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=462>), іншими нормативними документами, які врегульовують цю діяльність і розміщені на офіційній веб-сторінці «Нормативна база ТНТУ» (URL: <https://bit.ly/40qspD1>), а також на сайті кафедри промислового маркетингу (URL: <https://bit.ly/3HGqnHc>).

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

Відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Hk9iS2>) за порушення академічної доброчесності учасники освітнього процесу можуть бути притягнені до академічної відповідальності:

- науково-педагогічні та наукові працівники – відмова у присудженні наукового ступеня чи присвоєнні вченого звання, позбавлення присудженого наукового ступеня чи присвоєного вченого звання, відмова в присвоєнні або позбавлення кваліфікаційної категорії, позбавлення права брати участь у роботі визначених законом органів чи займати визначені законом посади;
  - здобувачі освіти – повторне проходження оцінювання (контрольна робота, екзамен, залік тощо), повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми, відрядження з університету, позбавлення академічної стипендії, позбавлення наданих університетом пільг з оплати навчання.
- Дотримання вимог академічної доброчесності на ОП «Маркетинг» є на належному рівні, тому потреби у вживанні подібних заходів не було. Відповідних ситуацій щодо здобувачів вищої освіти за даною ОП зафіксовано не було.

## **6. Людські ресурси**

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

Конкурсний відбір викладачів організований згідно із затвердженим порядком проведення такого добору,

враховуючи професійну кваліфікацію науково-педагогічних працівників та інші критерії, які передбачені процедурою відповідно до Положення про порядок обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників (URL: <https://bit.ly/3kVGJCU>). Претендент на посаду науково-педагогічного працівника подає документи, які засвідчують його попередню науково-педагогічну роботу: список наукових та навчально-методичних праць, виданих за попередній термін дії трудового договору чи контракту, висновок про якість проведення відкритого заняття; документи про проходження підвищення кваліфікації. Кваліфікацію претендента на посаду відповідно до наданих документів розглядає кадрова комісія, яка діє відповідно до Положення про кадрову комісію ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3wIF6eF>)

Вимоги конкурсного добору спонукають НПП до самоосвіти, підвищення кваліфікації, проходження стажувань, виконання наукових досліджень. Так, за останні п'ять років викладачі кафедри захистили 2 докторські дисертації (Якимішин Л.Я. (2017р.), Фалович В.А. (2018р.)). Усі викладачі кафедри мають науковий ступінь та вчене звання. В університеті діє Положення про систему внутрішнього забезпечення якості ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3wFwSnq>), згідно з яким забезпечується необхідний рівень кваліфікації НПП шляхом формулювання чітких вимог до претендентів на посади, зокрема здатності кандидата розвиватися та професійно зростати.

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

Згідно з Положенням про раду роботодавців ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3wMmiLH>) в університеті діє Рада роботодавців і Експертна рада кафедри промислового маркетингу, які беруть участь в обговоренні та розробленні ОП, проводять оцінку навчальних планів з точки зору компетентностей і рівня підготовки випускників до професійної діяльності. Також роботодавці залучені до реалізації освітнього процесу через організацію ділових зустрічей у форматі круглих столів (Днів маркетолога, Днів кар'єри та Ярмарки вакансій); виступи на науково-практичних конференціях; рецензування ОП (рецензії на ОП надали: директор ТОВ «Українське морозиво» В. Ласій, директор ТОВ «Тернопільський міський Ринок ЛТД» Ю. Ворко, директор ТОВ «Т.Д.К.» Я. Федорук); участь в практичній підготовці здобувачів. Відповідно до Положення про практичну підготовку здобувачів ВО у ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3j1LASv>) роботодавці забезпечують організацію і контроль проходження практики. Активність роботодавців у такого роду співпраці із ТНТУ зумовлюється встановленням довгострокових відносин на основі підписаних угод (меморандум про співпрацю з Благодійним фондом родини Демкур, ТОВ «Маркетинг-центр «Далі») і взаємовигідністю цієї співпраці через подальше працевлаштування кращих випускників-маркетологів. Зокрема, здобувачка даної ОП Ухач Соломія після проходження практики на ТОВ «Маркетинг-центр «Далі» (URL: <https://cutt.ly/k9jNjMX>) отримала пропозицію щодо працевлаштування від бази практики (URL: <https://bit.ly/3DdgoYQ>).

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

Кафедра активно залучає професіоналів-практиків до проведення гостьових лекцій, зокрема викладачами кафедри організовано лекції:

- маркетолога видавництва «Підручники і посібники» Гребелюка Віталія та агента зі постачання Гапюк Марії (URL: <https://bit.ly/3Dm8UkU>),
  - директора ТОВ «Босфор» Юлії Присяжнюк (URL: <https://bit.ly/3DryhBP>),
  - регіонального керівника ГО «Діловий Клуб «Партнер» Олександра Сохацького (URL: <https://bit.ly/3HISGta>) та (URL: <https://bit.ly/3Fr6zq1>).
  - представників Студії інтернет-маркетингу OnlineMedia (URL: <https://bit.ly/3DrDN05>),
  - голови та заступника голови громадської організації «АТОМ» Ірини Яремчук та Людмили Лукіян (URL: <https://bit.ly/3RdLy6V>),
  - віце-президента з маркетингу та зв'язків з громадськістю міжнародної молодіжної організації AIESEC Ukraine в Тернополі Юрія Королишина (URL: <https://bit.ly/3JHPJWX>),
  - Інтернет-маркетолога мовних шкіл Профі-Центр Христини Савки (URL: <https://bit.ly/3WKfLvj>),
  - віце-президента з питань регіонального розвитку Міжнародної торгової палати ICC Ukraine Тараса Демкури в рамках бізнес-курсу з основ підприємництва «MESH», в результаті якого здобувачі презентували свої молодіжні стартапи (URL: <https://bit.ly/3DSmVkb>, URL: <https://bit.ly/4owMiIB>).
- Також викладачі та здобувачі прийняли участь у відкритій лекції Летницького Андрія, начальника відділу продаж 3D друку ТОВ «Телекомунікаційні технології» на кафедрі маркетингу «Одеської політехніки» на тему «Маркетинг технології 3D-друку» (URL: <https://bit.ly/42Yam89>).

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

У ТНТУ діє Положення про підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3HIKOUe>), що визначає процедуру, види, форми, обсяг (тривалість), періодичність, умови підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників університету, включаючи умови й процедуру визнання результатів підвищення кваліфікації. Положенням визначено періодичність підвищення кваліфікації НПП не рідше одного разу на п'ять років.

Викладачі, які забезпечують ОК даної ОП проходять стажування на підприємствах та ЗВО в Україні та за кордоном. Для викладачів передбачено Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасниками освітнього процесу та працівниками у ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3kS1jV1>).

Зокрема, викладачі кафедри проходили міжнародні стажування у Суспільній академії наук у м. Лодзь (Польща) (проф. Якимішин Л.Я. (2018р, 2019р), проф. Фалович В.А. (2019р), на підприємстві STELA Laxhuber GmbH, Німеччина (проф. Якимішин Л.Я., проф. Фалович В.А. (2022р). Міжнародну програму підвищення кваліфікації

«International Historical Biographical Institute» у 2021 р. пройшла доц. Шпилик С.В, у 2022 р. – доц. Семенюк С.Б. Як результати підвищення кваліфікації викладачам зараховується участь у конференціях, семінарах, практикумах, тренінгах, вебінарах, майстер-класах тощо. Інформація про стажування та підвищення кваліфікації розміщена на сайті кафедри (URL: <https://bit.ly/3X3sZnj>), а також на сторінках викладачів на сайті кафедри (URL: <https://bit.ly/3HqclIK>).

### **Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності**

Одним із шляхів розвитку викладацької майстерності є присвоєння учених звань, яке регламентується Положенням про порядок присвоєння вчених звань науково-педагогічним і науковим працівникам ТНТУ (<https://bit.ly/3DsfTsu>). Для стимулювання розвитку викладацької майстерності у ТНТУ діють Положення про рейтингову систему оцінювання якості роботи факультетів і кафедр ТНТУ (<https://bit.ly/3RkEHbW>) та Положення про порядок преміювання науково-педагогічних та наукових працівників ТНТУ (<https://bit.ly/3RgLRO6>), де зазначено, що використовуються разові преміювання за особливі досягнення, наприклад, за публікації в Scopus та Web of Science, чи отримання сертифікату з іноземної мови не нижче B2 відповідно до Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти.

Однією з вимог щодо участі у конкурсі є проведення НПП відкритих занять відповідно до Положенням про планування, проведення, оцінювання відкритих занять та про відвідування занять у ТНТУ (<https://bit.ly/3wG1UvG>). Для НПП університет організовує курси підвищення кваліфікації «Комп'ютерні технології в організації освітнього процесу та дистанційного навчання», які у 2020 р. пройшли доц. О. Бурліцька та доц. Н. Голда (<https://bit.ly/3X3sZnj>).

Також для розвитку викладацької майстерності у 2021 р. проф. В. Фалович взяв участь у форумі «Цифрові трансформації в освіті, бізнесі, ІТ та культурі» (<https://bit.ly/3YezHbp>), у 2022 р. доц. С. Семенюк пройшла курс підвищення кваліфікації «Бренд науковця в цифровому світі» (<https://bit.ly/3wYUbsN>)

## **7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси**

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

ТНТУ повністю відповідає ліцензійним вимогам та вимогам провадження освітньої діяльності. Досягнення визначених ОП «Маркетинг» цілей та ПРН забезпечують фінансові, матеріально-технічні ресурси, навчально-методичне забезпечення та інфраструктурні об'єкти ТНТУ. Фонди бібліотеки налічують понад 200 тис. примірників навчальної, методичної, наукової, художньої літератури (URL: <https://bit.ly/3Ya7m5z>). Доступ до електронних ресурсів бібліотеки забезпечується функціонуванням репозитарію (ELARTU) відкритого доступу (URL: <https://bit.ly/3XOPNYR>). На кафедрі створена «Бібліотека маркетолога», фондами якої користуються здобувачі даної ОП. Для ознайомлення із навчально-методичною літературою здобувачі можуть використовувати сайт кафедри (розділ «Студенту» (URL: <https://bit.ly/3XW7W7d>), а також навчально-методична література розміщена для ознайомлення в системі ATutor (URL: <https://bit.ly/3WMdxep>)

Комп'ютерна мережа ТНТУ дає можливість вільного доступу здобувачам, викладачам та допоміжному персоналу до мережі Інтернет. Здобувачі мають можливість користуватися електронною формою розкладу занять (URL: <https://tntu.edu.ua/?p=uk/schedule&s=fem>). Забезпечується вільний доступ до документів про фінансову діяльність, організацію освітнього процесу та інші документи нормативно-правової бази (URL: <https://bit.ly/4oqspD1>). Здобувачі та працівники розвивають свої творчі здібності, підтримують фізичне здоров'я в сучасних мистецьких і спортивних залах університету та плавальному басейні СК «Політехнік».

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

Освітній процес в університеті організовується у 284 навчальних приміщеннях і комп'ютерних лабораторіях, 108 (38,03%) з яких забезпечені мультимедійним обладнанням.

Вільний доступ до мережі Інтернет з використанням Wi-Fi або інших технологій є в усіх корпусах університету, а також гуртожитках.

У процесі взаємодії у системі ATutor здобувачі та викладачі активно спілкуються. Обмін думками відбувається у чаті, за допомогою опитувань, у процесі комунікації на практичних заняттях (опитування, дискусії, обговорення, представлення презентацій на актуальні теми, захист індивідуальних завдань). Зворотній зв'язок із викладачами здійснюється із використанням електронної пошти, яка є вбудованою функцією системи ATutor. Результати оцінювання здобувачі можуть бачити в своїй електронній заліковій книжці. Крім того, викладачі мають окремі години семестрових консультацій, які проводяться для здобувачів у їх вільний від занять час. У період спаду пандемії консультації викладача проводять у змішаному режимі: викладач фізично перебуває на кафедрі і одночасно доєднується до консультації в режимі он-лайн. Таким чином, здобувач може обирати форму проведення консультації, яка є йому зручною. У середовищі ATutor здобувачі мають змогу дати оцінку ОК щодо їх якості. Вибіркова складова в ОП дає можливість здобувачам обрати індивідуальну освітню траєкторію відповідно до вподобань та інтересів. Також враховуються пропозиції, побажання здобувачів за результатами їх опитувань (URL: <https://bit.ly/3lhPtDW> та URL: <https://bit.ly/40KtdC4>).

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

У Положенні про організацію освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3HlidTp>) закріплено право здобувачів на безпечність освітнього середовища. Автономні тепломережі забезпечують комфортний температурний режим у корпусах ТНТУ у холодну пору року. На входах в усіх корпусах є засоби індивідуального захисту, що запобігає поширенню COVID-19, найпростіші укриття.

Реалізується план заходів з урахуванням наслідків збройної агресії РФ (URL: <https://bit.ly/3JZpARP>). Перед початком навчання усі здобувачі та викладачі проходять інструктаж з техніки безпеки та протипожежної безпеки. Відповідальний кафедри за інструктаж з техніки безпеки повідомляє викладачів, де є засоби пожежогасіння, як діяти у випадку надзвичайних ситуацій. Керівники практики проводять необхідні інструктажі на базах практик. Відповідно до Положення про врегулювання конфліктних ситуацій в ТНТУ контролюється психологічне здоров'я здобувачів (URL: <https://bit.ly/3Y6Q6hy>). На сайті кафедри є спеціальний розділ, присвячений психологічній підтримці здобувачів та розв'язанню конфліктів (URL: <https://bit.ly/3JtKlkv>). Психологічний супровід здобувачів у процесі їх навчання та професійного становлення в університеті проводить к.псих.н., доц. І. Періг (URL: <https://bit.ly/3jcSXa1>).

Постійні зустрічі колективу кафедри зі здобувачами (в т.ч. он-лайн зустрічі), цілодобовий зв'язок з куратором дають можливість створити належний психологічний клімат в освітньому середовищі й уникнути непорозумінь.

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

Механізми освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти ТНТУ реалізуються на різних рівнях - загальноуніверситетському, факультетському, кафедральному, особистісному. На загальноуніверситетському рівні створені всі передумови забезпечення належних умов навчання. Зокрема, на офіційному сайті ТНТУ присутня уся необхідна для здобувачів вищої освіти інформація стосовно організації освітнього процесу, змісту освітніх програм та окремих освітніх компонент, графіків навчального процесу, розкладу занять, актуальних можливостей академічної мобільності, участі у поданні заяв на грантові та стипендіальні програми, конкурси, конференціях тощо. Також, здобувачі вищої освіти та інші учасники освітнього процесу мають доступ до усіх нормативних документів ТНТУ (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/>).

Факультетський рівень освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти відбувається через деканат. Комунікація зі здобувачами відбувається як опосередковано - через старост академічних груп, так і безпосередньо в процесі спілкування здобувачів з викладачами та адміністрацією факультету.

Кафедральний та особистісний - через НПП та допоміжний персонал. При цьому використовуються сучасні засоби комунікації: електронна пошта, Viber-групи, спільноти у соціальних мережах. Під час використання технологій дистанційного навчання, здобувачі мають можливість отримувати консультації, звертаючись до викладачів через систему дистанційного навчання ATutor. Здобувачі ОП мають вільний доступ до інформації про ОП, документів, що її регламентують, силабусів навчальних дисциплін. Кафедрою забезпечується підтримка здобувачів при виборі місця практики, сприяння кар'єрному старту через взаємодію з стейкхолдерами.

Здобувачі вищої освіти можуть залишати свої звернення в спеціальних скриньках, які є в навчальних корпусах ТНТУ, або звернутися за допомогою електронних засобів (URL: <http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/feedback>). Здобувачі ОП мають вільний доступ до публічної інформації, зокрема щодо рейтингового оцінювання здобувачів (URL: <http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/students-rating>). На комісії спільно з адміністрацією університету представники органів студ. самоврядування приймають рішення щодо питань розподілу стипендіального фонду, заохочення здобувачів, виплати спеціальних допомог, передбачених чинним законодавством. Також органи студентського самоврядування можуть вносити на розгляд адміністрації пропозиції щодо покращення побутових умов, умов проживання в гуртожитках, медичного обслуговування, відпочинку та дозвілля тощо. Враховуються також пропозиції, побажання здобувачів ВО за результатами їх опитувань (URL: <https://bit.ly/3lhPtDW> та URL: <https://bit.ly/3Zxd41E>). Опитування показали, що суттєвих проблем у здобувачів за ОП не було виявлено. Це підтверджує належний рівень механізмів освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів ВО.

## **Яким чином ЗВО створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами? Наведіть посилання на конкретні приклади створення таких умов на ОП (якщо такі були)**

Для здобувачів з особливими освітніми потребами створені достатні умови для реалізації права на освіту. Обладнано пандусами та спеціальними кнопками виклику чергового персоналу доступ до корпусів №1 (вул. Руська, 56); № 3 (вул. Федьковича, 9); № 7 «Ватра» (вул. Микулинецька, 46); № 10 «Політехнік», вул. Білогірська, 50). Обладнано лише спеціальними кнопками виклику чергового персоналу до корпусів, конструкторів входу в які не потребує наявності пандуса № 2 (вул. Руська, 56); № 4 (вул. Руська, 56А); № 5 (вул. Старий Поділ (Танцорова), 2); № 6 (вул. Гоголя, 6); № 8 (вул. Гоголя, 8); № 9 «Сатурн» (вул. Текстильна, 28). Таким чином, враховано вимоги та нормативи Державних будівельних норм країни «ДБН В 2.2-40:2018 Інклюзивність будівель і споруд».

В університеті затверджено «Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення в приміщеннях ТНТУ»

([https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000213/poriadok\\_suprovodu.pdf](https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000213/poriadok_suprovodu.pdf)).

Особи з особливими освітніми потребами, які не мають можливості відвідувати університет, можуть здобувати вищу освіту вдома з використанням дистанційних технологій навчання у середовищі ATutor, яке передбачає: доступ до навчальних матеріалів курсів у зручний час; консультації викладачів за допомогою засобів електронної комунікації без виїзду здобувача до університету; контроль вивчення дисциплін (модулі, заліки, курсові роботи, екзамен) в

онлайн режимі; здача атестаційного екзамену в онлайн режимі.  
Особи з особливими освітніми потребами на даній ОП не навчались.

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

У ТНТУ діє Положення про врегулювання конфліктних ситуацій в ТНТУ (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=568>) щодо попередження, запобігання та врегулювання конфліктних ситуацій, зокрема таких: корупційне правопорушення, сексуальні домагання, дискримінація, булінг (цькування) та тощо.

В навчальних корпусах ТНТУ встановлено скриньки довіри, якими учасники освітнього процесу можуть скористатися для письмового звернення щодо врегулювання конфліктних ситуацій, пов'язаних із корупцією, сексуальними домаганнями, дискримінацією та ін. Для перевірки фактів створюється комісія, яка у визначений термін повинна вивчити суть справи та у письмовому вигляді подати звіт. На основі звіту адміністрація університету приймає відповідне рішення. Для врегулювання конфлікту інтересів в ТНТУ використовуються «Методичні рекомендації щодо запобігання корупції та врегулювання конфлікту інтересів» (URL: <https://bit.ly/3ny943x>). У ТНТУ було прийнято «План заходів щодо попередження корупційних проявів та зловживань» (URL: <https://tntu.edu.ua/?p=uk/info/documents/anti-corruption-plan>), у якому чітко зазначено алгоритм дій, пов'язаних з можливими зловживаннями. Для прийняття швидких управлінських рішень під час проведення вступної кампанії адміністрація університету розробила графік прийому громадян (URL: <http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/schedule>).

Для врегулювання трудових спорів в університеті використовується механізм, прописаний у Колективному договорі, коли постійно діє відповідна комісія для розгляду питання по суті (URL: <http://tntu.edu.ua/storage/pages/00000020/kolektyvnyu-dogovir2017-02-16.pdf>). Також члени трудового колективу можуть подати на розгляд документи для обговорення різних питань (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/discussions>). Відповіді на скарги, звернення відбуваються шляхом особистого прийому громадян адміністрацією ТНТУ у встановлені дні та години відповідно до графіка прийому, який розміщено на офіційному веб-сайті (URL: <https://tntu.edu.ua/?p=uk/info/schedule>). За результатами розгляду скарг і звернень громадянам, за їх бажанням, надається відповідь в усній або письмовій формі.

Під час реалізації ОП звернень щодо вирішення конфліктних ситуацій (у тому числі пов'язаних з сексуальними домаганнями, корупцією, дискримінацією, булінгом) не було.

## **8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми**

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та перегляду ОП в ТНТУ регулюються Положенням про порядок розроблення, затвердження, моніторингу та припинення освітніх програм ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3wrE3zx>).

Відповідно до п. 4.3 Положення про організацію освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3XSYGjR>) освітні програми підготовки фахівців за спеціальностями певних освітніх рівнів повинні відповідати стандартам вищої освіти. При розробці ОП університет може використовувати міжнародні документи (міжнародні стандарти, рекомендації, зразкові освітні програми тощо), а також національні та міжнародні професійні стандарти.

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

Перегляд, аналіз та оновлення ОП відбувається з ініціативи й пропозиції гаранта ОП та НПП, які її реалізують. При цьому вносяться зміни в ОП з урахуванням пропозицій від усіх зацікавлених сторін – зовнішніх (роботодавці) та внутрішніх стейкхолдерів (випускників, здобувачів ВО, НПП), затверджується нова редакція ОП, яка узгоджується між усіма стейкхолдерами. Проект ОП розробляється робочою групою, яку очолює гарант ОП. ОП узгоджується з групою забезпечення, роботодавцями, обговорюється та схвалюється Експертною радою роботодавців, учасниками засідання кафедри промислового маркетингу, розглядається науково-методичною комісією факультету й затверджується на засіданні Вченої ради ТНТУ. За необхідності перегляд і внесення змін до ОП може відбуватися для кожного нового циклу підготовки здобувачів вищої освіти.

ОП «Маркетинг» адаптовано до вимог стандарту ВО України за першим (бакалаврським) рівнем для спеціальності 075 «Маркетинг» (наказ МОН України від 05.12.2018 р. № 1343), затверджено Вченою радою (протокол №4 від 16 квітня 2019 р.) і введено в дію за наказом ректора (наказ №4/7-216 від 26 квітня 2019 р.).

У 2022 р. за рекомендаціями стейкхолдерів, з урахуванням потреб ринку праці, вивчення досвіду кращих ЗВО освітню програму удосконалено. ОП затверджена Вченою радою (протокол №6 від 21.06.2022р.) та введена в дію наказом ректора № 4/7-528 від 22.06.2022р.

Зокрема, внесено зміни в ОП щодо додаткових фахових компетентностей СК15, СК16 та відповідних результатів навчання Р19, Р20, які передбачають здатність ефективно вирішувати маркетингові завдання із використанням інструментів цифрового маркетингу. Виходячи із цього змін зазнали зміст та наповнення обов'язкових компонент ОП: ОК 19 «Інтерактивний маркетинг», ОК 20 «Інтернет-маркетинг», ОК21 «Інформаційний маркетинг», ОК 25 Маркетинг, ОК32 «Маркетингові комунікації».

Також за результатами розвитку ОП було прийнято рішення щодо введення нових обов'язкових ОК (ОК 6 «Інформаційні технології та основи програмування» та ОК 34 «Тренінгові технології особистісного зростання») та вдосконалено структурно-логічну схему ОП (ОК 13 «Філософія» перенесено у 1 семестр, а ОК 8 «Макро- та мікроекономіка» - відповідно у 2 семестр).

Ініціаторами цих змін були внутрішні та зовнішні стейкхолдери, що відображено у протоколі розширеного засідання кафедри № 14 від 10.06.2022 р. - (URL: <https://bit.ly/3n1AKhf>)

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

Залучення здобувачів до процесу періодичного перегляду ОП відбувається такими шляхами:

1. Здобувачі безпосередньо залучаються до процесу періодичного перегляду та оновлення ОП шляхом включення їхніх представників до складу робочої групи з формування та оновлення ОП. До складу робочої групи з оновлення ОП «Маркетинг» входив ст. групи ПМ-21 Владислав Каліщук, який представляє інтереси студентської спільноти. Його пропозиції як представника здобувачів були враховані при вдосконаленні ОП (протокол № 14 від 10.06.2022 р) URL: <https://bit.ly/3n1AKhf>.

2. Анонімне опитування здобувачів щодо якості ОП. Таким чином проводиться щорічний моніторинг серед здобувачів щодо задоволеності освітньою програмою та якістю навчальних дисциплін ОП (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=645>). Отримані результати обговорюються на засіданнях кафедри промислового маркетингу (протокол № 9 від 10.02.2022 р.) URL: <https://bit.ly/3TrwXpK>.

3. Здійснюється опитування здобувачів про якість ЕНК у вкладці «Випускне анкетування» в системі Atutor.

4. Регулярно відбуваються зустрічі гаранта ОП, завідувача кафедри, кураторів зі здобувачами різних курсів (URL: <https://bit.ly/3DsdJfJ>).

Результати проведеного моніторингу задоволеності ОП здобувачами використовуються при переглядах ОП.

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

Згідно з Положенням про роботу органів студентського самоврядування ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3WNNprq>) органи студентського самоврядування університету мають право брати участь в обговоренні та вирішенні питань удосконалення освітнього процесу, брати участь у заходах (процесах) щодо забезпечення якості ВО (ст.1, п.1.4).

До структури студентського самоврядування входить Студентська Рада. Представники Студради за квотою, згідно Положення про Вчену раду ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3zjjuiuf>), представлені у складі Вчених рад факультету та університету і тому залучені до процесу затвердження ОП.

До студентського самоврядування факультету входять старости усіх академічних груп. Староста групи ПМ-31 Каліщук В. входив до робочої групи розробки ОП та відповідно до протоколу засідання кафедри (протокол № 14 від 10.06.2022 р) URL: <https://bit.ly/3n1AKhf>) та приймав участь в обговоренні питань, пов'язаних зі змістом ОП.

Також пропозиції здобувачів враховано на підставі результатів їх опитувань, які проводяться відповідно до Положення про опитування учасників освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Dvras1>) та обговорюються на засіданнях кафедри (протокол № 9 від 10.02.2022 р. URL: <https://bit.ly/3TrwXpK>)

Крім цього, опитування проводиться методом анкетування в системі ATutor. Отримані результати можуть бути використані для внутрішнього забезпечення якості у процесі розроблення ОП, її перегляду, вдосконалення навчальних планів та наповнення дисциплін, а також при заміщенні вакантних посад НПП.

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

Зустрічі з роботодавцями відбуваються у період проведення конференцій та зустрічей кафедрою промислового маркетингу, екскурсій на підприємства, ділових зустрічей у форматі круглих столів: День маркетолога, Днів кар'єри та Ярмарку вакансій. В ТНТУ діє Положення про раду роботодавців» (URL: <https://bit.ly/3RociBt>).

НПП кафедри та здобувачі ОП активно співпрацюють з ТОВ «Маркетинг-центр «ДАЛІ», ТОВ «Маркетингові технології ПБС», ПрАТ «ТерА», ТОВ «Підручники та посібники», ТОВ «Тернопільський міський Ринок ЛТД», ТОВ «Українське морозиво», ТОВ «Т.Д.К.». Тісна співпраця також із ТОВ «Босфор», ТзОВ «Білий берег», ТОВ «Галичина Ласунка», ТОВ «Тернопільський молокозавод», ТОВ «Микулинецький Бровар», де також працюють наші випускники.

В ТНТУ функціонує відділ доуніверситетської підготовки, профорієнтації та сприяння працевлаштуванню випускників. Налагоджено двосторонній зв'язок з роботодавцями, підприємствами та представниками бізнесу. Роботодавці безпосередньо залучені до процесу оновлення ОП. Основні побажання та пропозиції, висунуті на засіданнях Експертної ради роботодавців враховано під час оновлення ОП., зокрема прийнято рішення про введення нових фахових компетентностей СК15, СК16 та відповідних результатів навчання Р19, Р20 (протокол №1/1 від 3.06.2022) URL: <https://bit.ly/3TMSGbJ>.

Кафедрою напрацьовується модель співпраці з зовнішніми стейкхолдерами і потенційними роботодавцями. Зокрема, останні залучаються до читання гостьових лекцій в межах окремих дисциплін та проведення тематичних зустрічей з проблем маркетингу.

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

На кафедрі призначено відповідальну особу за комунікації з випускниками – доцента Оксану Бурліцьку, яка працює

над формуванням та оновленням бази даних про випусників. Інформація про кращих випусників розміщена на сайті кафедри - URL: <https://bit.ly/3j1mfZ3>.

Для отримання інформації щодо кар'єрного шляху та працевлаштування випусників ОП кафедра використовує різні канали комунікації. У соцмережах (Facebook, Instagram, YouTube-канал, TikTok, Viber) оприлюднюються поточні події та встановлюється зворотній зв'язок з випусниками ОП під час проведення конференцій та ділових зустрічей у форматі круглих столів - День маркетолога, День кар'єри, Ярмарка вакансій.

Кафедра залучає випусників, які мають успішну кар'єру, до освітнього процесу. Зокрема, випусниця Світлана Озімко очолює Експертну раду роботодавців, яка діє при кафедрі та бере участь у розробці та оновленні ОП, випусниця Христина Савка – Інтернет-маркетологиня мовних шкіл «Профі-Центр» на зустрічі із студентами ознайомила з сучасними тенденціям та найбільш дієвими інструментами Інтернет-маркетингу (URL: <https://bit.ly/3XRvR7q>).

Також опитування випусників проводить відділ доуніверситетської підготовки, профорієнтації та сприяння працевлаштуванню за допомогою Google Forms, який формує базу даних про випусників. Важливим інструментом співпраці з випусниками є ГО «Асоціація випусників ТНТУ». Форма реєстрації на вступ до ГО «Асоціація випусників ТНТУ» розміщена за посиланням: URL: <https://bit.ly/3H6NVDV>.

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

Система забезпечення якості вищої освіти ТНТУ забезпечує реагування на виявлені недоліки в ОП та освітній діяльності. Результати роботи враховуються кафедрою. Також кафедра проводить аналіз ОП інших вітчизняних та зарубіжних університетів, відстеження змін вимог роботодавців під впливом сучасних тенденцій ринку праці. Після проведення внутрішнього аудиту було виявлено та усунуто недоліки: додатково розміщено силабуси на сторінці кафедри, вдосконалено та оновлено силабуси окремих дисциплін шляхом внесення інформації щодо структури та змісту курсових робіт.

Для покращення провадження освітньої діяльності за ОП здійснюються такі заходи:

- 1) науково-педагогічними працівниками, що безпосередньо відповідають за зміст ОП, забезпечується постійний моніторинг та актуалізація навчальних курсів в системі дистанційного навчання Atutor;
- 2) здійснюється поінформованість здобувачів щодо формування індивідуальної траєкторії навчання, зокрема через можливість самостійного обрання навчальних дисциплін (URL: <https://bit.ly/3DsdJJF>);
- 3) проводиться робота в напрямку поінформованості здобувачів щодо порядку оскарження результатів контрольних заходів шляхом ознайомлення з Положенням про оцінювання здобувачів вищої освіти ТНТУ, зокрема з п.6. Процедури розгляду звернень здобувачів вищої освіти щодо оцінювання;
- 4) ознайомлено здобувачів з Положенням про врегулювання конфліктних ситуацій в ТНТУ, зокрема організовано зустрічі із психологом доц. Періг І.М. (URL: <https://bit.ly/3jcSXa1>).
- 5) активізується процес залучення здобувачів, що навчаються за даною ОП, до участі у програмах міжнародної академічної мобільності (здобувач Калішук В. у 2022 році пройшов відбір на семестрове навчання в рамках стипендіальної Програми ЄС Еразмус+ в Університеті Валенсії (Іспанія). Виробничу практику у Польській компанії «Raparama Morska» у 2023 році пройшли здобувачі з курсу Хірна М. та Назарчук Я).
- 6) продовжується практика інформаційних кампаній щодо пропагування академічної доброчесності серед учасників освітнього процесу (URL: <https://bit.ly/3DsdJJF>).
- 7) кафедрою проводиться популяризація зарахування результатів навчання, отриманих у неформальній або інформальній освіті шляхом ознайомлення здобувачів з Положенням про визнання у ТНТУ ім. І.Пулюя результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті. Так у 2023 році як результати навчання, отримані у неформальній освіті (курс «Цифровий маркетинг» на платформі Prometheus) здобувачам з курсу Весні Б., Симоненко К. та Куровській О. зараховано теми 1, 3, 5 в рамках вивчення дисципліни «Інтернет-маркетинг». Також Голова студентської ради та старости груп проводять роз'яснювальні бесіди зі здобувачами освіти щодо ролі і основних напрямків діяльності органів студентського самоврядування в університеті. Гарант ОП, завідувач кафедри, куратори груп систематично проводять моніторинг серед здобувачів щодо задоволеності ОП та якістю навчальних дисциплін, виявляють слабкі чи проблемні сторони з метою своєчасного реагування.

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

Оскільки акредитація ОП «Маркетинг» проводиться вперше, удосконалення ОП здійснювалося із врахуванням пропозицій зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів. Під час розроблення ОП були взяті до уваги побажання та пропозиції зовнішніх стейкхолдерів – експертів сфери маркетингу. ОП «Маркетинг» відповідає стандарту вищої освіти, а отже, зовнішнє забезпечення якості ВО враховано в даній ОП. Окрім цього, враховуючи досвід зауважень та побажань експертів щодо акредитацій інших ОП у ТНТУ, зокрема інших ОП першого (бакалаврського) рівня, а також ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Зокрема, було враховано рекомендації експертів проте, що здобувачі на першому курсі вивчають компоненти лише обов'язкової підготовки ОП «Маркетинг», силабуси всіх ОК розміщені на сайті кафедри для надання здобувачам можливості ознайомлення та обґрунтованого вибору, удосконалено систему формування індивідуального плану здобувача, розширено перелік вибіркового дисциплін, проведено інформаційно-роз'яснювальну роботу щодо мети, основних завдань, компетенцій та результатів, які забезпечує ОП «Маркетинг».

Відповідно до рекомендацій експертів ЕГ, що проводила акредитаційну експертизу ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня враховано те, що протягом першого місяця кожного семестру проводити інформаційні заходи щодо популяризації можливостей інтернаціоналізації з метою започаткування на ОП практики залучення НПП та

здобувачів ВО до міжнародних науково-комунікативних заходів. Так доц. С. Семенюк пройшла міжнародну програму підвищення кваліфікації «International Historical Biographical Institute» в період з 3 листопада по 30 грудня 2022 року. Також у 2023 році виробничу практику у Польській компанії «Panorama Morska» пройшли здобувачі з курсу Хірна М. та Назарчук Я. (наказ№4/7-24 від 17.01.2023р).

Щодо рекомендації ЕГ по підвищенні публікаційної активності викладачів, зокрема публікацій у наукометричних базах Scopus, то прийнята до друку стаття доц. Краузе О., доц. Піняк І. та доц. Шпилик С. у журнал «Eastern-European Journal of Enterprise Technologies», що індексується у наукометричній базі Scopus (№ 2/13 (122) 2023).

ЕГ відмітила не високу мотивацію серед здобувачів ВО до отримання неформальної освіти та участі в програмах академічної мобільності. Для популяризації інформальної освіти відбувались зустрічі із гарантом ОП, завідувачем кафедри та кураторами, тому у 2023 році як результати навчання, отримані у неформальній освіті (курс «Цифровий маркетинг» на платформі Prometheus) здобувачам з курсу Весні Б., Симоненко К. та Куровській О. зараховано теми 1, 3, 5 в рамках вивчення дисципліни «Інтернет-маркетинг».

Для підсилення практичної орієнтації ОП рекомендовано ЕГ організовуючи тренінги, додаткові курси за участю професіоналів-практиків. Для цього університет активно співпрацює з освітньою платформою Coursera (URL:<https://tntu.edu.ua/?p=uk/news/4582>) із метою розвитку та підтримання інформальної освіти.

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

Учасники академічної спільноти змістовно залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП через проведення опитування НПП (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=648>), розгляду питань на засіданнях кафедри, Вченої ради факультету, а також Вченої ради університету. ТНТУ реалізовує заходи щодо залучення учасників академічної спільноти до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП, які включають: проведення оцінювання та періодичного перегляду ОП із залученням внутрішніх стейкхолдерів; оцінювання результатів навчання шляхом проведення тестового контролю; оцінювання НПП на основі анкетування здобувачів; підвищення кваліфікації НПП; забезпечення дієвої системи превентивних заходів щодо виявлення академічного плагіату при реалізації освітнього процесу.

Робоча група ОП відповідно до існуючого Положення про порядок розроблення, затвердження, моніторингу та припинення освітніх програм (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=466>) проводить дослідження її актуальності, обґрунтовує назву та зміст майбутньої ОП на кафедрі із залученням фахівців інших кафедр. Рішення кафедри є підставою для передачі матеріалів науково-методичній раді, яка перевіряє відповідність ОП вимогам. Рішення по ОП схвалює Вчена рада факультету. Позитивне рішення Вченої ради факультету є підставою для передачі матеріалів на розгляд Вченої ради університету. Таким чином учасники академічної спільноти залучені до перегляду ОП на етапах обговорення та затвердження.

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

Провадження освітньої діяльності здійснюється на рівні структурних підрозділів та університету в цілому, а якість вищої освіти створюється на рівні ОП. Належне функціонування системи внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в ТНТУ передбачає розподіл повноважень щодо прийняття рішень і оцінювання відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3RkGs8V>).

За внутрішню систему забезпечення якості відповідає відділ забезпечення якості освіти ТНТУ, який створений з метою координації діяльності університету стосовно планування, контролю, забезпечення результативності у сфері якості та регламентується Положенням про відділ забезпечення якості освіти ТНТУ (URL: <https://bit.ly/3Du9I7e>). Структурними підрозділами, що залучені до реалізації внутрішньої системи забезпечення якості є Студентська рада (URL: <https://bit.ly/3WV9TiT>), Рада роботодавців та Експертна рада роботодавців спеціальності (URL: <https://bit.ly/3YgRfTY>), Відділ довузівської підготовки, профорієнтації та сприяння працевлаштуванню (URL: <https://job.tntu.edu.ua/>), Асоціація випускників (URL: <https://alumni.tntu.edu.ua/>). Дорадчими і робочими органами є: Ректорат (URL: <https://bit.ly/3XSwtAh>) Вчена рада університету (URL: <https://bit.ly/3HhfCKc>), Наглядова рада (URL: <https://bit.ly/3Yfq2Rn>), Приймальна комісія (URL: <https://tntu.edu.ua/?p=uk/admission>)

## **9. Прозорість і публічність**

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

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу в ТНТУ регулюються нормативними документами, що базуються на чинному законодавстві України. Створено нормативну базу, якою керуються усі структурні підрозділи та учасники освітнього процесу. Нормативна база коригується, доповнюється новими положеннями, в документи вносяться своєчасні зміни для забезпечення прав та обов'язків усіх учасників. Доступність усіх документів забезпечується розміщенням їх на сайті університету.

Основні нормативні документи ТНТУ включають розділи:

- Нормативна база (URL: <https://bit.ly/40enRQ1>),
- Статут університету (URL: <https://bit.ly/3DucGso>),
- Основні положення (URL: <https://bit.ly/3JtgWfN>),
- Колективний договір (URL: <https://bit.ly/3ThLVy5>),
- Правила внутрішнього розпорядку (URL: <https://bit.ly/3wPbvQN>),



- План заходів щодо попередження корупційних проявів та зловживань (URL: <https://bit.ly/3WV97Tb>),
  - Методичні рекомендації щодо запобігання та врегулювання конфлікту інтересів (URL: <https://bit.ly/3XTretZ>)
  - Інші положення (URL: <https://bit.ly/3Rn4Uq1>).
- Оцінювання роботи викладачів регулюється Положенням про рейтингову систему оцінювання якості роботи факультетів і кафедр ТНТУ (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=742>). Опитування здобувачів та викладачів проводиться згідно Положення про опитування учасників освітнього процесу в ТНТУ (URL: <https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=464>).

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

Сторінка з документами, винесеними на обговорення - URL: <https://tntu.edu.ua/?p=uk/news/4230>.  
 Адреси вебсторінок для внесення змін, зауважень та пропозицій зацікавлених сторін внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів:  
 зворотний зв'язок для звернень громадян URL:<http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/feedback>;  
 запит від особи на отримання публічної інформації URL:<http://tntu.edu.ua/?p=uk/info/standing-order>.

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

Офіційний сайт ТНТУ: URL: <https://tntu.edu.ua/?p=uk/main>  
 Освітня програма - URL:<https://tntu.edu.ua/?p=uk/structure/faculties>

## 11. Перспективи подальшого розвитку ОП

### Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони:

- збалансована ОП. Освітні компоненти, включені до ОП, дозволяють готувати бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних спеціалізованих задач маркетингової діяльності;
- ефективна організація освітнього процесу у середовищі системи дистанційного навчання ATutor, у якій представлені та якісно наповнені всі обов'язкові компоненти ОП;
- практична спрямованість освіти, залученість здобувачів-бакалаврів і викладачів у спільні прикладні дослідження, залучення фахівців з бізнесу до проведення гостьових лекцій;
- наявність висококваліфікованого кадрового персоналу: усі НПП кафедри, які забезпечують ОП, є кандидатами або докторами наук;
- активна співпраця із стейкхолдерами та роботодавцями міста Тернополя та Тернопільської області, зокрема в рамках бізнес-курсу з основ підприємництва «MESH», в результаті якого студенти презентували свої молодіжні стартапи; така співпраця також реалізується у формі проведення публічних гостьових лекцій, зустрічей, круглих столів, екскурсій;
- наявність у ТНТУ відділу забезпечення якості освіти дає можливість швидко реагувати на слабкі місця в ОП та в освітньому процесі загалом;
- здійснення науково-дослідної діяльності шляхом участі у роботі студентських наукових форумів, міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, студентських наукових гуртків (при кафедрі промислового маркетингу діє студентський науковий гурток «Клуб маркетолога»);
- можливість реалізувати себе в рамках програми Еразмус + та навчатись за програмою подвійних дипломів у закладах вищої освіти-партнерах за кордоном, участь у міжнародних освітніх проектах;
- можливість зарахування результатів інформальної та неформальної освіти, що передбачає самоорганізоване здобуття студентом певних компетентностей, пов'язаних з професійною діяльністю, а це сприяє розширенню фахових знань та умінь здобувачів.
- завдяки набутим компетентностям бакалаври за ОП «Маркетинг» мають широкі перспективи успішного працевлаштування як в бізнесі, так і в держаних інституціях, дослідницьких, наукових і освітніх закладах або започаткувати власну справу. Серед випускників є багато підприємців.

Слабкі сторони:

- малі або практично відсутні обсяги державного замовлення для вступу на бакалавра у динаміці останніх років;
- зменшення обсягів державного фінансування навчання за спеціальністю;
- недостатня кількість професійного спеціалізованого програмного забезпечення, потребують оновлення деякі елементи матеріально-технічного забезпечення;
- обмеженість вибору підприємств для проходження практик у зв'язку з пандемією та воєнним станом.
- проблеми із налагодженням очного та «живого» спілкування в аудиторіях зі студентами у зв'язку з пандемією та воєнним станом.

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

Розвиток ОП «Маркетинг» буде базуватися на основі посилення сильних сторін та усунення слабких, виявлених за

результатами проведеного самоаналізу, з урахуванням розвитку інновацій у маркетингу та найсучасніших наукових досягнень в цій галузі.

Перспективи розвитку ОП «Маркетинг» в ТНТУ упродовж найближчих років наступні:

- розширення співпраці з вітчизняними та іноземними стейкхолдерами;
- розширення взаємодії з випускниками ОП «Маркетинг» ТНТУ з метою збереження та примноження традицій і духовних цінностей ТНТУ, сприяння в реалізації освітніх, наукових, соціально-економічних і виробничих проєктів розвитку ТНТУ в цілому та ОП «Маркетинг» зокрема;
- подальший розвиток унікальності та особливості ОП «Маркетинг» за рахунок поглибленого вивчення інтернет-маркетингу, інтерактивного маркетингу, інформаційного маркетингу та інших унікальних напрямів маркетингу, в тому числі і логістичного спрямування;
- подальший розвиток студентоцентрованого підходу в навчанні, врахування індивідуальних пріоритетів здобувачів вищої освіти;
- реалізація потенційних можливостей академічної мобільності як здобувачів вищої освіти, так і науково-педагогічних працівників ОП «Маркетинг»;
- інтенсифікація співпраці з місцевим бізнесом та владою шляхом проведення дебатів та круглих столів з метою виявлення проблемних питань та актуалізації маркетингових інструментів для їх вирішення.

### **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: Митник Микола Мирославович**

Дата: 04.04.2023 р.

**Таблиця 1.** Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

| Назва освітнього компонента         | Вид компонента           | Силабус або інші навчально-методичні матеріали |   | Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*  |
|-------------------------------------|--------------------------|--|---|--|
|                                     |                          | Назва файла                                    | Хеш файла                                     |  |
| Маркетинг                           | навчальна дисципліна     | <i>Силабус_OK25.pdf</i>                        | zcgjogdSUBnUq8+TheOrYWVFdxscZ2QZUKmp+bXoTCqk= | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій   |
| Маркетинг                           | курслова робота (проект) | <i>Силабус_OK25.pdf</i>                        | zcgjogdSUBnUq8+TheOrYWVFdxscZ2QZUKmp+bXoTCqk= | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій<br>Персональні комп'ютери Trinitі А45300 -6 шт. 2016р. Моноблоки ArtlineHome G41v11Win - 5 шт. 2021р.<br>Паке́т прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010;Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, AdobePhotoshop CS5, Libre Office 7.2) |
| Маркетинг промислового підприємства | навчальна дисципліна     | <i>Силабус_OK26.pdf</i>                        | 7Frc56BnmuykHdQZmZ8TNRpMfqq2Qu6rptUL2rFDR24=  | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій   |
| Маркетинг промислового підприємства | курслова робота (проект) | <i>Силабус_OK26.pdf</i>                        | 7Frc56BnmuykHdQZmZ8TNRpMfqq2Qu6rptUL2rFDR24=  | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій<br>Персональні комп'ютери Trinitі А45300 -6 шт. 2016р. Моноблоки ArtlineHome G41v11Win - 5 шт. 2021р.<br>Паке́т прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010;Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, AdobePhotoshop CS5, Libre Office 7.2) |
| Маркетингова політика розподілу     | навчальна дисципліна     | <i>Силабус_OK27.pdf</i>                        | Fz09hbCdbVe2/ugFnс+r9sNGu1wWnZPi+J651+VM3Rk=  | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій   |
| Маркетингова товарна політика       | навчальна дисципліна     | <i>Силабус_OK28.pdf</i>                        | BDL41qkgGLk3gewoZlvSsu65Ty8Y871kC+bPmCY18fY=  | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій   |
| Маркетингове планування             | навчальна дисципліна     | <i>Силабус_OK29.pdf</i>                        | dja3wAV5gApSGFPM1fx+89yC7lW2p7q+M6257Z+sufk=  | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій   |
| Маркетингове ціноутворення          | навчальна дисципліна     | <i>Силабус_OK30.pdf</i>                        | SCvDDiaQgbHTMeApABYUCT1jo6SnfZXtvk5/k/GtHQ4=  | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій   |
| Маркетингові дослідження            | навчальна дисципліна     | <i>Силабус_OK31.pdf</i>                        | LrnoOqMvPYqcBzvdIISD161iYgkd9NQLK813Mzb+4M=   | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій   |
| Маркетингові дослідження            | курслова робота (проект) | <i>Силабус_OK31.pdf</i>                        | LrnoOqMvPYqcBzvdIISD161iYgkd9NQLK813Mzb+4M=   | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран  |

|   |                      |  |   |   |
|---|----------------------|--|---|---|
|   |                      |  |   | для мультимедійних презентацій<br>Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -6 шт. 2016р. Моноблоки ArtlineHome G41v11Win - 5 шт. 2021р.<br>Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2)   |
| Маркетингові комунікації                      | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК32.pdf</i>                    | pCLMsog1ZralxkMzGNmSfobGw4/fia7noscqAO4G38l4= | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій  |
| Менеджмент                                    | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК33.pdf</i>                    | 75oY1xyMUMaFKWJzODth2bO/ifdieDeQXNEgemszFjo=  | Мультимедійний проектор ViewSonicPJD5253 3300 ANSI (2019), ноутбук HP 250G8 (2021), екран для мультимедійних презентацій.   |
| Тренінгові технології особистісного зростання | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК34.pdf</i>                    | ikCZ24wNprufUoI5h gk2r4Tmqn9AS17srORl6dW2GAU= | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій  |
| Фінанси                                       | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК35.pdf</i>                    | +UqMyoZHZUCgE471cVv/jLoiK4h2PkcDc9CoyKVsv5VU= | ПК Impression P+AMD A4 – 6 шт.; 2. ПК AMD Sempron 2600+1607 MHz 4 шт.<br>Проектор View Sonic PA503X – 1 шт  |
| Вступ до фаху                                 | практика             | <i>Vstup_do_fachu.pdf</i>                  | hFyT/1kz83nO8NApKpnX+dQmep6reZqJMEp/1MOaOuA=  | Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -6 шт. 2016р. Моноблоки ArtlineHome G41v11Win - 5 шт. 2021р.<br>Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS PowerPoint 2010, MS Publisher 2010, Corel Photo-Paint X3, Adobe Photoshop CS5, Libre Office 7.2)<br>Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15 |
| Організаційно-економічна                      | практика             | <i>ОК 37 Organ-econom.pdf</i>              | RpCmY+OVIWZzv8pLF7+SYc3/mOGIoOt25VDHTtjdXso=  | MTЗ бази практики.  |
| Виробнича                                     | практика             | <i>ОК 38 Vyrobnycha.pdf</i>                | kRi1POdVV8b6EDooCozwF+t+GnFcvQXGv+V8pn+rDOE=  | MTЗ бази практики.  |
| Професійно-орієнтована                        | практика             | <i>ОК 39 Prof_orient.pdf</i>               | 5nNEdT2O8ymqXvvGCCVhoAYis8bm63ic kjrHyRGDcQA= | MTЗ бази практики.  |
| Атестаційний екзаме́н                         | підсумкова атестація | <i>Програма_атестаційного_екзамену.pdf</i> | 9G/URUzJ6R2+XyEvov8eGokREgUroVgM33MoL+PQm4E=  | Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -6 шт. 2016р. Моноблоки ArtlineHome G41v11Win - 5 шт. 2021р.<br>Пакет прикладних програм (MS Word 2010; MS Excel 2010; Microsoft 365, MS  |
| Логістика                                     | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК24.pdf</i>                    | 5N42eRkiltpvZfYzXfBQBoU4Lejse4+Y33mDBQbjLHI=  | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій  |
| Комерційна справа                             | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК23.pdf</i>                    | Q+4WMJPNfTmoD08mhMIj+8HXmyz2Ba7IvZSzY3daRdg=  | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій  |
| Інфраструктура товарного ринку                | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК22.pdf</i>                    | U3Lu6UDgBuP7EQ2qb8vyCIWMeR3sF7tt              | Мультимедійний проектор Optoma x400Lve DLP Projector,   |

|   |                         |                  |  |   |
|---|-------------------------|------------------|--|---|
|   |                         |                  | 8/i6o2bs/CU=                                   | ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій  |
| Техноекологія та цивільна безпека               | навчальна дисципліна    | Силабус_ОК11.pdf | /YrUSJy4qbZm9fzuI ZXTv2FHwPIQxX5P 8IoYHwP79Qk= | Комплект спец. обладнання.  |
| Економічна теорія                               | навчальна дисципліна    | Силабус_ОК3.pdf  | cPt67RKjCC3mDQks c/X7gv1oloEhBW2C 1WWNBzu9nw=  | Проектор ViewSonic PJD5253 3300 ANSI (2019), Ноутбук HP Model 15 – G07-NR, пакет прикладних програм Microsoft 365, екран проєкційний мобільний  |
| Економічний аналіз                              | навчальна дисципліна    | Силабус_ОК4 .pdf | m1J54mrBagTX/4Oy e8baSaita5BnmsRGf wXV9GToa9o= | Мультимедійний проєктор ViewSonic PJD5253 3300 (2019), Ноутбук Lenovo G550 (2018), пакет прикладних програм Microsoft 365. Персональні комп'ютери (2019) - 8 шт., пакет прикладних програм (MS Word 2010, MS Excel 2010, MS Project 2010)   |
| Іноземна мова професійного спрямування          | навчальна дисципліна    | Силабус_ОК5.pdf  | ux6nRoOmVxj79oJY VxAR4R+tacoeNhD GYzoOjHfiVaI= | Лінгвістичний кабінет по вивченню іноземної мови  |
| Інформаційні технології та основи програмування | навчальна дисципліна    | Силабус_ОК6.pdf  | NO9tT7Euyrhkouzn 6uv5H/VwK87r4WR dOpTsGLkVgY=  | Комп'ютерний клас: системний блок AMD 3,9GHz/4Gb/SSD 20Gb/Win10, монітор LEDLCDAceз 18,5" V196HQLAbWXGA (5 шт); ПК Celeron1200/12 8Mb/HDD20Gb/SVGA 15" LGSW500E (8 шт), ПК Celeron1700/25 6Mb/HDD40GB/SVGA 15" LGSW500E (1 шт), мультимедійний проєктор ViewSonic VS14115, DevC++ (freeware). |
| Історія та культура України                     | навчальна дисципліна    | Силабус_ОК7.pdf  | qzM70oUVatbcaHFz A3YFZnHOkEtwIAU Vbr5E88PTrdI= | Проектор Epson EB-420, екран для мультимедійних презентацій Мультимедійний проєктор Optoma X400L155VA (2021), Ноутбук HP 250G8 (2021), екран для мультимедійних презентацій   |
| Макро- та мікроекономіка                        | навчальна дисципліна    | Силабус_ОК8.pdf  | l6S25+QMofmGtYM tjYefTdk/a4h8APX+ CYoQXjnZeQU= | Проектор ViewSonic PJD5253 3300 ANSI (2019), Ноутбук HP Model 15 – G07-NR, пакет прикладних програм Microsoft 365, екран проєкційний мобільний  |
| Психологія і соціологія                         | навчальна дисципліна    | Силабус_ОК9 .pdf | agkVMT+dqtHFTxFi mBZKt+XpuR1Y2ZS vRwTcM/JtKXY= | Ноутбук HP Intel Core i3, проєктор BenQ - DLP, екран для мультимедійних презентацій. Офісний пакет Microsoft 365  |
| Статистика                                      | навчальна дисципліна    | Силабус_ОК10.pdf | 2V1hqoIRLCrBxnsCD 9cXjHx+4A+r2/cWd grTVqYIEsA= | Мультимедійний проєктор ViewSonic PJD5253 3300 ANSI (2019), ноутбук HP 250G8 (2021), екран для мультимедійних презентацій. Моноблоки ARTLINEHOME (2021) – 10 шт. Пакет програмних продуктів Microsoft Office (MS Excel)   |
| Інформаційний маркетинг                         | курсова робота (проект) | Силабус_ОК21.pdf | zN6T5Jld9vnw8HkX Bf/iePOCot6r8rSDoj aiP/uf14o= | Мультимедійний проєктор Optoma x400L Ve DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій   |
| Українська мова (за професійним спрямуванням)   | навчальна дисципліна    | Силабус_ОК12.pdf | bsENz1BumcGQmhr 6+2FYvmOHZb/Jl6k pxBaHCdjrO4g= | Проектор ViewSonic PJD5253 3300 ANSI (2019), Ноутбук HP ProBook 4540s (2017), пакет прикладних програм Microsoft 365, екран проєкційний мобільний Elite Screens 120   |

|  |                      |                         |  |  |
|--|----------------------|-------------------------|--|--|
| Філософія  | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК13.pdf</i> | yuskT3r9xV4EQAZJ<br>Dwl9/MJNRkgIJKuo<br>YRbpQQPdyTE= | Мультимедійний проектор Optoma X400L155VA (2021), Ноутбук HP 250G8 (2021), пакет прикладних програм Microsoft 365, екран для мультимедійних презентацій  |
| Безпека життєдіяльності, основи охорони праці                | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК14.pdf</i> | ov9pj/RMrsbzG8Auj<br>GWcXUijk2PUkKt4S<br>EOCxe/CM4w= | Анемометр: 4 шт., вогнегасники: 3шт., люксметр Ю-17: 2 шт., модель глушника шуму: 1 шт., стенди: 5 шт., стенд для випробувань: 1 шт., обладнання: комплект спецобладнання та засобів захисту життєдіяльності людини, анемометр, вогнегасники, люксметр Ю-17, модель глушника шуму, шумомір Ш-71, термоанемометр, стенд для випробувань.  |
| Бухгалтерський облік та звітність в управлінні підприємством | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК15.pdf</i> | kbbntin6cfRTCTzv+7<br>bwJESI/RJTmaqjSC<br>nj7R473DI= | Мультимедійний проектор ViewSonic PJD5253 3300 (2019), Ноутбук Lenovo G550 (2018), пакет прикладних програм Microsoft 365. Персональні комп'ютери (2019) - 8 шт., пакет прикладних програм (MS Word 2010, MS Excel 2010, MS Project 2010)  |
| Введення в спеціальність                                     | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК16.pdf</i> | E4YNvvX19PKgHLEy<br>bsh+ZLWgCqI+CKIA<br>IdEecYzUGeU= | Мультимедійний проектор Optoma x400LVe DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій   |
| Екомаркетинг   | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК17.pdf</i> | ++Pml08A3tvodTel4<br>XUKLr+TXw87xxc58<br>EPduboSMOs= | Мультимедійний проектор Optoma x400LVe DLP Projector, ноутбук DELL Vostro 15, екран для мультимедійних презентацій   |
| Економіка підприємства                                       | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК18.pdf</i> | ofFpBtKBHkRLlShk<br>36RircZqcgOrOf+h+<br>VNgOPwQuk=  | Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -5 шт. 2016р.<br>Мультимедійний проектор Optomax400LVeDLPProjector   |
| Інтерактивний маркетинг                                      | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК19.pdf</i> | hRDavu2MoSEe9Zt5<br>enXKJg8MVGaJxEi<br>yzVohZuJuRU=  | Спеціалізованого матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення дисципліна не потребує, використовуються пакет програм MicrosoftOffice 365 (студентська або викладацька ліцензія), безкоштовні програмні продукти чи сервіси, які мають ліцензії, зокрема такі, як: GoogleAnalytics, Serpstat, SEO-tools, SMM-tools, ін.<br>Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -6 шт. 2016р. Моноблоки ArtlineHome G41v11Win - 5 шт. 2021р.            |
| Інтернет-маркетинг   | навчальна дисципліна | <i>Силабус_ОК20.pdf</i> | AnbT/rXmoRydkrG<br>VmmVC//SBvmYLk<br>mfDCifCgEtxPQI= | Спеціалізованого матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення дисципліна не потребує, використовуються пакет програм Microsoft Office 365 (студентська або викладацька ліцензія), безкоштовні програмні продукти чи сервіси, які мають ліцензії, зокрема такі, як: Google Analytics, Serpstat, SEO-tools, SMM-tools, GoogleTrends<br>Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -6 шт. 2016р. Моноблоки ArtlineHome G41v11Win - 5 шт. 2021р. |

|                         |                      |                         |  |   |
|-------------------------|----------------------|-------------------------|--|---|
| Інформаційний маркетинг | навчальна дисципліна | <i>Силабус_OK21.pdf</i> | zN6T5Jld9vnw8HkXBf/iePOCot6r8rSDojaiP/ufl4o= | Спеціалізованого матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення дисципліна не потребує, використовуються пакет програм MicrosoftOffice 365 (студентська або викладацька ліцензія), безкоштовні програмні продукти чи сервіси, Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -6 шт. 2016р. Моноблоки ArtlineHome G41v11Win - 5 шт. 2021р. |
| Економетрика            | навчальна дисципліна | <i>Силабус_OK2.pdf</i>  | rFt+6d95HmQuFZWelsppw41uFoHgZNOH1+oNRqYrE1c= | Персональні комп'ютери Trinitі A45300 -5 шт. 2016р. Мультимедійний проектор Optoma x400LVe DLP Projector, пакет прикладних програм Microsoft 365  |
| Вища математика         | навчальна дисципліна | <i>Силабус_OK1.pdf</i>  | 86/kzODPMWLwYBFYEVlLg1lja6PdVPirkeGw+5Ou3lw= | Ноутбук HP IntelCore i5 2.70 GHz 8Gb RAM, проектор Epson EB-420. Мультимедійний проектор Optoma X400L155VA (2021), Ноутбук HP 250G8 (2021), пакет прикладних програм Microsoft 365, екран для мультимедійних презентацій  |

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

**Таблиця 2.** Зведена інформація про викладачів ОП

| ІД викладача | ПІБ                         | Посада                       | Структурний підрозділ              | Кваліфікація викладача   | Стаж | Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП | Обґрунтування  |
|--------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|------|---|--|
| 192875       | Артеменко Людмила Борисівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом кандидата наук КД 038041, виданий 05.06.1991, Атестат доцента ДЦ АРо05422, виданий 15.04.1997 | 40   | Економічна теорія                                   | Кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.01 - Політична економія. Тема дисертації: «Відтворення матеріальних ресурсів в умовах інтенсифікації виробництва». Виконавець кафедральної бюджетної теми: «Інформаційно-аналітичне забезпечення державних та підприємницьких структур у процесі поступального розвитку територіально-господарських систем» (держ. реєстраційний № 0118U003481). Пройшла стажування на кафедрі маркетингу в ЗУНУ (5.04 - 21. 05. 2021). Довідка № 155 від 25.05 2021. Основні публікації за |

тематикою дисципліни:

1. Артеменко Л.Б. Європейський досвід державної підтримки органічного виробництва у контексті забезпечення продовольчої безпеки України // Науково-практичний журнал «Агросвіт». Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Дніпро: травень, №9. 2019. С. 46 – 52.
2. Liudmyla Artemenko, Iryna Nahorniak ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTS MARKET IN UKRAINE: CURRENT SITUATION AND FUTURE DEVELOPMENT/ Business Risk in Changing Dynamics of Global Village 2: Monograph / Edited by Nataliia Marynenko, Pradeep Kumar, Iryna Kramar. Nysa: Publishing Office University of Applied Sciences in Nysa, 2019. Pp. 299 – 304.
3. Артеменко Л. Органічне агровиробництво України: реалії та перспективи розвитку. :12 міжнародна Інтернет – конференція «Science and society». (Гамільтон, Канада, 7 липня 2019) Accent Graphics Communications. 429 с. С. 239 – 245.
4. МІЖНАРОДНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ. Perspectives of world science and education: The 9th International scientific and practical conference. (Osaka, Japan, May 20-22 2020) CPN Publishing Group. 1073 p. С. 261 – 267.
5. Мариненко Н.Ю., Артеменко Л.Б. РІВЕНЬ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ: МЕТОДИ ОЦІНКИ ТА СУЧАСНИЙ СТАН. Нарощування фінансово-економічного потенціалу суб'єктів економічних відносин як основа поступального розвитку



|        |                            |                              |                                    |   |    |  |   |
|--------|----------------------------|------------------------------|------------------------------------|---|----|--|---|
|        |                            |                              |                                    |   |    | <p>територіально-господарських систем: монографія / В. Левицький, С. Радинський, І. Кошкалда, А. Ряснянська та ін.; за заг. ред. О. Панухник / ФОП Паляниця В.А. Тернопіль, 2021. 209 с. С.52 – 63.</p> <p>6. Мариненко Н. Діагностика секторів економіки на основі структурних зрушень в суб'єктах господарювання [Електронний ресурс] / Наталія Мариненко, Любов Гац, Людмила Артеменко // Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 500- 510.<br/> <a href="http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21mnnyvsg.pdf">http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21mnnyvsg.pdf</a></p> |   |
| 120787 | Оксентюк Богдана Андріївна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2006, спеціальність: 7.050108 Маркетинг, Диплом доктора філософії ДК 019182, виданий 23.09.2008, Диплом кандидата наук ДК 019182, виданий 11.06.2003, Аттестат доцента ДЦ 009787, виданий 16.12.2004</p> | 22 | Тренінгові технології особистісного зростання  | <p>Кандидат економічних наук Вчене звання доцента кафедри маркетингу на виробництві (нині кафедра промислового маркетингу), Підвищення кваліфікації на тему: 1. Тренінг-інтенсив розвитку soft- та hard-skills у викладачів (Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 28.11.2018 р. – 21.06.2019 р.); 2. Інтерактивний освітній проєкт у сучасній школі: місія здійсненна (Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 12-13 березня 2020 р.); 3. За програмою «Освітні, педагогічні технології» на базі навчально-наукового інституту новітніх освітніх технологій ЗУНУ (зміст програми: дидактичне забезпечення дистанційної освіти; використання інноваційних технологій в освітньому процесі; методика викладання фахових дисциплін; психологічний супровід освітнього процесу; Інтернет-технології як платформа</p> |

для збереження й публікацій навчальних комплексів), 27.12.2021-31.12.2021 р.;

4. Participation in the I INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE «BUSINESS TRANSFORMATION FOR SUSTAINABLE FUTURE: RESEARCH, DIGITALIZATION AND INNOVATIONS» (ICBuTS 2021) Certificate № 0492 18 Hours - 0,6 Credit ECTS October, 28-29, 2021.

5. Participation in the II INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE «BUSINESS TRANSFORMATION FOR SUSTAINABLE FUTURE: RESEARCH, DIGITALIZATION AND INNOVATIONS» (ICBuTS 2022) Certificate № 1098 Стажування на підприємстві «Маркетингові технології ПБС» з 06.05.2021 по 25.06.2021. Довідка про стажування №48-02 від 29.06.2021. Обсяг 180 годин – 6 кредитів ECTS.

Публікації, що відповідають профілю дисципліни:

1. Богдана Оксентюк. Особистісне зростання як основа для побудови тренінгів // Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, діджиталізація та інновації: збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції (м.Тернопіль, 23–24 листопада 2022 р.). Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2022. С.89-91.

2. Оксентюк Б. Сучасні методи оцінки та маркетингового забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / Богдана Оксентюк // Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). – С. 482-490.

3. Оксентюк Б.А.

|       |                           |                              |                                    |  |    |  |  |
|-------|---------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|----|--|--|
|       |                           |                              |                                    |  |    | <p>Тренінг: поняття, методи, форми / Сучасний маркетинг: візія, технології, інновації / В.А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, проф. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б., 2023. С. 262-274 (497) с.</p> <p>4. Оксентюк Б. Дещо з історії виникнення паблік рілейшнз / Б. Оксентюк // Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. Матеріали X Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів. Тернопіль, ТНТУ, 2019. С. 54-55 (263 с.).</p> <p>5.Вакулінський М., Оксентюк Б. Конкуренція як рушійна сила ринку / М. Вакулінський, Б. Оксентюк // Матеріали IX Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі», 9 листопада 2018 року. Т.: ТНТУ, 2018. С. 149-150.</p> |  |
| 46961 | Шпилик Світлана Василівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2003, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2004, спеціальність: 092502 Комп'ютерно-інтегровані технологічні процеси і</p> | 18 | Комерційна справа  | <p>Кандидат економічних наук, спеціальність (08.00.04) Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тема дисертації: «Розвиток конкурентної стратегії на засадах маркетингу (на прикладі видавничого підприємництва)». Сертифікат про рівень володіння англійською мовою ARTIS, рівень B2, виданий 31.05.2017 р. Британською Радою в Україні. Член Української асоціації маркетингу(Сертифікат №640 від 01.09.2021р.). Є виконавцем науково-дослідної теми ТНТУ:</p> |

виробництва,  
Диплом  
доктора  
філософії ДК  
062803,  
виданий  
19.01.2011,  
Диплом  
кандидата наук  
ДК 062803,  
виданий  
22.12.2010,  
Атестат  
доцента 12ДЦ  
034046,  
виданий  
25.01.2013

«Формування  
комплексу  
маркетингових  
технологій  
підвищення  
конкурентоспроможн  
ості вітчизняних  
підприємств в умовах  
цифрової економіки».  
Номер державної  
реєстрації:  
0122U200518 / ВК  
7022  
Була виконавцем  
науково-дослідних  
тем ТНТУ:  
«Маркетингові засади  
розвитку підприємств  
у  
висококонкурентному  
інноваційному  
середовищі» (номер  
держреєстрації  
0109u008066) та  
«Стратегічне  
маркетингове та  
логістичне управління  
підприємствами в  
умовах ринку» номер  
державної реєстрації  
0112U002209 / ВК 39-  
12).  
Досвід практичної  
роботи:  
1. Є членом  
Тернопільської  
місцевої організації  
Всеукраїнської  
молодіжної  
громадської  
організації  
«Асоціація трудових  
об'єднань молоді  
України», проводить  
маркетингові  
дослідження,  
розробляє соціальну  
рекламу (Довідка від  
14 листопада 2019 р.)  
2. Консультант з  
питань маркетингу  
Тернопільського  
осередку Української  
Галицької Партії з  
2015 року.  
3. Позаштатний  
консультант з питань  
маркетингу Редакції  
газети «Підручники і  
посібники» з 2015  
року.  
Основні публікації за  
тематикою  
дисципліни:  
1. Краузе О. І., Піняк І.  
Л., Шпилик С. В.  
Соціальна  
відповідальність в  
контексті  
діджиталізації бізнесу  
// Міжнародний  
науковий журнал  
"Інтернаука". Серія:  
"Економічні науки".  
2022. №11.  
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8381>  
2. Краузе О.І., Піняк  
І.Л., Шпилик С.В.  
Маркетинговий

стратегічний аналіз конкурентного потенціалу комерційного підприємства //Галицький економічний вісник. № 3. 2022 . С. 81-90  
3. Краузе О.І., Піняк І.Л., Шпилик С.В. CRM як джерело інформації для розробки маркетингових проєктів та стратегічного управління конкурентоспроможністю // Галицький економічний вісник. № 4. 2022 . С. 94-102  
4. Shpylyk S., Pinyak I., Shveda N. Digitalmarketingasanin novativecontrolelement: developmentbyevolutive p. (Digitaleconomytrends: globalchallenges, strategyandtechnologies ). Monograph. 2021. 30-38 pp.  
5. Шпилик С.В. Механізми управління транспортно-логістичною системою Європейського Союзу в умовах пандемії: досвід для України / С.В.Шпилик, Н.М.Шведа І.Л. Піняк // Бізнесінформ, 2020. №11. С. 43–48.  
6. Шпилик С.В., Шпилик О.Б. Гносеологічні основи конкурентної стратегії в системі управління конкурентоспроможністю підприємства // Аналітичний інструментарій в маркетинговій діяльності: колективна монографія / за ред. проф. Р. В. Федоровича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2018. 308 с. С. 278-295  
7. Шпилик С. В. Управлінський інструментарій оцінювання ефективності впровадження конкурентної стратегії як механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства /С. Шпилик //Галицький економічний вісник. Т.: ТНТУ, 2017. Том 53. № 2. С. 89-102.  
8. Шпилик С.В. Інноваційні засоби маркетингових комунікацій та їх використання у

|        |                            |                                |                                    |   |    |  |  |
|--------|----------------------------|--------------------------------|------------------------------------|---|----|--|--|
|        |                            |                                |                                    |   |    | практиці просування / за ред.. проф.. Р.В. Федоровича // Маркетинговий інструментарій формування попиту на товари та послуги на ринках України: монографія . Тернопіль: ТНТУ ім.. І.Я. Пулюя, 2014. 409с. - с.381-409<br>9. Шпилик С.В. Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства / С.В.Шпилик // Галицький економічний вісник. Тернопіль : ТНТУ, 2015. Том 49. № 2. С. 206-217 |  |
| 103589 | Якимішин Лілія Ярославівна | Професор, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом доктора наук ДД 007184, виданий 12.12.2017,<br>Диплом кандидата наук ДК 040403, виданий 12.04.2007,<br>Атестат доцента 12ДЦ 022662, виданий 19.02.2009,<br>Атестат професора АП 001623, виданий 26.02.2020 | 20 | Логістика  | Захищена кандидатська дисертація на тему: «Ідентифікація та оцінка ланцюга пропозиції промислового підприємства», 2006 рік.<br>Захищена докторська дисертація на тему: «Логістична парадигма формування ланцюгів поставок товарів повсякденного попиту», 2017 рік.<br>Член Всеукраїнської громадської організації «Українська Асоціація логістики»<br>Пройшла закордонне стажування на тему: «Logistyka w handlu i usługach» (Społeczna Akademia Nauk w Łodzi, 2019) матеріали якого використано при складанні змісту дисципліни.<br>Сертифікація електронного навчального курсу для системи електронного навчання в ТНТУ (сертифікат №0097 від 29.11.2013 р.)<br>Досвід викладання дисципліни «Логістика» протягом останніх 20 років.<br>Публікації, що відповідають профілю дисципліни:<br>1. Монографії:<br>1.1. Якимішин Л. Я. Логістика ланцюгів поставок товарів повсякденного попиту: Монографія / Л. Я. Якимішин. – Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2017. – 220 с.<br>1.2. Якимішин Л. Я. |

Продуктова політика підприємства: між ЖЦТ та відносинами з клієнтами // О.Ю. Бочко, Л. Я. Якимішин, Г.В. Подвальна // Фінансово-облікове забезпечення сталого розвитку аграрного сектора України: колективна монографія / за заг. ред. Л.І. Катан та Н.І. Демчук. – Дніпро: Пороги, 2017. – 520 с. (С.193-205).

1.3. Якимішин Л. Я. Логістика дистрибуції на міжнародних ринках / Л.Я. Якимішин // Аналітичний інструментарій в маркетинговій діяльності: монографія. за ред. проф. Р. В. Федоровича. - Тернопіль: ФОП Шпак В.Б., 2018.-308 с. (С.296-305).

1.4. Якимішин Л. Я. Корпоративна соціальна відповідальність – основа інноваційного розвитку ланцюга поставок // Л. Я. Якимішин, В. А. Фалович // Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції : монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., к.е.н., доц. Біловодської О.А. – Суми: Триторія, 2018. – 382 с. (С.260-269).

1.5. Якимішин Л. Я. Формування механізму управління ризиком у ланцюгах поставок товарів повсякденного попиту // Л. Я. Якимішин, І.Петецький // Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства: монографія/ за наук.ред.,к.е.н., проф. В.П.Пилипчука.-Київ: КНЕУ, 2019.-463с. (С.341-351).

1.6. Якимішин Л. Я. Сучасні тенденції формування мережових ланцюгів поставок товарів повсякденного попиту // Якимішин Л. Я., Піняк І.Л. // Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових

технологій / В.А. Фалович [та ін.]; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. –Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б., 2019. –231с. (207-216).

1.7. Якимішин Л. Я. Аутсорсинг як фактор реструктуризації бізнес-процесів ланцюга поставок // Л. Я. Якимішин, В. А. Фалович// Управління комерціалізацією інноваційної продукції: монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., д.е.н., доц. Біловодської О.А. – Суми : Триторія, 2019. – 304 с. (С.139-151).

1.8. Якимішин Л. Я. Особливості урахування ризиків у процесі стратегічного управління ланцюгами поставок// Л. Я. Якимішин, В. А. Фалович// Комерціалізація інновацій: монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., д.е.н., доц. Біловодської О.А. – Суми : Триторія, 2020. – 264 с. (С.150-162).

1.9. Якимішин Л. Я. Структурування ланцюга поставок у контексті забезпечення ефективності логістичного обслуговування споживачів/ Л.Я. Якимішин // Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції/ Монографія за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. –Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б., 2021. –351с. (С.319-348).

2. Навчальний посібник

2.1. Економіка логістики: навчальний посібник // Є.В. Крикавський, О.А.Похильченко, Н.В.Чорнописька, О.С.Костюк, Н.Б. Савіна, С.М.Нікшич, Л.Я.Якимішин; за заг. ред. Є.В.Крикавського, О.А.Похильченко. - Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2014.- 640с.

3. Статті у наукових періодичних виданнях інших держав та виданнях України, які включені до



міжнародних науково метричних баз

3.1. Якимішин Л.Я. Обґрунтування умов виникнення синергічного ефекту в ланцюгах поставок споживчих товарів особливих габаритів / Л.Я. Якимішин // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – №2. – С.109–120. (Web of Science)

3.2. Liliya Yakymyshyn. Business Scaling Using the Latest Marketing Tools/Olena Sadchenko, Liliya Yakymyshyn, Svitlana Kovalchuk, Daryna Chernenko, Anna Zaitseva, Alla Dudnyk//International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE) ISSN: 2277-3878, Volume-8 Issue-4, November 2019.-P 3889-3894. (Scopus)

3.3. Liliya Yakymyshyn. Modern Marketing to Scale the Business/Olena Sadchenko, Iryna Davydova, Liliya Yakymyshyn, Svitlana Kovalchuk, Daryna Chernenko, Anna Zaitseva//International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET), 11(4), 2020.- P 324-333. (Scopus)

4. Статті у наукових фахових виданнях України

4.1. Якимішин Л.Я. Формування ланцюга поставок на основі ідентифікації споживчих потреб / Л.Я. Якимішин // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Логістика». – 2017. – № 862. – С. 245-258.

4.2. Якимішин Л.Я. Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності річкових портів в Україні / О.Є. Шандрівська, Л.Я. Якимішин, Н.М. Васильців// Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Проблеми економіки та управління. №873 – Львів: Національний університет

«Львівська політехніка». – 2017. С. 154 – 165.

4.3. Якимішин Л.Я. Дослідження глобального ринку логістичних послуг: світові тенденції та вплив на Україну / О.Є. Шандрівська, Л.Я. Якимішин // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Логістика».- 2017.-№892.- С. 212-221.

4.4. Якимішин Л.Я. Комплементарність стратегій маркетингу та логістики в ланцюгу поставок товарів повсякденного попиту / Крикавський Є.В., Якимішин Л.Я.// Маркетинг і цифрові технології. – 2018.-№1(2).-С.21-32.

4.5. Якимішин Л.Я. Стратегічна оцінка середовища розвитку річкових перевезень в Україні / О.Є. Шандрівська, Л.Я. Якимішин, Н.М. Васильців// Маркетинг і цифрові технології. – 2018.-№2 (2).-С.43-57.

4.6. Якимішин Л.Я. Особливості гармонізації стандартів ланцюгів поставок України з вимогами ЄС / С.В. Леонова, Л.Я. Якимішин, І. Петецький // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. - 2018.- Випуск 4 (15).- С.202-209.

4.7. Якимішин Л.Я. Інноваційність як засіб забезпечення розвитку емерджентних якостей в ланцюгах поставок інвестиційних товарів // В.А. Фалович, Л.Я. Якимішин// Науковий журнал «Інтелект ХХІ».- 2018.- № 3.- С.129-132.

4.8. Якимішин Л.Я. Дифузія ірраціональної бізнес-поведінки в інтегрованих організаціях / Є.В. Крикавський, С. М. Подзігун, Л.Я. Якимішин// Вісник Хмельницького національного університету.- 2018.- №5. Том 2.- С.102-104.

5. Матеріали конференцій

5.1. Якимішин Л.Я. Ключові фактори успіху ланцюгів поставок на ринку FMCG / Л.Я. Якимішин // Матеріали шостої всеукраїнської науково-практичної конференції: «Інноваційний розвиток: стратегічний погляд у майбутнє». (Тернопіль, 6 квітня 2017 року).-Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2017. – С. 74-75.

5.2. Якимішин Л.Я. Стратегічне маркетингове управління у формуванні конкурентних переваг підприємства / Л.Я. Якимішин // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих учених «Соціально-економічні аспекти розвитку економіки». (Тернопіль, 27-28 квітня 2017 року).– Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2017. – С.78-80.

5.3. Якимішин Л. Я. Перспективи використання аутсорсингу в Україні/ Л.Я. Якимішин // Матеріали VII Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів: «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». (Тернопіль, 28 квітня 2017 р.). - ТНТУ ім. І. Пулюя, 2017. - С.66-67.

5.4. Якимішин Л. Я. Економічна природа та особливості споживчих товарів в умовах функціонування ринку FMCG /Л.Я. Якимішин // Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 грудня 2017 року, м. Рівне, Рівненський державний гуманітарний університет.- С.117-120.

5.5. Якимішин Л.Я. PEST-аналіз річкових перевезень вантажів в

Україні/ О.Є. Шандрівська, Л.Я. Якимішин, Н.М. Васильців // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. 25 –26 травня 2018 р., Одеса. - Одеса: ТЕС, 2018. С. 171-172.

5.6. Якимішин Л.Я. Особливості функціонування ланцюгів поставок цифрових продуктів та послуг / І. Петецький, Л.Я. Якимішин //Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. 25–26 травня 2018 р., Одеса. - Одеса: ТЕС, 2018. С. 140-141.

5.7. Якимішин Л.Я. Реінжиніринг підвищення ефективності ланцюга поставок / Л.Я. Якимішин, Ю.М.Сток // Матеріали IX регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів: «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». - 9 листопада 2018 р., Тернопіль. – ТНТУ ім. І.Пулюя, 2018.- С.245-246.

5.8. Якимішин Л.Я. Ринок логістичних послуг 2018: виклики сучасності/О.Є. Шандрівська, Л.Я. Якимішин//Маркетинг та логістика в системі менеджменту: тези доповідей XII Міжнародної науково-практичної конференції, 25–27 жовтня 2018 року, Львів.-Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018.- С. 271–272.

5.9. Liliya Yakymyshyn. Institutional and innovative factors of intellectualization as the basis of competitiveness of the national economy of Ukraine in the conditions of global informatization /Svitlana Lykholat, Yevhen Krykavskyy, Taras Vasylytsiv, Liliya Yakymyshyn// 10th International conference on applied

economics contemporary issues in economy.- 27–28 June 2019., Toruń, Poland - P.165-166.

5.10. Lilia Yakimishin. River transport in the spatial-functional restructuring economy of Ukraine / Yevhen Krykavskyy, Olena Shandrivska, Lilia Yakimishin// XI International Scientific Conference «Transport Problems 2019».- 26-28 June 2019., Katowice-Bochnia, Poland.- Silesian University of Technology.-P.854-872

5.11. Якимішин Л.Я. Стратегічні рішення у сфері логістики дистрибуції продуктів, що швидко псуються // Матеріали X регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів: «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі».- 8 листопада 2019 р., Тернопіль.– ТНТУ ім. І.Пулюя, 2019.- С.177-178.

5.12. Якимішин Л.Я. Ключові сфери цифрової трансформації бізнесу // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 вересня 2020 р., Одеса. - Одеса: ТЕС, 2020. С. 99-100.

5.13. Якимішин Л.Я. Особливості виникнення ризиків у ланцюгах поставок // Матеріали XI регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». - 16 листопада 2020р. - м. Тернопіль.- ТНТУ ім. І.Пулюя, 2020.- С.134-135.

5.14. Якимішин Л.Я. Орієнтація на клієнта як елемент формування концепції логістичного обслуговування // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції

|       |                           |                              |                                    |   |    |           |   |
|-------|---------------------------|------------------------------|------------------------------------|---|----|-----------|---|
|       |                           |                              |                                    |   |    |           | «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». - 22 листопада 2021 р. - м. Тернопіль.- ТНТУ ім. І.Пулюя, 2021.- С.48-49.  |
| 46961 | Шпилик Світлана Василівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2003, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2004, спеціальність: 092502 Комп'ютерно-інтегровані технологічні процеси і виробництва, Диплом доктора філософії ДК 062803, виданий 19.01.2011, Диплом кандидата наук ДК 062803, виданий 22.12.2010, Аттестат доцента 12ДЦ 034046, виданий 25.01.2013</p> | 18 | Маркетинг | <p>Член Української асоціації маркетингу (Сертифікат №640 від 01.09.2021р.). Є виконавцем науково-дослідної теми ТНТУ: «Формування комплексу маркетингових технологій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки». Номер державної реєстрації: 0122U200518 / ВК 7022 Була виконавцем науково-дослідних тем ТНТУ: «Маркетингові засади розвитку підприємств у висококонкурентному інноваційному середовищі» (номер держреєстрації 0109u008066) та «Стратегічне маркетингове та логістичне управління підприємствами в умовах ринку» номер державної реєстрації 0112U002209 / ВК 39-12). Досвід практичної роботи:<br/> 1. Є членом Тернопільської місцевої організації Всеукраїнської молодіжної громадської організації «Асоціація трудових об'єднань молоді України», проводить маркетингові дослідження, розробляє соціальну рекламу (Довідка від 14 листопада 2019 р.)<br/> 2. Консультант з питань маркетингу тернопільського осередку Української Галицької Партії з 2015 року.<br/> 3. Позаштатний консультант з питань маркетингу Редакції газети «Підручники і посібники» з 2015 року.<br/> У 2022 році пройшла сертифікацію</p> |

інтерактивного навчального курсу для системи дистанційного навчання ТНТУ з дисципліни «Маркетинг» (Сертифікат №0385 від 16.02.2023р). Основні публікації за тематикою дисципліни:

1. Краузе О.І., Піняк І.Л., Шпилик С.В. Маркетинговий стратегічний аналіз конкурентного потенціалу комерційного підприємства // Галицький економічний вісник. № 3. 2022 . С. 81-90
2. Краузе О.І., Піняк І.Л., Шпилик С.В. CRM як джерело інформації для розробки маркетингових проєктів та стратегічного управління конкурентоспроможністю // Галицький економічний вісник. № 4. 2022 . С. 94-102
3. Shpylyk S., Pinyak I., Shveda N. Digital marketing as a new innovative control element: development by evolution. (Digital economy trends: global challenges, strategy and technologies). Monograph. 2021. 30-38 pp.
5. Шпилик С.В. Механізми управління транспортно-логістичною системою Європейського Союзу в умовах пандемії: досвід для України / С.В.Шпилик, Н.М.Шведа І.Л. Піняк // Бізнесінформ, 2020. №11. С. 43–48.
6. Шпилик С.В., Шпилик О.Б. Гносеологічні основи конкурентної стратегії в системі управління конкурентоспроможністю підприємства // Аналітичний інструментарій в маркетинговій діяльності: колективна монографія / за ред. проф. Р. В. Федоровича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2018. 308 с. С. 278-295
7. Шпилик С. В. Управлінський інструментарій оцінювання ефективності

|        |                       |                              |                                    |   |    |                                     |   |
|--------|-----------------------|------------------------------|------------------------------------|---|----|-------------------------------------|---|
|        |                       |                              |                                    |   |    |                                     | <p>впровадження конкурентної стратегії як механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства /С. Шпилик //Галицький економічний вісник. Т.: ТНТУ, 2017. Том 53. № 2. С. 89-102.</p> <p>8. Шпилик С.В. Інноваційні засоби маркетингових комунікацій та їх використання у практиці просування / за ред.. проф.. Р.В. Федоровича // Маркетинговий інструментарій формування попиту на товари та послуги на ринках України: монографія . Тернопіль: ТНТУ ім.. І.Я. Пулюя, 2014. 409с. с.381-409</p>   |
| 202160 | Краузе Ольга Ігорівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом доктора філософії ДК 033440, виданий 30.12.2008,</p> <p>Диплом кандидата наук ДК 033440, виданий 13.04.2006,</p> <p>Атестат доцента 12ДЦ 022381, виданий 19.02.2009</p> | 20 | Маркетинг промислового підприємства | <p>Член Української асоціації маркетингу (сертифікат № 636)</p> <p>Незалежний консультант з питань маркетингу на підприємстві Інтернет провайдер «TerNet» (СПД ФО Суконнік Микола Валерійович) на безоплатній основі з 01.11.2017 р. і по сьогоднішній день.</p> <p>Керівник науково-дослідної роботи ТНТУ на тему «Маркетингові стратегії розвитку підприємств автомобілебудівної промисловості» (2016-2018 рр.). Номер державної реєстрації 0116U000408 /ВК 54-16</p> <p>Керівник науково-дослідної роботи Тернопільського національного технічного університету ім. Івана Пулюя на тему «Формування комплексу маркетингових технологій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки» (2022-2023 рр.). Номер державної реєстрації: 0122U200518 / ВК 7022</p> <p>Інтерактивний навчальний курс для системи ДН ТНТУ з дисципліни «Маркетинг промислового</p> |



підприємства»  
(Сертифікат №341 від  
16.12.2021р).  
Публікації, що  
відповідають профілю  
освітньої компоненти:  
1. Краузе О.І.  
Дослідження ринку  
автомобілебудівної  
промисловості Польщі  
/Аналітичний  
інструментарій в  
маркетинговій  
діяльності /Р. В.  
Федорович [та ін.] ; за  
ред. проф. Р. В.  
Федоровича.  
Тернопіль: ФО-П  
Шпак В. Б., 2018.  
С. 55-67 (308 с.)  
2. Краузе О.І.  
Розвиток  
автомобілебудівної  
промисловості Китаю  
/Економічні,  
соціальні та  
психологічні аспекти  
сучасних  
маркетингових  
технологій / В.А.  
Фалович [та ін.] ; за  
ред. д.е.н, доц. В.А.  
Фаловича. Тернопіль:  
ФО-П Шпак В.  
Б., 2019. С. 67-90 (233  
с.)  
3. Краузе О.І.  
Дослідження  
конкурентоспроможн  
ості підприємства  
/Теоретичні та  
прикладні аспекти  
розвитку економіки та  
маркетингу /за ред.  
д.е.н., доц. В.А.  
Фаловича. Тернопіль:  
«Бескиди», 2020. 179  
с. (С. 77-86)  
4. Краузе О.І.  
Маркетинговий аналіз  
конкурентоспроможн  
ості промислового  
підприємства /  
Нарощування  
фінансово-  
економічного  
потенціалу суб'єктів  
економічних відносин  
як основа  
поступального  
розвитку  
територіально-  
господарських систем:  
монографія /за заг.  
ред. О. Панухник]  
Тернопіль, ФОП  
Паляниця В. А., 2021.  
С. 140-146.  
5. Krause O.I.  
Marketing Internet  
technologies in the field  
of services / Digital  
Economy trends: global  
challenges, strategy and  
technologies:  
Monograph /Edited by  
Ghenadie Ciobanu,  
Olha Pavlykivska]  
Galati, Romania, 2021.  
pp. 104-116. (222 p.)  
6. Краузе О.І.

Дослідження поведінки споживачів та методів формування споживчого попиту / Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції]: колективна монографія / за аг ред. д.е.н., доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФОП Шпак В.Б., 2021. С. 89-122. (351 с.)

7. Краузе О., Машак А. Дослідження ринку автомобілебудівної промисловості Китаю // Галицький економічний вісник. 2018. №1 (54). С. 71-76.

8. Краузе О.І., Голда Н.М., Бурліцька О.П. Дослідження та формування механізму продажу // Галицький економічний вісник. 2021. Том 68. № 1 (68). С. 166-174.

9. Краузе О.І., Голда Н.М., Піняк І.Л. Становлення та тенденції розвитку автомобілебудівної промисловості Китаю // Економічний простір. 2021. № 166. с. 12-17.

10. Краузе О.І., Кулик Ю.І., Піняк І.Л. Застосування методик НЛП для підвищення ефективності продажів // Регіональна економіка та управління. № 4 (34) 2021 р. С. 135-147.

11. Краузе О.І., Піняк І.Л. Воронка продажів – аналітичний інструмент маркетингу // Соціально-економічні проблеми і держава. №2 (25). 2021. <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21koiaim.pdf>

12. Краузе О.І., Піняк І.Л., Шпилик С.В. Маркетинговий стратегічний аналіз конкурентного потенціалу комерційного підприємства // Галицький економічний вісник. № 3. 2022. С. 81-90. <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/?art=1082>

13. Краузе О., Піняк І., Шпилик С. CRM як джерело інформації для розробки маркетингових проєктів та

стратегічного управління конкурентоспроможністю. Галицький економічний вісник. 2022. Том 77. № 4. С. 94-102.  
<https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/?art=1095>

14. Краузе О. І., Піняк І. Л., Шпилик С. В. Соціальна відповідальність в контексті діджиталізації бізнесу // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. №11.  
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8381>

15. Краузе О. Розробка маркетингової корпоративної стратегії підприємства /О. Краузе, С. Мозиль // Матеріали ІХ Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». Тернопіль, ТНТУ, 2018. 78-79 с.  
<http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/26126>

16. Краузе О. Моделювання поведінки організацій-споживачів // Матеріали Х Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». – Тернопіль, ТНТУ, 2019. С. 208-209  
<http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/29108>

17. Краузе О. Стратегія взаємодії з клієнтом // Матеріали Всеукраїнська науково-практичної Інтернет-конференції «Маркетингові технології в сучасному науково-технічному середовищі». – Тернопіль, 22 листопада 2021 р. С. 74-75.  
<http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/36007>

|        |                         |                              |                                    |  |    |   |   |
|--------|-------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|----|---|---|
|        |                         |                              |                                    |  |    | 18. Краузе О. Державне регулювання розвитку автомобілебудівної промисловості Китаю //Збірник тез IV міжвузівської науково-практичної Інтернет-конференції «Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку України в умовах європейської інтеграції», 22 квітня 2021 р. Вінниця : ФОП Корзун Д.Ю., 2021. – С. 12-15. |   |
| 190977 | Піняк Ірина Любомирівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом доктора філософії ДК 063851, виданий 08.04.2011, Диплом кандидата наук ДК 063851, виданий 22.12.2010, Аттестат доцента 12/ДЦ 034045, виданий 25.01.2013 | 22 | Маркетингова політика розподілу   | Кандидат економічних наук. спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Член Української асоціації маркетингу (Сертифікат №638 від 01.09.2021р.) Незалежний консультант з питань маркетингу на ТОВ «Полісся Інвест Девелопмент» з 15.05.2017 року до нинішнього часу. Незалежний консультант з питань маркетингу на ТОВ «Нова Ера - 2016» з 13.03.2017 року до нинішнього часу. Основні публікації: 1. Піняк І.Л. Фалович В.А. Оптимізація тактичного плану ланцюга поставок машинобудівної продукції. / Тенденції розвитку маркетингу в умовах економічних трансформацій / Р. В. Федорович [та ін.] ; за ред. проф. Р. В. Федоровича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2017. 303 с. – С. 215-234 2. Піняк І.Л. Фалович В.А. Логістика освітніх послуг: системний підхід / Аналітичний інструментарій в маркетинговій діяльності / Р. В. Федорович [та ін.] ; за ред. проф. Р. В. Федоровича. – Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2018. 308 с. С. 153-162 3. Піняк І.Л. Якимішин Л.Я. Сучасні тенденції формування мережових ланцюгів поставок товарів повсякденного попиту / Економічні, |

соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій / В.А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2019. 231 с.- С. 207-217.

4. Піняк І.Л. Голда Н.М. Конкурентоспроможність підприємств та формування конкурентних переваг / Нарощування фінансово-економічного потенціалу суб'єктів економічних відносин як основа поступального розвитку територіально-господарських систем: монографія / В. Левицький, С. Радинський, І. Кошкалда, А. Ряснянська та ін.; за заг. ред. О. Панухник / ФОП Паляниця В.А. Тернопіль, 2021. 209 с.- С. 79-84

5. Shpylyk S., Pinyak I., Shveda N. Digital marketing as an innovative control element: development by evolution. (Digital economy trends: global challenges, strategy and technologies). Monograph. 2021. 30-38 pp.

6. Краузе О. І., Піняк І. Л., Кулик Ю. І. Застосування методик НЛП для підвищення ефективності продажів. Науково-практичний журнал «Регіональна економіка та управління». Запоріжжя, 2021. 72-75.

7. Надія Голда; Ірина Піняк; Володимир Фалович. Моделювання психосоматичних процесів у рекламній діяльності. Галицький економічний вісник. Тернопіль, 2020. № 5(66). 216 с. С. 148-154

8. Піняк І.Л. Шведа Н. М., Шпилик С. В. Механізми управління транспортно-логістичною системою Європейського Союзу в умовах пандемії: досвід для України. Бізнес Інформ. 2020. №11. С. 43–48.

9. Краузе О. Воронка продажів –

|        |                            |                              |                                    |  |    |   |   |
|--------|----------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|----|---|---|
|        |                            |                              |                                    |  |    | аналітичний інструмент маркетингу [Електронний ресурс] / Ольга Краузе, Ірина Піняк // Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 586-593. |   |
| 120787 | Оксентюк Богдана Андріївна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2006, спеціальність: 7.050108 Маркетинг, Диплом доктора філософії ДК 019182, виданий 23.09.2008, Диплом кандидата наук ДК 019182, виданий 11.06.2003, Аттестат доцента ДЦ 009787, виданий 16.12.2004 | 22 | Маркетингова товарна політика   | Диплом спеціаліста, Тернопільський національний технічний університет, рік закінчення: 2006, спеціальність: Маркетинг; Вчене звання доцента кафедри маркетингу на виробництві (нині кафедра промислового маркетингу), Підвищення кваліфікації на тему: 1) Тренінг-інтенсив розвитку soft- та hard-skills у викладачів (Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 28.11.2018 р. – 21.06.2019 р.); 2) Інтерактивний освітній простір у сучасній школі: місія здійснення (Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 12-13 березня 2020 р.); 3) За програмою «Освітні, педагогічні технології» на базі навчально-наукового інституту новітніх освітніх технологій ЗУНУ 27.12.2021-31.12.2021 р.; Публікації, що відповідають профілю дисципліни: 1. Оксентюк Б., Бокулі Бофаса Седрік. Маркетинг інновацій: необхідність, поняття та завдання // Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції. Тернопіль, ТНТУ, 2021. С. 35-36. 2. Оксентюк Б., Грабовський А. Інноваційні засоби реклами / Б. Оксентюк, А.Грабовський //Маркетингові технології підприємств в |

|        |                             |                              |                                    |   |    |  |  |
|--------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------|---|----|--|--|
|        |                             |                              |                                    |   |    | <p>сучасному науково-технічному середовищі.<br/>Матеріали XI Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів. Тернопіль, ТНТУ, 2020. С. 16-17 (196 с.).</p> <p>3. Оксентюк Б. А. Комунікаційні канали контент-маркетингу / Б. А. Оксентюк, С. О. Оксентюк // Збірник тез доповідей VI Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів «Актуальні задачі сучасних технологій», 16-17 листопада 2017 року. Т.: ТНТУ, 2017. Том 3. С. 201–202. – (Економічні та соціальні аспекти нових технологій).</p> <p>4. Маркетинговий інструментарій управління попитом на товари і послуги / Р. В. Федорович [та ін.]; за ред. проф. Р. В. Федоровича. Тернопіль: Підручники і посібники, 2016. 244 с. (розділ «Контент-маркетинг». С.52-61.</p> |  |
| 142193 | Семенюк Світлана Богданівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Інститут економіки і підприємництва, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 049898, виданий 03.12.2008, Атестат доцента 12ДЦ 033197, виданий 30.11.2012</p> | 16 | Маркетингове планування  | <p>Кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Досвід практичної роботи (2005-2007рр – менеджер з маркетингу ПВНЗ «Інститут економіки та підприємництва» та 2009-2016рр - заступник директора з маркетингу Центру довузівської підготовки ТНТУ ім. І.Пулюя (за сумісництвом) Впродовж 2009-2013рр здійснювала підготовку студентів для участі у Всеукраїнському конкурсі маркетингових планів, у 2011 дві команди стали переможцями. У 2021 році успішно опанувала цикл вебінарів «Інструменти фасилітації для проведення ефективних навчальних заходів в</p> |

онлайн-форматі»  
(Сертифікат №0916/21р).  
У 2021 році пройшла сертифікацію інтерактивного навчального курсу для системи дистанційного навчання ТНТУ з дисципліни «Маркетингове планування» (Сертифікат №0300 від 17.02.2021р).  
Основні публікації за тематикою дисципліни:

1. Семенюк С. Ефективний пошук покупців – основа бізнесу. Галицький економічний вісник, 2018. Том 55. №2. С.98-106
2. Семенюк С.Б. Управління в сфері продажів: інноваційні рішення щодо роботи з інформацією про клієнтів // Матеріали ІІІ Регіональної студентської науково-практичної конференції «Тенденції та перспективи розвитку маркетингу як основи конкурентоспроможності українських підприємств на європейському ринку», 25 квітня 2018, С.49-52
3. Семенюк С.Б. Семенюк А.І. Стратегічні і тактичні орієнтири розвитку бізнесу // Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій / В.А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2019. 231 с.
4. Семенюк С. Планування маркетингу як функція управління вищим навчальним закладом [Електронний ресурс] / Світлана Семенюк // Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1 (16). С. 113- 120. Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17ssbvz.pdf>
5. Семенюк С.Б. Необхідність використання маркетингового планування в діяльності вищих



|       |                           |                              |                                    |   |    |  |   |
|-------|---------------------------|------------------------------|------------------------------------|---|----|--|---|
|       |                           |                              |                                    |   |    | <p>навчальних закладів // «Інноваційний розвиток: стратегічний погляд у майбутнє»: матеріали Шостої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України Чумаченка Миколи Григоровича, (Тернопіль, 6 квітня 2017 року) / МОН України, ТНТУ ім. І. Пулюя [та ін.]. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2017. с.53</p> <p>6. Семенюк С.Б., Фалович В.А. Сучасні тенденції використання маркетингу в діяльності підприємств. Маркетинг і цифрові технології, 2020. Том 4, №1. С.61-73</p> <p>7. Семенюк С. Діджиталізація процесу управління маркетингом підприємства. Соціально-економічні проблеми та держава. 2022. - URL: <a href="https://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22ssbump.pdf">https://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22ssbump.pdf</a></p> |   |
| 57292 | Бурліцька Оксана Петрівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, рік закінчення: 2000, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Українська мова і література, Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2004, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 028473, виданий 13.04.2005, Атестат доцента 12ДЦ</p> | 21 | Маркетингове ціноутворення   | <p>Доцент кафедри промислового маркетингу. Член Української асоціації маркетингу (Сертифікат № 637 від 01.09.2021р.). Викладання обґрунтоване сферою наукових інтересів, що підтверджується участю у розробці наукової теми: «Маркетингові стратегії розвитку підприємств автомобілебудівної промисловості» (2016-2018 рр.). Номер державної реєстрації 0116U000408 /ВК 54-16; Відповідальний виконавець науково-дослідної роботи на тему «Формування комплексу маркетингових технологій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки» (2022-2023 рр.). Номер державної реєстрації: 0122U200518 / ВК 7022 У 2021 році пройшла сертифікацію</p> |

017725,  
виданий  
21.06.2007

інтерактивного навчального курсу для системи дистанційного навчання ТНТУ з дисципліни «Маркетингове ціноутворення» (Сертифікат № 318 від 14.06.2021р).  
Участь у циклі тренінгів Lifecell Digital Academy, сертифікат № 028 від 16 грудня 2021р.  
Публікації, що відповідають профілю дисципліни:  
1. Бурліцька О. П. Особливості методичного підходу до визначення цілей маркетингового ціноутворення / О. П. Бурліцька / ICI World of journals // Central European Journal for Science and Research “Středoevropský věstník pro vědu a výzkum” Vol. (10), 2022.- Praha , Publishing house Education and Science. – Р. 1- 6.  
2. Голда Н. М., Бурліцька О. П., Краузе О. І. Дослідження та формування механізму продажу/Н. М. Голда, О. П. Бурліцька, О. І. Краузе // Галицький економічний вісник. Т.: ТНТУ, 2021. № 1 (68), С. 166-173.  
3. Бурліцька О. П., Голда Н. М. Теоретичні основи стратегії цінсноорієнтованого маркетингу/ О. П. Бурліцька, Н. М. Голда// Nauka i studia №1(216). Ekonomiczne Nauki . – Przemysł, Nauka i studia, 2021. – Р. 15-21.  
4. Бурліцька, О. Еволюція концепцій маркетингу: від маркетингу 2.0 до стратегії маркетингу цінності [Електронний ресурс] / Оксана Бурліцька // Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 316-324. – Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21bopsmt.pdf>  
5. Бурліцька Оксана. Маркетингові інструменти в онлайн-покупках// Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті

|        |                              |   |                                    |   |    |   |   |
|--------|------------------------------|---|------------------------------------|---|----|---|---|
|        |                              |   |                                    |   |    | <p>почесного професора ТНТУ імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка:<br/>«Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу». 18 листопада 2022 року, Тернопіль, ТНТУ. С.25-26.</p> <p>6. Бурліцька Оксана. Особливості методичного підходу до визначення цілей маркетингового ціноутворення//Materi ały XVII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, «Wykształcenie i nauka bez granic 2022», 07 - 15 grudnia, Volume 1 (12).- Przemysł: Nauka i studia -. P. 36-42.</p> <p>7. Особливості сучасного маркетингового ціноутворення/ Юлія Гладюк, Оксана Бурліцька// Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». 22 листопада 2021 р. Тернопіль, ТНТУ. С. 8-9.</p> <p>8. Аналіз теоретичних підходів до маркетингового ціноутворення на підприємствах в сучасних умовах/ Соломія Черномаз, Оксана Бурліцька// Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». 22 листопада 2021 р. Тернопіль, ТНТУ. С. 16-17.</p> |   |
| 136963 | Фалович Володимир Андрійович | Завідувач кафедри, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050108 | 23 | Маркетингові дослідження  | Д.е.н., проф., зав. кафедри промислового маркетингу, Кандидат економічних наук, спеціальність (08.00.04) Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). |

Маркетинг,  
Диплом  
доктора наук  
ДД 007964,  
виданий  
18.12.2018,  
Диплом  
кандидата наук  
ДК 002450,  
виданий  
22.12.2011,  
Атестат  
доцента 12/ДЦ  
036866,  
виданий  
21.11.2013,  
Атестат  
професора АП  
003280,  
виданий  
27.09.2021

Доктор економічних наук, спеціальність (08.00.04) Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Академік Академії соціального управління, диплом № 155, виданий 07.03.2019р. Член Всеукраїнської громадської організації «Об'єднання Маркетологів України» (Посвідчення № 0261 від 1.01.2020 р.). Виконавець науково-дослідної теми «Маркетингові стратегії розвитку підприємств автомобілебудівної промисловості» (№ держ. реєстр. 0116U000408). Розроблено стратегію діяльності для ФОП «Лебідь В.В.» на основі проведених наукових досліджень кон'юнктури ринку Тернопільської області. Договір № 504-21 від 11 жовтня 2021 року  
Основні публікації за тематикою дисципліни:  
1. Фахова стаття у науково метричній базі даних Scopus Falovych V., Irtysheva I., Sukhostavets A., Liashok O., Kolesnik E. Modelling the Innovative Competitiveness of an Enterprise with a Change in Investment Provision (Моделювання інноваційної конкурентоспроможності підприємства при зміні інвестиційного забезпечення) Estudios de Economía Aplicada, 2021, 39(5)  
2. Фалович В. Дослідження ефективності збутової політики в ланцюгах поставок товарів промислового призначення. Колективна монографія Маркетинг 4.0: Стратегічні імперативи та сучасні тенденції/ за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФОП Шпак В.Б., 2021. 351с. С.246-283.  
3. Фахова стаття Фалович В., Крикавський Є.

Дослідження верхньої частини ЛП промислової продукції. Збірник наукових праць з економічних наук "Наукові записки Львівського університету бізнесу та права". Львів, 2017. Вип. 17. С. 70 –76.

4. Фахова стаття Фалович В., Бочко О. SWOT-аналіз Західного ринку молочної продукції. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. 2018. Вип.2(18). С. 16-21.

5. Фахова стаття Фалович В. Дослідження ринку транспортних послуг України в період кризи [Електронний ресурс] / Володимир Фалович, Наталія Фалович // Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 405-412. Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21fvavpk.pdf>

6. Фалович В., Чувашова О. Особливості проведення маркетингових досліджень на споживчому ринку. Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. Матеріали VI Регіональної науково-практичної конференції молодих вчених та студентів. Тернопіль, ТНТУ, 2016. С. 83-85.

7. Фалович В., Нестайко А. Конкурентний аналіз маркетингового середовища діяльності підприємства. Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. Матеріали VI Регіональної науково-практичної конференції молодих вчених та студентів. Тернопіль, ТНТУ, 2016. С.81-83.

8. Фалович В., Ядчишин П. Особливості маркетингового

дослідження конкурентної стратегії підприємства. Матеріали XI регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів: «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». 16 листопада 2020 р., Тернопіль. ТНТУ ім. І. Пулюя, 2020. С.98-99.

9. Фалович В.А. Сучасні технології досліджень та аналізу ринку. Маркетинг і цифрові технології. Зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. / Одеська політехніка. Одеса: ТЕС, 2022. – С. 117-118.

Підвищення кваліфікації:

1. У період з 22 липня 2019 року по 14 серпня 2019 року пройшов наукове стажування у Суспільній академії наук у м. Лодзь (Республіка Польща). Обсяг - 120 год. (4 кредити ECTS).

2. У 2019 році отримав сертифікат, який підтверджує рівень володіння іноземною (польською) мовою на рівні B2 (Сертифікат № 19/18/19/K від 31.07.2019 р.).

3. Участь у форумі «Цифрові трансформації в освіті, бізнесі, IT та культурі» (Сертифікат № ПК-K 21-03/278 від 25.03.2021 р.). Обсяг – 6 год. (0,2 кредити ECTS).

4. Участь у VI Міжнародній науково-практичній конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах» (Тернопільський національний технічний університет). Термін 31.03-1.04.2021р. Сертифікат №0451. Обсяг – 18 год. (0,6 кредити ECTS).

5. У 2022 р. пройшов міжнародне стажування (210

|        |                              |   |                                    |   |    |                          |  |
|--------|------------------------------|---|------------------------------------|---|----|--------------------------|--|
|        |                              |   |                                    |   |    |                          | годин) за програмою підвищення кваліфікації у відділі маркетингу підприємства STELA LaxhuberGmbH на тему: «Маркетинг та логістика в системі менеджменту підприємства: досвід на європейському рівні» (Массінг, Німеччина).Обсяг – 210 год. (7 кредитівECTS).   |
| 136963 | Фалович Володимир Андрійович | Завідувач кафедри, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050108<br>Маркетинг, Диплом доктора наук ДД 007964, виданий 18.12.2018,<br>Диплом кандидата наук ДК 002450, виданий 22.12.2011,<br>Атестат доцента 12ДЦ 036866, виданий 21.11.2013,<br>Атестат професора АП 003280, виданий 27.09.2021 | 23 | Маркетингові комунікації | Д.е.н., проф., зав. кафедри промислового маркетингу, Кандидат економічних наук, спеціальність (08.00.04) Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).<br>2.Доктор економічних наук, спеціальність (08.00.04) Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).<br>Академік Академії соціального управління, диплом № 155, виданий 07.03.2019р.<br>Член Всеукраїнської громадської організації «Об'єднання Маркетологів України» (Посвідчення № 0261 від 1.01.2020 р.).<br>Виконавець науково-дослідної теми «Маркетингові стратегії розвитку підприємств автомобілебудівної промисловості» (№ держ. реєстр. 0116U000408).<br>Основні публікації за тематикою дисципліни:<br>1.Фахова стаття у науково метричній базі даних Scopus. Falovych V., Kopytko O., Lagodiienko V., Tchou L., Dovhun O., Litvynenko M. Marketing communication as a factor of sustainable development (Маркетингові комунікації як фактор сталого розвитку). International Journal of Engineering and Advanced Technology, Volume 8, Issue 6, August 2019, pp. 3305-3309.<br>2.Фахова стаття Фалович В. А., Довгунь О. С. |

Комунікації підприємств в Інтернеті: тренди та напрями розвитку. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2018. №. 23, Вип. 1. С. 59-62.

3. Фалович В., Бакуліна, Д., Шушпанов. Особливості використання антикризових комунікацій в управлінні корпоративною репутацією. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України №25. 2020/12/16. С.66-71.

4. Фалович В., Голда Н., Піняк І., Моделювання психосоматичних процесів у рекламній діяльності. Галицький економічний вісник. 2020. Том 66. № 5. С. 148-154.

5. Фалович В., Горбань С. Особливості застосування реклами в комплексі просування товарів споживчого призначення. Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. Матеріали VI Регіональної науково-практичної конференції молодих вчених та студентів. Тернопіль, ТНТУ, 2016. С. 47-49.

6. Фалович В., Ціх Г., Данилишин О. Інструментарій маркетингової політики просування продукту. Матеріали X регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів: «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі».- 8 листопада 2019 р., Тернопіль. ТНТУ ім. І. Пулюя, 2019. С.163-164.

7. Фалович В., Бакуліна Н. Реалізація комунікаційної стратегії при формуванні репутації компанії в умовах кризи. Матеріали XI регіональної науково-



практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів: «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі». 16 листопада 2020 р., Тернопіль. ТНТУ ім. І. Пулюя, 2020. С. 128-130.

8. Фалович В. А. Застосування психологічних тригерів в інтернет-маркетингу. Маркетинг і цифрові технології: Зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. 24-25 вересня 2020 р./ ОНПУ. Одеса: ТЕС, 2020. – С. 89-90.

Підвищення кваліфікації:

1. У період з 22 липня 2019 року по 14 серпня 2019 року пройшов наукове стажування у Суспільній академії наук у м. Лодзь (Республіка Польща). Обсяг - 120 год. (4 кредити ECTS).

2. У 2019 році отримав сертифікат, який підтверджує рівень володіння іноземною (польською) мовою на рівні B2 (Сертифікат № 19/18/19/К від 31.07.2019 р.).

3. Участь у форумі «Цифрові трансформації в освіті, бізнесі, IT та культурі» (Сертифікат № ПК-К 21-03/278 від 25.03.2021 р.). Обсяг – 6 год. (0,2 кредити ECTS).

4. Участь у VI Міжнародній науково-практичній конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах» (Тернопільський національний технічний університет). Термін 31.03-1.04.2021р. Сертифікат № 0451. Обсяг – 18 год. (0,6 кредити ECTS).

5. У 2022 р. пройшов міжнародне стажування (210 годин) за програмою підвищення кваліфікації у відділі маркетингу

|       |                          |                              |                                    |  |    |            |  |
|-------|--------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|----|------------|--|
|       |                          |                              |                                    |  |    |            | підприємства STELA LaxhuberGmbH на тему: «Маркетинг та логістика в системі менеджменту підприємства: досвід на європейському рівні» (Массінг, Німеччина).Обсяг – 210 год. (7 кредитівECTS).  |
| 46493 | Мосій Ольга Бориславівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2002, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 011749, виданий 13.06.2001, Атестат доцента ДЦ 008202, виданий 19.06.2003 | 25 | Менеджмент | Закінчила Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, 2002, спеціальність: Менеджмент організацій Кандидат економічних наук. Доцент кафедри менеджменту у виробничій сфері. Була виконавцем науково-дослідних тем Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя: «Інноваційні підходи в управлінні економікою підприємств у сучасних умовах» (№ держреєстрації № 011U002591) та «Дослідження сучасних управлінських технологій у системі публічного управління» (№ держреєстрації 0117U003209). Учасник Міжнародних проектів: Тренер курсу «Лідерство» програми післядипломного навчання «Управління в українських органах місцевого самоврядування для лідерів, менеджерів середнього рівня, фахівців з публічних послуг громади» в рамках програми DOBRE у співпраці з Консорціумом з питань підвищення спроможності системи освіти за фінансування Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), 2021; Тренер курсу «Лідерство та управління командами» міжнародного проекту «Міжуніверситетські стартап центри для розвитку та підтримки студентських |

|       |                     |                                |                                    |   |    |   |   |
|-------|---------------------|--------------------------------|------------------------------------|---|----|---|---|
|       |                     |                                |                                    |   |    | <p>інновацій” (№ МР 530349-TEMPUS-1-2012-1-FR-TEMPUS-JPHES), 2012-2015.</p> <p>Основні публікації за тематикою дисципліни:</p> <p>1. Мосій О.Б., Сарафанюк С.В., Фірман Г.Б. Використання інструментів управління розвитком організацій. Шістдесяті економіко-правові дискусії: матеріали науково-практичної інтернет-конференції (м. Львів, 27 жовтня 2021 р.). Львів, 2021. С. 14-16.</p> <p>2. Мосій О.Б., Машлій Г.Б., Пельчер М. Дослідження управлінських аспектів використання штучного інтелекту. Галицький економічний вісник. №2. 2019. С. 80-89.</p> <p>3. Мосій О.Б., Озерянська Н.В. Операційний менеджмент в системі управління підприємством // Міжнародна наукова інтернет-конференція «Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення (випуск 33)»/ Збірник тез доповідей: випуск 33 (м. Тернопіль, 13 листопада 2018 р.). Частина 2. Тернопіль. 2018. С. 37-39. Режим доступу до ресурсу: <a href="https://drive.google.com/file/d/1097OHfjAFY_T_Ennv5dj9c5cWaRiyF_eWw/view">https://drive.google.com/file/d/1097OHfjAFY_T_Ennv5dj9c5cWaRiyF_eWw/view</a></p> |   |
| 60480 | Крамар Ірина Юрївна | Професор, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2009, спеціальність: 040101 Психологія, Диплом магістра, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2010, спеціальність:</p> | 12 | Фінанси   | <p>У 2019 р. захищено докторську дисертацію на тему: «Організаційно-економічний механізм інтернаціоналізації промислових підприємств», ТНТУ (спеціальність 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Професор кафедри економіки та фінансів Атестація професора по кафедрі економіки та фінансів. Учасник міжнародного проекту «Розвиток центру підприємницьких компетенцій у Тернопільській бізнес-</p> |

050108  
Маркетинг,  
Диплом  
доктора наук  
ДД 009314,  
виданий  
16.12.2019,  
Диплом  
доктора  
філософії ДК  
007362,  
виданий  
26.09.2012,  
Диплом  
кандидата наук  
ДК 007362,  
виданий  
26.09.2012,  
Атестат  
доцента АД  
000468,  
виданий  
12.12.2017,  
Атестат  
професора АП  
004779,  
виданий  
23.12.2022

школі», реалізованого за підтримки Міністерства зовнішніх справ Республіки Естонія; отримала сертифікат «лектора-ментора» курсу «Вступ до бізнесу» (м. Талінн, Естонія), 2018 р. Автор науково-популярної публікації у газеті «Вільне життя» на тему: «Що таке «промисловий безвіз» і до чого тут місцеві вибори?» (Тернопіль, 2020). Автор одноосібної монографії: Крамар І. Ю. Розвиток промислових підприємств України в контексті інтернаціоналізації: монографія / за заг. ред. Б. М. Андрушківа. Тернопіль: ТНТУ, 2019. 378 с. Співавтор статті англ. мовою у колективній монографії: Nataliia Marynenko, Iryna Kramar. Environmental taxation and its financial impact on the development of territories. *Gospodarkai społeczeństwo w europejskiej perspektywie: monografia. Elbląska Uczelnia Humanistyczno-Ekonomiczna. Wydawnictwo „Bernardinum”, Pelplin, 2019. Pp. 127-154* (колективна монографія, англ. мовою). Запрошений спікер на захід FINTALKS в Університеті MITWorldPeaceUniversity, Пуне, Індія; представила виступ на тему: «TrendsofForeignDirect Investments» (2021). Наявний сертифікат Національного банку України, який засвідчує, що прослухала освітній лекторій для викладачів закладів вищої освіти «Економічний експрес» (2019). Фізична-особа підприємець (2006-2016 рр.) Основні публікації за тематикою дисципліни:  
1. Savitskyi, A., Kramar, I., Nyzhnyk, V., Zeca, E.D., Marynenko, N. THE MULTIFACTOR

REGRESSION MODEL FOR EXPORT-ORIENTED SUSTAINABLE MANAGEMENT OF ENTERPRISE PROFITABILITY. Proceedings of the 2nd International Workshop on Information Technologies: Theoretical and Applied Problems (ITTAP 2022). Ternopil, Ukraine, November 22-24, 2022. CEUR Workshop Proceedings, 3309, pp. 363–375.

2. Iryna Kramar, Nataliia Marynenko, Oksana Mischuk, Viktoria Bukhta, Roman Sherstiuk. Economic dimension of digitization in rural areas. 19th International Scientific Conference Engineering for Rural Development Proceedings, Volume 19 May 20-22, 2020. Jelgava 2020. Pp. 806-812. DOI: 10.22616/ERDev2020.19.TF188

3. Marynenko Nataliia, Tsikh Halyna, Iryna Kramar. Development of IT outsourcing in Ukraine: a prospect of the brain drain reduction. 6th International Scientific Conference «Economy of Integration». ICEI 2019 «(E)migration and Competitiveness of Southeastern European Countries» Conference Proceedings, University of Tuzla, 05th -07th of December 2019, Tuzla, Bosnia and Herzegovina, 566 p. Pp. 222-233.

4. Kramar, I., Tsikh, H., Nahorniak, I. & Pokryshka, L. (2021) Udoskonalennia stratehichnoho upravlinnia bankom na osnovi provedennia ekonometrychnoho modeliuvannia efektyvnosti yoho diialnosti [Improvement of bank strategic management based on econometric modeling of its activity efficiency]. Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava [Socio-Economic Problems and the State] (electronic journal), Vol. 25, no. 2, pp. 457-464. Available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21kiyejd.pdf>

|        |                       |                              |                                    |  |    |   |   |
|--------|-----------------------|------------------------------|------------------------------------|--|----|---|---|
|        |                       |                              |                                    |  |    | 5. Пастух О. А., Крамар І. Ю., Чернух О. В. Використання нейронних мереж для забезпечення ефективності діяльності промислових підприємств у процесі їх інтернаціоналізації. Галицький економічний вісник. ТНТУ, 2019. Том 58. №3. С. 121-129 (Економіка та управління національним підприємствами) DOI: <a href="https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2019.03.121">https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2019.03.121</a> |   |
| 202160 | Краузе Ольга Ігорівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом доктора філософії ДК 033440, виданий 30.12.2008, Диплом кандидата наук ДК 033440, виданий 13.04.2006, Атестат доцента 12ДЦ 022381, виданий 19.02.2009 | 20 | Інфраструктура товарного ринку  | Член Української асоціації маркетингу (сертифікат № 636) Незалежний консультант з питань маркетингу на підприємстві Інтернет провайдер «TerNet» (СПД ФО Суконнік Микола Валерійович) на безоплатній основі з 01.11.2017 р. і по сьогоднішній день. Керівник науково-дослідної роботи ТНТУ на тему «Маркетингові стратегії розвитку підприємств автомобілебудівної промисловості» (2016-2018 рр.). Номер державної реєстрації 0116U000408 /ВК 54-16 Керівник науково-дослідної роботи ТНТУ на тему «Формування комплексу маркетингових технологій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки» (2022-2023 рр.). Номер державної реєстрації: 0122U200518 / ВК 7022 Публікації, що відповідають профілю освітньої компоненти:<br>1. Краузе О.І. Моніторинг ринку автомобілебудівної промисловості / Тенденції розвитку маркетингу в умовах економічних трансформацій / Р. В. Федорович [та ін.] ; за ред. проф. Р. В. Федоровича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2017. 303 с. С. 133-248.<br>2. Краузе О.І. |

Дослідження ринку  
автомобілебудівної  
промисловості Польщі  
/Аналітичний  
інструментарій в  
маркетинговій  
діяльності /Р. В.  
Федорович [та ін.] ; за  
ред. проф. Р. В.  
Федоровича.  
Тернопіль: ФО-П  
Шпак В. Б., 2018. С.  
55-67 (308 с.)  
3. Краузе О.І.  
Розвиток  
автомобілебудівної  
промисловості Китаю  
/Економічні,  
соціальні та  
психологічні аспекти  
сучасних  
маркетингових  
технологій / В.А.  
Фалович [та ін.] ; за  
ред. д.е.н, доц. В.А.  
Фаловича. Тернопіль:  
ФО-П Шпак В. Б.,  
2019. С. 67-90 (233 с.)  
4. Краузе О.І.  
Дослідження  
конкурентоспроможн  
ості підприємства  
/Теоретичні та  
прикладні аспекти  
розвитку економіки та  
маркетингу /за ред.  
д.е.н., доц. В.А.  
Фаловича. Тернопіль:  
«Бескиди», 2020. 179  
с. (С. 77-86)  
5. Краузе О.І.  
Маркетинговий аналіз  
конкурентоспроможн  
ості промислового  
підприємства  
/Нарощування  
фінансово-  
економічного  
потенціалу суб'єктів  
економічних відносин  
як основа  
поступального  
розвитку  
територіально-  
господарських систем:  
монографія /за заг.  
ред. О. Панухник]  
Тернопіль, ФОП  
Паляниця В. А., 2021.  
С. 140-146.  
6. Krause O.I.  
Marketing Internet  
technologies in the field  
of services / Digital  
Economy trends: global  
challenges, strategy and  
technologies:  
Monograph /Edited by  
Ghenadie Ciobanu,  
Olha Pavlykivska]  
Galati, Romania, 2021.  
pp. 104-116. (222 p.)  
7. Краузе О.І.  
Дослідження  
поведінки споживачів  
та методів  
формування  
споживчого попиту /  
Маркетинг 4.0:  
стратегічні  
імперативи та сучасні

тенденції]:  
колективна  
монографія /за аг ред.  
д.е.н., доц. В.А.  
Фаловича. Тернопіль:  
ФОП Шпак В.Б., 2021.  
С. 89-122. (351 с.)

8. Краузе О., Мащак А.  
Дослідження ринку  
автомобілебудівної  
промисловості Китаю  
//Галицький  
економічний вісник.  
2018. №1 (54). С. 71-  
76.

9. Краузе О.І., Голда  
Н.М., Бурліцька О.П.  
Дослідження та  
формування  
механізму продажу  
//Галицький  
економічний вісник.  
2021. Том 68. № 1  
(68). С. 166-174.

10. Краузе О.І., Голда  
Н.М., Піняк І.Л.  
Становлення та  
тенденції розвитку  
автомобілебудівної  
промисловості Китаю  
//Економічний  
простір. 2021. № 166.  
с. 12-17.

11. Краузе О.І., Піняк  
І.Л., Шпилик С.В.  
Маркетинговий  
стратегічний аналіз  
конкурентного  
потенціалу  
комерційного  
підприємства //   
Галицький  
економічний вісник.  
№ 3. 2022. С. 81-90.  
<https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/?art=1082>

12. Краузе О., Піняк І.,  
Шпилик С. CRM як  
джерело інформації  
для розробки  
маркетингових  
проектів та  
стратегічного  
управління  
конкурентоспроможні  
стю. Галицький  
економічний вісник.  
2022. Том 77. № 4. С.  
94-102.  
<https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/?art=1095>

13. Краузе О. Розробка  
маркетингової  
корпоративної  
стратегії підприємства  
/О. Краузе, С. Мозиль  
// Матеріали ІХ  
Регіональної науково-  
практичної Інтернет-  
конференції молодих  
вчених та студентів  
«Маркетингові  
технології  
підприємств в  
сучасному науково-  
технічному  
середовищі».  
Тернопіль, ТНТУ,  
2018. – 78-79 с.  
<http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/26126>



|        |                             |                              |                                    |   |    |   |  |
|--------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------|---|----|---|--|
|        |                             |                              |                                    |   |    | <p>14. Краузе О. Державне регулювання розвитку автомобілебудівної промисловості Китаю //Збірник тез IV міжвузівської науково-практичної Інтернет-конференції «Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку України в умовах європейської інтеграції», 22 квітня 2021 р. Вінниця : ФОП Корзун Д.Ю., 2021. С. 12-15.</p> <p>15. Краузе Ольга, Сташок Ірина. Розвиток маркетингового потенціалу і його роль у підвищенні ефективності підприємства. Збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції «Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, діджиталізація та інновації». (м. Тернопіль, 23–24 листопада 2022 р.). Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2022. С. 18-19.</p> <p>16. Краузе Ольга. Діджиталізація як складова конкурентоспроможності бізнесу. Розвиток соціально-економічних систем в геоекономічному просторі: Збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Тернопіль, 15-16 грудня, 2022 р.). Тернопіль, ФОП Паляниця В.А., 2022. С. 11-12.<br/><a href="https://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/39617">https://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/39617</a></p> |  |
| 142193 | Семенюк Світлана Богданівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом спеціаліста, Інститут економіки і підприємництва, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 049898, виданий 03.12.2008, Атестат доцента 12ДЦ 033197, | 16 | Інформаційний маркетинг   | Кандидат економічних наук, спеціальність (08.00.04) Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Член Української асоціації маркетингу (Сертифікат №578 від 31.03.2021р.). Виконавець науково-дослідних тем ТНТУ: «Використання маркетингових інструментів для забезпечення сталого розвитку суб'єктів |

виданий  
30.11.2012

приватного неприбуткового сектору» (№ держреєстрації 0114U001309) та «Формування механізму ефективного регулювання та управління економічною діяльністю підприємств» (№ держреєстрації 0113U007514).  
Пройшла навчальний курс «Цифровий маркетинг» на платформі відкритих онлайн-курсів Prometheus. (сертифікат від 23.06.2021р.), матеріали якого використано при складанні змісту дисципліни;  
У 2021 році успішно опанувала цикл вебінарів «Інструменти фасилітації для проведення ефективних навчальних заходів в онлайн-форматі» (30 год.) (Сертифікат №0916/21р).  
У 2013 році пройшла сертифікацію інтерактивного навчального курсу для системи ДН ТНТУ з дисципліни «Інформаційний маркетинг» (Сертифікат №0091 від 29.11.2013р).  
У 2022 році пройшла Міжнародну програму підвищення кваліфікації від International Historical Biographical Institute»  
Основні публікації за тематикою дисципліни:  
1. Семенюк С.Б. Інформаційний маркетинг як необхідна умова ведення інформаційного бізнесу. Маркетинг 4.0 стратегічні імперативи та сучасні тенденції: колективна монографія / за ред. д.е.н. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2021. С.220-245 (351с).  
2. Семенюк С. Месенджер-маркетинг як новий рівень комунікації з клієнтом. Соціально-економічні проблеми і держава, 2021. Т.25 (2)  
URL:

|       |                           |                              |                                    |  |    |  |   |
|-------|---------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|----|--|---|
|       |                           |                              |                                    |  |    | <p><a href="https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/38799/5/21ssbkzk.pdf">https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/38799/5/21ssbkzk.pdf</a></p> <p>3. Семенюк С.Б. Семенюк А.І. Оптимізація бізнес-процесів із взаємодії з клієнтами шляхом впровадження CRM-систем . Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки та маркетингу: колективна монографія / за ред. д.е.н. В.А. Фаловича. – Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2020. – С.220-245 (351с).</p> <p>4. Семенюк С.Б. Прозорість цифрової реклами в Інтернет. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. С. 130.</p> <p>5. Семенюк С.Б. Відеомаркетинг в діяльності закладів вищої освіти. Маркетинг і цифрові технології, 2019. Том 3, №1. С.68-78</p> |   |
| 46961 | Шпилик Світлана Василівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2003, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2004, спеціальність: 092502 Комп'ютерно-інтегровані технологічні процеси і виробництва, Диплом доктора філософії ДК 062803, виданий 19.01.2011, Диплом кандидата наук ДК 062803, виданий</p> | 18 | Інтернет-маркетинг   | <p>Кандидат економічних наук, спеціальність (08.00.04) Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тема дисертації: «Розвиток конкурентної стратегії на засадах маркетингу (на прикладі видавничого підприємства)». Сертифікат про рівень володіння англійською мовою ARTIS, рівень B2, виданий 31.05.2017 р. Британською Радою в Україні. Член Української асоціації маркетингу (Сертифікат №640 від 01.09.2021р.). Є виконавцем науково-дослідної теми ТНТУ: «Формування комплексу маркетингових технологій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки». Номер державної реєстрації: 0122U200518 / ВК</p> |

22.12.2010,  
Атестат  
доцента 12/ДЦ  
034046,  
виданий  
25.01.2013

7022  
Була виконавцем  
науково-дослідних  
тем ТНТУ:  
«Маркетингові засади  
розвитку підприємств  
у  
висококонкурентному  
інноваційному  
середовищі» (номер  
держреєстрації  
0109u008066) та  
«Стратегічне  
маркетингове та  
логістичне управління  
підприємствами в  
умовах ринку» номер  
державної реєстрації  
0112U002209 / ВК 39-  
12).  
Є членом  
Тернопільської  
місцевої організації  
Всеукраїнської  
молодіжної  
громадської  
організації  
«Асоціація трудових  
об'єднань молоді  
України», проводить  
маркетингові  
дослідження,  
розробляє соціальну  
рекламу (Довідка від  
14 листопада 2019 р.)  
У 2022 році успішно  
опанувала:  
1. Навчальний курс  
«TheCompleteDigitale  
MarketingCourse – 12  
Courses in1» (Повний  
курс цифрового  
маркетингу – 12 курсів  
в 1) – 22,5 hours  
(Certificateno: UC-  
1b945507-efd8-4663-  
a484-e3ee3e6e0148  
ofOctober 14, 2022).  
2. Навчальний курс  
"MarketingResearch:  
supportyourmarketingd  
ecisions"  
(Маркетингові  
дослідження:  
підтримка ваших  
маркетингових  
рішень) – 11 hours  
(Certificateno: UC-  
a222d57f-d7c6-43bc-  
8ac6-779e67c6de37  
ofOctober 25, 2022)  
Основні публікації за  
тематикою  
дисципліни:  
1. Краузе О. І., Піняк І.  
Л., Шпилик С. В.  
Соціальна  
відповідальність в  
контексті  
діджиталізації бізнесу  
// Міжнародний  
науковий журнал  
"Інтернаука". Серія:  
"Економічні науки".  
2022. №11.  
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8381>  
2. Краузе О.І., Піняк  
І.Л., Шпилик С.В.  
CRM як джерело

інформації для розробки маркетингових проєктів та стратегічного управління конкурентоспроможністю // Галицький економічний вісник. № 4. 2022 . С. 94-102

3. Shpylyk S., Pinyak I., Shveda N. Digitalmarketingasanin novativecontrolelement: developmentbyevolutive. (Digitaleconomytrends: globalchallenges, strategyandtechnologies ). Monograph. 2021. 30-38 pp.

4. Шпилик С. Інтернет-маркетинг та соціальні медіа у видавничому бізнесі [Електронний ресурс] / Світлана Шпилик // Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 362-373.

5. Шпилик С.В., Шпилик О.Б. SMM у видавничій справі // Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки та маркетингу / В.А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2020. 179 с. С. 167-176

6. Шпилик С.В., Шпилик О.Б. Поняття та особливості використання інтернет ресурсу у сучасному маркетингу // Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій: колективна монографія / В.А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2019. 231 с.- С. 192-207.

7. Шпилик С.В. Facebook як ефективний маркетинговий інструмент розвитку бізнесу / С.В.Шпилик, О.М.Вовчук // Галицький економічний вісник. Тернопіль : ТНТУ, 2018. № 2. С. 106-113

8. Шпилик С.В. Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства / С.В.Шпилик //

|       |                           |                              |                                    |  |    |   |   |
|-------|---------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|----|---|---|
|       |                           |                              |                                    |  |    | Галицький економічний вісник. Тернопіль : ТНТУ, 2015. Том 49. № 2. С. 206-217 |   |
| 46961 | Шпилик Світлана Василівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2003, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2004, спеціальність: 092502 Комп'ютерно-інтегровані технологічні процеси і виробництва, Диплом доктора філософії ДК 062803, виданий 19.01.2011, Диплом кандидата наук ДК 062803, виданий 22.12.2010, Атестат доцента 12ДЦ 034046, виданий 25.01.2013</p> | 18 | Інтерактивний маркетинг   | <p>Кандидат економічних наук, спеціальність (08.00.04) Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тема дисертації: «Розвиток конкурентної стратегії на засадах маркетингу (на прикладі видавничого підприємництва)». Сертифікат про рівень володіння англійською мовою ARTIS, рівень B2, виданий 31.05.2017 р. Британською Радою в Україні. Член Української асоціації маркетингу (Сертифікат №640 від 01.09.2021р.). Є виконавцем науково-дослідної теми ТНТУ: «Формування комплексу маркетингових технологій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки». Номер державної реєстрації: 0122U200518 / ВК 7022 Була виконавцем науково-дослідних тем Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя: «Маркетингові засади розвитку підприємств у висококонкурентному інноваційному середовищі» (номер держреєстрації 0109u008066) та «Стратегічне маркетингове та логістичне управління підприємствами в умовах ринку» номер державної реєстрації 0112U002209 / ВК 39-12). Є членом Тернопільської місцевої організації Всеукраїнської молодіжної громадської організації «Асоціація трудових об'єднань молоді України», проводить</p> |

маркетингові дослідження, розробляє соціальну рекламу (Довідка від 14 листопада 2019 р.) У 2022 році успішно опанувала:

1. Навчальний курс «The Complete Digitale Marketing Course – 12 Courses in 1» (Повний курс цифрового маркетингу – 12 курсів в 1) – 22,5 hours (Certificateno: UC-1b945507-efd8-4663-a484-e3ee3e6e0148 of October 14, 2022).
2. Навчальний курс "Marketing Research: support your marketing decisions" (Маркетингові дослідження: підтримка ваших маркетингових рішень) – 11 hours (Certificateno: UC-a222d57f-d7c6-43bc-8ac6-779e67c6de37 of October 25, 2022)

Основні публікації за тематикою дисципліни:

1. Краузе О. І., Піняк І. Л., Шпилик С. В. Соціальна відповідальність в контексті діджиталізації бізнесу // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2022. №11. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8381>
2. Краузе О.І., Піняк І.Л., Шпилик С.В. CRM як джерело інформації для розробки маркетингових проєктів та стратегічного управління конкурентоспроможністю // Галицький економічний вісник. № 4. 2022 . С. 94-102
3. Shpylyk S., Pinyak I., Shveda N. Digital marketing as an innovative control element: development by evolution. (Digitaleconomy trends: global challenges, strategy and technologies). Monograph. 2021. 30-38 pp.
4. Шпилик С. Інтернет-маркетинг та соціальні медіа у видавничому бізнесі [Електронний ресурс] / Світлана Шпилик // Соціально-економічні проблеми і держава.

|        |                          |                              |                                    |  |    |  |  |
|--------|--------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|----|--|--|
|        |                          |                              |                                    |  |    | <p>2021. Вип. 2 (25). С. 362-373.</p> <p>5. Шпилик С.В., Шпилик О.Б. Поняття та особливості використання інтернет ресурсу у сучасному маркетингу // Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій: колективна монографія / В.А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2019. 231 с.- С. 192-207.</p> <p>6. Шпилик С.В. Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства / С.В.Шпилик // Галицький економічний вісник. Тернопіль : ТНТУ, 2015. Том 49. № 2. С. 206-217</p> <p>7. Шпилик С. Інтерактивний маркетинг: стан розвитку в Україні / С.Шпилик, С.Семенюк // Галицький економічний вісник. 2012. №2(35). с.87-95</p> |  |
| 164929 | Синькевич Надія Іванівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом кандидата наук КН 010285, виданий 14.03.1996, Атестат доцента ДЦ 001417, виданий 28.02.2001 | 25 | Економічний аналіз   | <p>Кваліфікація: спеціаліст, Тернопільський фінансово-економічний інститут рік закінчення, 1983, спеціальність «Планування промисловості».</p> <p>Диплом кандидата наук. спеціальність - 08.09.02. «Зайнятість та ринок праці».</p> <p>Стажування: Управління Західного офісу державної аудиторської служби в Тернопільській області (01.06.2020-30.06.2020). Довідка № 13-19-09-13/1842-2020.</p> <p>З 2017 по 2019рр. проводила консультації та навчання з фінансово-економічного аналізу із працівниками Управління Західного офісу Держаудитслужби в Тернопільській області (довідка №9 від 02.08.2019р).</p> <p>Основні публікації за тематикою дисципліни:<br/>1.N.Kravchuk, O.Bilous.</p> |



N.Sunkevych. Business Risk in Changing Dynamics of Global Village 2. Minimum wage and working under the table: issues and solutions - accounting aspect Publishing House of University of Applied Sciences in Nysa, 2019. –513 pp.

2. Співак С.М., Синькевич Н.І. Організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах об'єднань територіальних громад. СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ. - 2017. - № 2 (07) - с. 140-144.

3. Синькевич Надія. Актуальність та проблеми дебіторської заборгованості: історичні аспекти, економічний зміст та етапи розвитку. Галицький економічний вісник – 2017. №2(53).- с.119-130.

4. Синькевич Н.І., Хомин П.Я. Полігамія облікових "теоретиків".ІІІ Міжнародна науково-практична конференція «Удосконалення обліку, контролю, аудиту, аналізу та оподаткування в сучасних умовах інтеграційних процесів у світовій економіці». Видавництво УжНУ "Говерла" 2018/4/19. с.140-142.

5. Синькевич Н.І. Механізм підвищення економічної ефективності підприємств молочної промисловості в сучасних умовах.Наукова спільнота [www.spilnota.net.ua](http://www.spilnota.net.ua)..Сторок треті економіко-правові дискусії. Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції .Львів. 17грудня 2019. – с.16-19.

6.Сороківська О., Синькевич Н. Вплив пандемії COVID-19 на соціально-економічний розвиток Тернопільської області. Галицький

|       |                               |                              |   |   |    |  |  |
|-------|-------------------------------|------------------------------|---|---|----|--|--|
|       |                               |                              |   |   |    | економічний вісник. 2020. Том 65. № 4. С. 74-87. |  |
| 66831 | Плавуцька Ірина Ростиславівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет комп'ютерно-інформаційних систем і програмної інженерії | Диплом кандидата наук ДК 046000, виданий 09.04.2008, Атекат доцента 12ДЦ 032247, виданий 26.09.2012 | 27 | Іноземна мова професійного спрямування           | <p>Кваліфікації:<br/>         Спеціаліст:<br/>         Тернопільський державний педагогічний інститут імені Володимира Гнатюка, 1995, диплом ДСК № 004563.<br/>         Економіст, спеціаліст з маркетингу, Тернопільський Інститут економіки і підприємництва, 2003, диплом ДСК № 037752.<br/>         Вчене звання доцента присвоєно у 2012 році.</p> <p>СЕРТИФІКАТИ:<br/>         - Сертифікати ЕНК «Іноземна мова (англійська мова) для економічних спеціальностей» (сертифікат ДН № 0198 від 03.11.2014 р.), «Іноземна мова (англійська мова) для технічних спеціальностей» (сертифікат ДН № 0197 від 19.11.2014 р.), «Іноземна мова (англійська мова) для комп'ютерних спеціальностей» (сертифікат ДН №0196 від 13.11.2014 р.).</p> <p>Стажування:<br/>         Тернопільський національний економічний університет, кафедра іноземних мов (12 лютого по 9 березня 2018 р). Довідка № 71 від 12.03.18.<br/>         Матеріали стажування використано при складанні змісту дисципліни.</p> <p>Основні публікації:<br/>         1. Плавуцька І.Р., Баб'як Ж.В., Котовська Т.І. Стратифікація англійської лексики готельно-ресторанної сфери й особливості її перекладу українською мовою. Фахова стаття. Кременецькі компаративні студії : [науковий часопис / ред.: Д. Чик, О. Пасічник]. 2019. Вип. IX. С.219-225.<br/>         2. Плавуцька І.Р. Мотиваційні фактори та професійна компетентність викладача як запорука ефективного вивчення іноземної мови у технічних ЗВО / І. Плавуцька //</p> |

|      |                                |  |   |  |    |   |  |
|------|--------------------------------|--|---|--|----|---|--|
|      |                                |  |   |  |    | <p>Матеріали VI науково-технічної конференції «Інформаційні моделі, системи та технології», 12-13 грудня 2018 року. Т. : ТНТУ, 2018. С. 113. (Новітні фізико-технічні та освітні технології).</p> <p>3. Плавущка І.Р., Баб'як Ж.В., Рибіна Н.В. До питання реалізації принципу наступності при навчанні англійської мови студентів немовних спеціальностей. Наукові записки. Серія: Педагогічні науки, 2021. С. 65-70</p> <p>4. Плавущка Ірина, Денисюк Надія, Мацюк Анастасія. Використання мережевих ресурсів при вивченні англійської мови у немовному виші. // Збірник тез II Міжнародної наукової конференції молодих учених та студентів „Філософські виміри техніки“, ТНТУБ 2019. – С. 157-158</p> <p>5. Денисюк Надія, Плавущка Ірина, Криськова Світлана. Слова та їх переклад / Н. Денисюк, І. Плавущка, С. Криськова//Збірник тез II Міжнародної наукової конференції молодих учених та студентів „Філософські виміри техніки“, 4-5 грудня 2019 року.—Т.: ТНТУ, 2019.—С. 131–133.—(Основні засади формування професійної компетентності у вищій школі).</p> <p>6. Плавущка І. Р. Мотиваційні фактори та професійна компетентність викладача як запорука ефективного вивчення іноземної мови у технічних ЗВО / І. Плавущка // Матеріали VI науково-технічної конференції „Інформаційні моделі, системи та технології“, 12-13 грудня 2018 року. — Т. : ТНТУ, 2018. — С. 113.</p> |  |
| 9267 | Хоміцький Богдан Володимирович | Старший викладач, Основне місце роботи | Факультет комп'ютерно-інформаційних систем і програмної інженерії |  | 45 | Інформаційні технології та основи програмування   | Старший викладач кафедри інформатики і математичного моделювання. Закінчив Львівський державний університет ім.І.Франка, механіко- |

|        |                             |                              |                                    |   |    |  |  |
|--------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------|---|----|--|--|
|        |                             |                              |                                    |   |    | <p>математичний факультет<br/> Був виконавцем більше 10-ти науково-дослідних тем ТНТУ, де писав програми для ЕОМ на мовах програмування Асемблер, Фортран, ПЛ/1, Паскаль, Делфі, Сі. Також проходив курси підвищення кваліфікації та стажування по поглибленому освоєнню вищезгаданих мов програмування, операційних систем, об'єктно-орієнтованого програмування, математичному моделюванню в прикладних задачах технічного і економічного спрямування.</p> <p>1. Основні публікації<br/> 1. Боднарчук І., Харченко О., Хоміцький Б., Шимчук Г. Проектування архітектури програмних систем в проектах з гнучкими методами управління. Матеріали наукової конференції ТНТУ, Тернопіль, 2019. стор. 46-48.<br/> 2. Гладь Ю., Хоміцький Б. Стабілізація швидкості переміщення вантажу роликів конвеєром. Матеріали VIII науково-технічної конференції «Інформаційні моделі, системи та технології», Тернопіль, 2020 с. 9<br/> 3. Хоміцький Б.В. Методичні вказівки до виконання лабораторних робіт. Частина 1. ТНТУ, 2022, 36 с.<br/> 4. Хоміцький Б.В. Методичні вказівки до виконання лабораторних робіт. Частина 2. ТНТУ, 2022, 40 с.</p> |  |
| 103590 | Щигельська Галина Остапівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом кандидата наук ДК 036382, виданий 12.10.2006 | 27 | Історія та культура України  | Кандидат історичних наук, спеціальність 07.00.02 – «Всесвітня історія». Тема дисертації: «Союз українців у Великій Британії: етапи становлення, організація та діяльність (1945–1949 рр.)». Вчене звання доцента кафедри |

українознавства і філософії.  
Співавторка статті англ. мовою «Smart-technologies as a component of quality improvementte aching of cultural disciplines» у колективній монографії:  
«Educationduring a pandemiccrisis: problemsandprospects. Monograph. Eds. Tetyana Nestorenko&Tadeusz Pokusa. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2020.  
Учасниця науково-дослідної теми: «Особистісно-професійне зростання студентів технічних університетів в процесі вивчення суспільних дисциплін», № держ.реєстр. 0119U001322.  
Основні публікації за тематикою дисципліни:  
1. Щигельська Г.О. Історична спадщина Галицької Трембовлі в Канадських преріях (до 120-річчя заснування Канадійської Трембовлі) // Актуальні питання суспільних наук та історії медицини. Спільний українсько-румунський науковий журнал. Серія «Історичні науки» || CurrentissuesofSocialstudiesandHistory of Medicine. Joint Ukrainian-Romanian Scientific journal. Series «Historicalsciences» / Редколегія; Т. Бойчук, Ш. Пуріч, А. Мойсей. Чернівці-Сучава: БДМУ, 2017. – №2 (14). – С. 41-46.  
2. Щигельська Г.О. Взаємодія української діаспори та державної влади в США щодо відзначення Дня Незалежності України 22 січня // Науковий вісник Чернівецького університету імені Юрія Федьковича, Історія. – Чернівці: Чернівецький університет, 2018. – №1. – С. 136-145.  
3. Щигельська Г.О. Українське питання в політиці США в контексті відзначення «Тижня поневолених

націй» // Науковий вісник Чернівецького університету імені Юрія Федьковича: Історія. – Чернівці: Чернівецький університет, 2019. – №1. – С. 109-115.

4. Koehn, N., Sharoval, M., Shchyhelska, H., Tkachenko, I., Kosenko, I., Bilanych, H. Research of method soft teaching humanities discontinued in distance students // Journal of Critical Reviews. 2020. 7(14), pp. 528-531  
DOI:  
<http://dx.doi.org/10.31838/jcr.07.14.91>  
(SCOPUS)

5. Щигельська Г.О., Абдаллах М.А., Петрас У.Я. Поховальні обряди єгипетських та скіфських царів: спроба порівняльного аналізу. Colloquium-journal №3 (126), 2022. С.16-21.

6. Kozinchuk V., Nikolaieva T., Shchyhelska H., Pryshchepa (Sheheda) O., Maksymenko Y. Educational Crisis in the Modern Information and Digital Society Against the Backdrop of Russian Armed Aggression. International Journal of Computer Science and Network Security. 2022. Vol. 22. No. 6 pp. 423-430. URL:  
[http://paper.ijcsns.org/07\\_book/202206/20220653.pdf](http://paper.ijcsns.org/07_book/202206/20220653.pdf)  
(Web of Science).

7. Щигельська Г.О., Абдаллах М.А., Петрас У.Я. Поховальні обряди єгипетських та скіфських царів: спроба порівняльного аналізу. Colloquium-journal №3 (126), 2022. С.16-21.

Підвищення кваліфікації:  
1. Пройшла міжнародне стажування з 23.06.2020 по 15.07.2020 р.  
«Internationalization of higher education. Organization of the educational process and innovative teaching methods in higher education institutions in Poland» (120 годин, 4 ECTS, Certificate № 200/2020), організоване університетом «Collegium Civitas» (м.

|       |                                |   |  |  |    |  |  |
|-------|--------------------------------|---|--|--|----|--|--|
|       |                                |   |  |  |    | Варшава, Польща).<br>2 Учасниця міжнародного стажування «DIGITAL FUTURE: BLENDED LEARNING» у рамках проекту DigIn.Net 2 за підтримки Університету прикладних наук Анхальт (Hochschule Anhalt, HSA) на базі DUDIZ (німецько-український центр цифрових інновацій) у період з 04 травня 2022 р. по 10 червня 2022 р. в обсязі 180 годин – 6 кредитів ECTS (сертифікат DN 202205125). |  |
| 63779 | Мариненко<br>Наталія<br>Юрївна | Професор,<br>Основне<br>місце<br>роботи | Факультет<br>економіки та<br>менеджменту | Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2005, спеціальність: 000008 Енергетичний менеджмент, Диплом доктора наук ДД 006447, виданий 27.04.2017, Диплом кандидата наук ДК 065797, виданий 31.05.2011, Аттестат доцента 12ДЦ 034044, виданий 25.01.2013, Аттестат професора АП 000944, виданий 23.04.2019 | 14 | Макро- та мікроекономіка   | Закінчила Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, 2005 р., спеціальність: Маркетинг; кваліфікація: економіст. Доктор економічних наук, спеціальність (08.00.04) Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тема дисертації: «Управління адаптивним розвитком виробничо-господарських структур». Кандидат економічних наук, спеціальність (08.00.01) Економічна теорія та історія економічної думки. Тема дисертації: «Розвиток неоконсервативного напрямку економічної думки (остання третина XX – початок XXI ст.)». Професор кафедри економіки та фінансів, Доцент по кафедрі економіки та фінансів. Основні публікації:<br>1. Roman Sherstiuk, Eduard Malevski, Nataliia Marynenko, Olha Pavlykivska, Liliya Melnyk. Models of evaluating the impact of changes technological and industrial areas in enterprise development. Amazonia Investiga, Volume 10 - Issue 40 / April 2021, pp. 253-264. DOI: <a href="https://doi.org/10.34069/AI/2021.40.04.25">https://doi.org/10.34069/AI/2021.40.04.25</a> . (Web of Science)<br>2. Наталія Мариненко, Любов Гац, Людмила |

Артеменко.  
Діагностика секторів економіки на основі структурних зрушень в суб'єктах господарювання. Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 500-510. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21mnyvsg.pdf>.

3. Marynenko Nataliia, Kramar Iryna, Podvirna Tetiana, Khrupovych Svitlana. Taxation trends, rankings and perspectives for Ukraine. *Przegląd Nauk Stosowanych*, 2018, No. 20 (3). Pp. 15–31.

4. Мариненко Н.Ю. Організація управління адаптивним розвитком суб'єктів господарювання у сучасних ринкових умовах : монографія / Н.Ю. Мариненко ; за заг. ред. Б.М. Андрушківа. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2016. 312 с.

5. Мариненко Н., Крамар І. Ціна війни: економічні виміри та попередні оцінки. Воєнні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки: Збірник тез II Міжнародної наукової конференції, 21-22 квітня 2022 р. / Упорядники: А. А. Криськов, В. В. Вишньовський та Н. В. Габрусєва. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2022. С. 84–87.

6. Мариненко Н.Ю., Гой В.В. Правові засади захисту економічної конкуренції / *Advances of science: Proceedings of articles of the international scientific conference. Czech Republic, Karlovy Vary: Skleněný Mústek – Ukraine, Kyiv: MCNIP, 27 June 2019 [Electronic resource] / Editors prof. L.N. Katjuhin, I.A. Salov, I.S. Danilova, N.S. Burina, 2019. С. 444–447.*

7. Мариненко Н.Ю., Гула І.А.. Головні загрози економічного розвитку України в 2019 році. Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та



перспективи:  
матеріали III  
Міжнародної науково-  
практичної інтернет-  
конференції молодих  
учених, 23–24 квітня  
2019 р. Львів:  
Видавництво  
Львівської  
політехніки, с.40-41.  
8. Nataliia Marynenko.  
Tax revenues in the EU  
and Ukraine: structure  
and main trends  
Scientific research:  
global and local  
perspectives: Collection  
of scientific articles.  
SAUL Publishing,  
Dublin, Ireland, 2018.  
Рр. 58–63.  
Головна редакторка  
електронного  
наукового фахового  
видання «Соціально-  
економічні проблеми і  
держава» (категорія Б,  
Наказ МОН від  
02.07.2020 №886)  
(2020 – дотепер).  
Експерт Експертної  
Ради МОН України з  
експертизи проектів  
наукових робіт,  
науково-технічних  
(експериментальних)  
розробок молодих  
учених, які працюють  
(навчаються) у ЗВО та  
наукових установах,  
що належать до сфери  
управління МОН  
(секція «Економічні  
перетворення;  
демографічні зміни та  
благополуччя  
суспільства») (2018 –  
дотепер).  
Учасниця лекторіїв (із  
отриманням  
сертифікатів):  
«Економічний  
експрес», що відбувся  
в рамках  
інформаційних днів  
Національного банку  
України в регіонах  
(2019); від спікерів  
Щорічної  
дослідницької  
конференції  
центробанків України  
та Польщі,  
організованих  
Національним банком  
України, Kyiv School of  
Economics в рамках  
Ukrainian Economy  
Week 2020;  
«Практичні аспекти  
формулювання та  
реалізації монетарної  
політики» (НБУ,  
2021).  
Сертифікат про  
успішне опанування  
освітнього модулю  
«Адвокатування  
європейських правил  
конкуренції» в межах  
програми Еразмус+

|        |                          |                              |                                    |  |    |                         |   |
|--------|--------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|----|-------------------------|---|
|        |                          |                              |                                    |  |    |                         | Жана Моне обсягом 40 академічних годин (1,3 кредити ЄКТС), Державний торговельно-економічний університет, 18-22 липня 2022 року.  |
| 139177 | Періг Ірина Мирославівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом спеціаліста, Тернопільський державний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, рік закінчення: 2000, спеціальність: 040301 Практична психологія, Диплом кандидата наук ДК 040872, виданий 10.05.2007, Атестат доцента 12ДЦ 022498, виданий 19.02.2009 | 20 | Психологія і соціологія | Закінчила Тернопільський державний педагогічний університет імені В. Гнатюка, спеціальність: Практична психологія; Кандидат психологічних наук Спеціальність - 19.00.07 Педагогічна та вікова психологія Доцент за кафедрою психології у виробничій сфері Здійснює психологічне забезпечення окремих спеціальностей ТНТУ ім. І. Пулюя. Основні публікації за тематикою дисципліни:<br>1. Періг І.М. Дідора М.І. Психологічні аспекти у рекламному впливі на поведінку споживача // Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Підвищення конкурентоспроможності національної економіки в умовах активізації процесів». Житомир: МАУП. 2020. С. 61-67.<br>2. Періг І.М., Кулешова І.В. Особливості мотивації підприємницької діяльності та чинники її розвитку // Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 73-80.<br>3. Періг І., Пугарський С. Мотивація самозмін як умова розвитку особистості // Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 106-112.<br>4. Періг І.М. Арт-терапевтичні методи зняття психоемоційної напруги в умовах переживання воєнних дій // Збірник тез II Міжнародної наукової конференції «Воєнні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки». Тернопіль. |

|        |                           |                              |                                    |  |    |            |   |
|--------|---------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|----|------------|---|
|        |                           |                              |                                    |  |    |            | <p>ФОП Паляниця В. А. 2022. С.22-24.<br/>5. Періг І.М. Психологічне забезпечення ефективної комунікації «досвідчений викладач – сучасний студент» // Збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток професійної майстерності педагога в умовах нової соціокультурної реальності». Тернопіль: СМП “Тайп”, 2022.С. 301-303.</p>  |
| 177010 | Галушак Ольга Ярополківна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | Диплом кандидата наук ДК 003447, виданий 12.05.1999, Атестат доцента ДЦ 004125, виданий 26.02.2002 | 30 | Статистика | <p>Кваліфікація: економіст, Тернопільський фінансово-економічний інститут. Кандидат економічних наук. Захищена кандидатська дисертація за спеціальністю 08.02.02 «Економіка та управління науково-технічним прогресом, інноваційні та інвестиційні процеси» на тему «Лізинг в системі стимулювання інноваційної діяльності» у 1999 році. Зарахування сертифікованого електронного навчального курсу “Statistics” (сертифікат №0276 від 13.02.2020р.) як підвищення кваліфікації. Зарахування сертифікованого онлайн-курсу на платформі Prometheus “Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів” (сертифікат від 30.01.2022р.) як підвищення кваліфікації. Основні публікації:<br/>1. О.Галушак, М. Галушак Позитивні прояви цифровізації в Україні // II Міжнародна науково-практична конференція «Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, діджиталізація та</p> |

інновації». Тернопіль: ТНТУ, 2022 р. С. 29-30

2. Галушак О.Я., Рикович М.С. Аспекти розвитку цифрової економіки в Україні // II міжнародна науково-практична конференція молодих учених та студентів «Цифрова економіка як фактор інновацій та сталого розвитку суспільства». Тернопіль: ТНТУ, 2021 р. С.6.

3. Галушак М. П., Галушак О. Я. Електронна Тернопільщина: стан та перспективи розвитку. Актуальні проблеми публічного управління та адміністрування: Колективна монографія. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2020. С. 7–32. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/32378>

4. Галушак О.Я., Ю.А.Зарічна Напрямки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у державному управлінні // Тези міжнародної науково-технічної конференції «Фундаментальні та прикладні проблеми сучасних технологій» до 60 річчя з дня заснування ТНТУ, 2020. С.249.

5. О. Галушак, М. Галушак Інновації навчального процесу у закладах вищої освіти // Тези V міжнародної науково-методичної конференції «Актуальні питання організації навчання іноземних студентів в Україні». Тернопіль: ТНТУ, 2020 р. С.71-72.

6. О.Я. Галушак, В.С. Грицишин Інтеграційні процеси в умовах цифрової трансформації // Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Цифрова економіка як фактор інноваційного розвитку суспільства». Тернопіль: ТНТУ, 2020 р. С.115.

7. О. Галушак, М. Галушак Застосування інформаційних технологій у навчальному процесі // Матеріали третьої

|       |                          |                              |   |  |    |   |  |
|-------|--------------------------|------------------------------|---|--|----|---|--|
|       |                          |                              |   |  |    | міжнародної науково-методичної конференції «Актуальні питання організації навчання іноземних студентів в Україні». Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2016. С.126-128. |  |
| 51767 | Зварич Наталя Миколаївна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет інженерії машин, споруд та технологій | Диплом спеціаліста, Тернопільський приладобудівний інститут, рік закінчення: 1991, спеціальність: 0562<br>Механічне обладнання підприємств будівельних матеріалів, виробів та конструкцій,<br>Диплом кандидата наук ДК 001604, виданий 11.11.1998, Атестація доцента ДЦ 007057, виданий 18.02.2003 | 26 | Техноекологія та цивільна безпека   | Диплом к. т. н. зі спеціальності 05.05.13 «Машини та апарати хімічних виробництв» (спеціальність передбачає знання і розуміння механізму та процесів утворення, розповсюдження промислових забруднень довкілля, а також методів, процесів і обладнання для їх знешкодження)<br>25 років викладання екологічних дисциплін<br>Стажування:<br>- Центр українсько-європейського наукового співробітництва. Свідоцтво про підвищення кваліфікації № ADV - 100550-CUEC від 21.06.2022 за програмою «Управління якістю науково-дослідницької діяльності у закладах вищої та фахової перед вищої освіти в умовах воєнних реалій»<br>- Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, кафедра геоекології і методики викладання екологічних дисциплін, 24.06.2018р.<br>Навчальні посібники:<br>1. Зварич Н.М., Пилипець О.М. Техноекологія та цивільна безпека. Частина "Техноекологія": навч. посібник для студентів інженерних спеціальностей. Тернопіль : ФОП Паляниця В. А., 2023, 150 с.<br>Тези:<br>1. Пилипець, О; Зварич, Н. Наростання продовольчої кризи через російське вторгнення в Україну. // Збірник тез II Міжнародної наукової конференції «Воєнні конфлікти та техногенні |

|        |                            |                              |   |   |    |   |   |
|--------|----------------------------|------------------------------|---|---|----|---|---|
|        |                            |                              |   |   |    | катастрофи: історичні та психологічні наслідки» (21 – 22 квітня 2022р.), Тернопіль: ТНТУ, 2022. С. 91-92<br>2. Пилипець, О; Зварич, Н Аспекти екологічної безпеки в умовах військового конфлікту // Збірник тез Міжнародної наукової конференції «Воєнні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки» (до 35 роковин аварії на Чорнобильській АЕС) (22 – 23 квітня 2021р.), Тернопіль : ФОП Паляниця В. А., 2021. С.164-165.<br>3. Зварич Н. М., Пилипець О. М. Проблеми утилізації упаковки для харчових продуктів // Матеріали Міжнародної науково-технічної конференції «Фундаментальні та прикладні проблеми сучасних технологій» (14–15 травня 2020 року), Тернопіль, ТНТУ. 2020. С. 222.<br>4. Лясота О. М., Зварич Н. М. Відновлення сировини як альтернатива первинному видобутку // Матеріали Міжнародної науково-технічної конференції «Фундаментальні та прикладні проблеми сучасних технологій» до 100 річчя з дня заснування НАН України та на вшанування пам'яті Івана Пулюя (100 річчя з дня смерті) (14 – 15 травня 2020 року). Тернопіль, ТНТУ. С. 288. |   |
| 178326 | Мацюк Галина Ростиславівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет комп'ютерно-інформаційних систем і програмної інженерії | Диплом кандидата наук ДК 059556, виданий 15.04.2021 | 25 | Українська мова (за професійним спрямуванням)   | Кваліфікація: учитель української мови та літератури, Тернопільський державний педагогічний інститут (диплом ЛБ В С № 014160). Кандидат наук з соціальних комунікацій 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство (27 соціальні комунікації) Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, 2021. |

Захист дисертації на  
тему: «Тезаурус як  
інструмент  
інформаційного  
забезпечення  
міждисциплінарних  
наукових  
досліджень».  
Стажування:  
Тернопільський  
національний  
педагогічний  
університет імені  
Володимира Гнатюка,  
кафедра філологічних  
дисциплін початкової  
освіти (2.04.2019 року  
по 27.05.2019 року)  
наказ № 100 від  
24.04.2019 року  
Основні публікації:  
1. Мацюк  
Г.Формування  
тезауруса для  
виконання  
інформаційного  
пошуку у  
вузькоспеціальних  
предметних областях  
/ Бібліотека. Наука.  
Комунікація: 100-  
річчя Національної  
бібліотеки України  
імені В. І.  
Вернадського:  
матеріали міжнар.  
наук. конф. (Київ, 6-8  
лист. 2018 р.). С. 366-  
369.  
2. Мацюк Г.  
Інформаційно-  
пошукові тезауруси:  
світовий та  
вітчизняний досвід  
формування/  
Бібліотекознавство.  
Документознавство.  
Інформологія. 2019.  
№ 2. С. 106-115.  
3. Назаревич Л.,  
Мацюк Г. Основні  
способи семантизації  
нової лексики / V  
Міжнародна науково-  
методична  
конференція  
«Актуальні питання  
організації навчання  
іноземних студентів в  
Україні» присвячена  
60-річчю ТНТУ імені  
Івана Пулюя (14 - 16  
жовтня 2020 року). –  
Тернопіль : ТНТУ,  
2020.  
4. Назаревич Л.,  
Мацюк Г.  
Молодіжний сленг:  
теоретичні аспекти і  
сфера використання  
Науковий вісник  
Міжнародного  
гуманітарного  
університету. Сер.:  
Філологія. 2022. №  
53, том 1. С. 132-135.  
5. Мацюк Г.  
Особливості  
структурної  
організації  
українських одиниць

|       |                                    |   |  |  |    |  |
|-------|------------------------------------|---|--|--|----|--|
|       |                                    |   |  |  |    | двомовного тезауруса розумного міста // Львівський філологічний часопис. 2022. № 11. С. 136-140.   |
| 89931 | Довгань<br>Анатолій<br>Олексійович | Професор,<br>Основне<br>місце<br>роботи | Факультет<br>економіки та<br>менеджменту | Диплом<br>доктора наук<br>ДД 009357,<br>виданий<br>22.04.2011,<br>Диплом<br>кандидата наук<br>ФС 006408,<br>виданий<br>24.07.1985,<br>Атестат<br>доцента ДЦ<br>000601,<br>виданий<br>10.07.2000,<br>Атестат<br>професора АЗ<br>00329,<br>виданий<br>03.09.1999 | 38 | Філософія<br><br>У 1978 р. закінчив філософський факультет КНУ ім. Т.Г.Шевченка. спеціальність «Філософія»;<br>Захищена кандидатська дисертація на тему: «Спілкування як засіб формування творчого потенціалу особистості» - 1985, філософський факультет КНУ ім. Т.Г.Шевченка<br>Захищена докторська дисертація на тему «Гносеологічний оптимізм західноєвропейської раціоналістичної філософії ( XVII- перша чверть XVIII ст.) - Спеціальність 09.00.05 – історія філософії», КНУ імТ. Шевченка 2011р.<br>Стажування в ТНПУ ім. В.Гнатюка (кафедра філософії і економічної теорії), 2017р.<br>Практичний досвід роботи в НАК «ЕКСОР» КМ України, 13 років (1991-2004 рр.) аналітик соціальних конфліктів.<br>Основні публікації:<br>1. Довгань А.О, Гнасевич Н.В. // Прояви сутнісних сил життєвої стійкості особи» / Науковий часопис Нац. пед. ун-ту ім. М.П. Драгоманова. Серія 7. 2018. Вип.39 (52).с.57-63.(стаття)<br>2. Фурман А.О., Довгань А.О. Оновлена світоглядна мапа буття. осмисленого в суспільному та особистісному вимірах» /А.Довгань// Психологія і суспільство. Вип.3-4.2019.С.148-156.<br>3. Довгань А. Постмодерністські варіації гносеологічного оптимізму в пізнавальних практиках сучасного українського суспільства // А.Довгань / Проблема людини у філософії: Матеріали XXVII Харківських |



міжнародних  
сковородинівських  
читань (ОКЗ  
«Національний  
літературно-  
меморіальний музей  
Г.С.Сковороди», 27-28  
вересня 2019 року -  
Харків: Майдан,  
2019.-140-152с.  
4. Довгань А.О.  
Оптимізм як  
світоглядна категорія  
давньогрецького  
філософського  
мислення./ А.Довгань  
//  
людина.суспільство.ко  
мунікативні  
технології: матеріали  
VII Міжнар. Наук.-  
практ. конф.,26-27  
червня 2019 р.-Харків-  
Лиман.2019.С. 169-  
175.  
5. Довгань А. Н.  
Мальбранш та  
давньокитайська  
філософія //  
А.Довгань / Людина,  
суспільство,  
комунікативні  
технології: матеріали  
VIII Міжнарод. наук.-  
практ. конф.  
присвяченої 90-річчю  
Українського  
державного  
університету  
залізничного  
транспорту. 15-16  
жовтня 2020 р.  
Харків:ДІСА ПЛЮС,  
2020. С..51-57. (стаття)  
6. Довгань А.  
Демонстративне  
споживання-модус  
життя частини елітної  
групи громадян  
України  
[Електронний ресурс ]  
/ Анатолій Довгань //  
Соціально-економічні  
проблеми і держава.-  
2021. Вип.2(25).С.722-  
730.режим доступу:  
hhtt://sepd/tntu/edu/u  
a.  
7.Довгань А.О. Малі  
міста в контексті  
аналізу історично-  
культурної спадщини  
України  
//Міжнародна наук.-  
практ.конф.  
«Філософсько-  
гуманітарні читання:  
Духовність та  
милосердя в сучасній  
практиці»,  
присвячена 140-річчю  
з дня народження  
В.Ф.Войно-  
Ясенецького  
(СвятогоЛуки.  
Архієпис- копа), 20  
жовтня 2017р. м.  
Черкаси., 10 стор.  
8. Довгань А.О.  
Туревич О.А. Про  
наукову некоректність

застосування поняття «агресивність» в інноваційному менеджменті» // Матеріали наук.прак. конференц. Памяті почесного проф.ТНТУ акад. НАН України М.Г.Чумаченка. 23 березня 2018.

9. Довгань А.О.,Туревич О. Українська митниця очима українських туристів (погляд з минулого) / Матеріали ХХІ наук. конференц. ТНТУ ім. І.Пулюя. 16-17 травня 2019 р. С. 186-187.

10.Довгань А.О.Цифрова економіка і проблема повсякденності свободи особи // Мат.наук .конференц. ТНТУ ім. І. Пулюя. 11 листопада 2020 червня 2019 р.- С. 20

11. Довгань А. Методологічний простір свободи пошуку в концепції П.Фейєрабенда // Матеріали VIII Науково-практичної конференції «Інформаційні моделі, системи та технології». 9-10 грудня 2020 ТНТУ, С.12

12 .Довгань А., Довгань .Ю. Явище війни в контексті синергетичної теорії світу //Збірник тез Міжнародної наукової конференції «Воєнні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки» Тернопіль. ТНТУ,2022.С.44-46.

13. А.Довгань . Соціальна ідея і воєнний конфлікт /А.Довгань //Збірник тез 1 Міжнародної наукової конференції "Воєнні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки» Тернопіль .ТНТУ.2021.С.30-31

14. Довгань А. Філософський персоналізм Г.С.Сковороди – український модус сучасних європейських світоглядно-ціннісних орієнтацій людини/Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні рецепції світоглядно-ціннісних орієнтирів

|        |                            |  |  |   |    |   |   |
|--------|----------------------------|--|--|---|----|---|---|
|        |                            |  |  |   |    |   | Григорія Сковороди.<br>(2-4 грудня 2022)<br>Полтава   |
| 180231 | Окіпний Ігор<br>Богданович | Завідувач<br>кафедрою,<br>Основне<br>місце<br>роботи | Факультет<br>інженерії<br>машин, споруд<br>та технологій | Диплом<br>магістра,<br>Тернопільськи<br>й державний<br>технічний<br>університет<br>імені Івана<br>Пулюя, рік<br>закінчення:<br>2000,<br>спеціальність:<br>090203<br>Металорізальн<br>і верстати та<br>системи,<br>Диплом<br>кандидата наук<br>ДК 045950,<br>виданий<br>09.04.2008,<br>Атестат<br>доцента 12ДЦ<br>036865,<br>виданий<br>21.11.2013 | 16 | Безпека<br>життєдіяльност<br>і, основи<br>охорони праці | Кваліфікація:<br>Диплом магістра ТЕ<br>№14223302, рік<br>закінчення: 2000р,<br>Тернопільський<br>державний технічний<br>університет імені<br>Івана Пулюя,<br>спеціальність:<br>металорізальні<br>верстати та системи.<br>Стажування:<br>посвідчення № 49-21-<br>20 від 08 жовтня 2021<br>р. видане Державним<br>підприємством<br>«Головний навчально<br>– методичний центр<br>Держпраці України»<br>(м. Київ) про<br>навчання за<br>програмою для<br>викладачів з охорони<br>праці ВНЗ і виявив<br>потрібні знання<br>законодавчих актів з<br>охорони праці, гігієни<br>праці, надання<br>домедичної допомоги<br>потерпілим,<br>електробезпеки,<br>пожежної безпеки.<br>Наукові публікації:<br>1. Impact of Long-Term<br>Operation on the<br>Reliability and<br>Durability of Transit<br>Gas Pipelines / Okpnyi<br>I., Poberezhny L.,<br>Zapukhliak V.,<br>Hrytsanchuk A.,<br>Poberezhna L.,<br>Stanetsky A.,<br>Kravchenko V.,<br>Rybinskyi I. //<br>Journal of mechanical<br>engineering –<br>Strojnícky časopis, Vol.<br>70 (2020), № 1. pp. 115<br>– 126.<br>2. Pulka Ch., Okipnyi I.,<br>Senchyshyn V.,<br>Levchenko O.,<br>Ryskalchik S. (2021)<br>Ways to reduce the<br>influence of high<br>frequency currents on<br>the human body under<br>induction surfacing.<br>Scientific Journal of<br>TNTU (Tern.), vol 104,<br>no 4, pp. 15–23.<br>3. Janette Brezinova,<br>Stefan Kender,<br>Henrich Sailer,<br>Ján Viňáš,<br>Anna Guzanová,<br>Ihor Okipnyi,<br>Jakub Brezina,<br>Marek Vojtko.<br>(2021). Application of<br>sandwich composites in<br>car construction.<br>Composites: Mechanics,<br>Computations,<br>Applications, An<br>International Journal |

|       |                            |                              |                                    |   |    |  |   |
|-------|----------------------------|------------------------------|------------------------------------|---|----|--|---|
|       |                            |                              |                                    |   |    | <p>12(4):pp. 63–84.<br/> 4. Патент на корисну модель № 141072.<br/> СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ БЕЗПЕКИ НА ПЕРЕХРЕСТІ / Дзюра Володимир Олексійович (UA); Окіпний Ігор Богданович (UA); Гаврон Надія Богданівна (UA / Заявлено 11.07.2019, Опубліковано 25.03.2020, Бюл. №6.<br/> 5. Навчально-методична праця для дистанційного навчання з дисципліни «Безпека життєдіяльності, основи охорони праці», сертифікат №237 від 19.11.2019 р.<br/> 6. Методичні вказівки до написання розділу «Безпека життєдіяльності, основи охорони праці» в кваліфікаційних роботах здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» / О.Я. Гурик, І.Б. Окіпний – Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2021. – 20 с.</p> |   |
| 90344 | Корольок Тетяна Миколаївна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Тернопільська академія народного господарства, рік закінчення: 2001, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом доктора філософії ДК 030980, виданий 15.12.2005, Диплом кандидата наук ДК 030980, виданий 15.12.2005, Атестат доцента 12ДЦ 019547, виданий 03.07.2008</p> | 18 | Бухгалтерський облік та звітність в управлінні підприємством   | <p>Кандидат економічних наук, спеціальність 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз і аудит», 2005 р. Дисертаційне дослідження на тему: «Облік власного капіталу й аналіз його впливу на інвестиційну привабливість акціонерних товариств». Виконавець наукового проекту «Теорія та методологія бухгалтерського обліку суб'єктів ринку в умовах цифрової економіки» (2021-2024рр.) та науково-дослідної роботи ВК-49-15 «Концепція трансформації системи утворюючих факторів в бухгалтерському обліку: теоретико-методичний аспект» (2015-2018 рр.). Керівник наукових кафедральних тем ВК-29-09 «Розробка системи новітніх технологій управління фінансами суб'єктів господарювання» (2010-2012 рр.) та ВК-28-09 «Дослідження методології й</p> |

організації національної системи обліку, аналізу й аудиту в Україні» (2010-2011 рр.).  
Член редакційної колегії наукового видання «Галицький економічний вісник», включеного до переліку наукових фахових видань України (2010-2014 рр.).  
Член Міжнародної громадської організації «Рада незалежних бухгалтерів та аудиторів».

У 2021 році взяла участь у вебінарах «Цифрові інструменти Google для організації ефективного зворотнього зв'язку між учасниками освітнього процесу під час дистанційного навчання» (0,07 кредити ECTS, 2 години) (сертифікат №В-0121-2672 від 08.01.2021 р.). У 2021 році пройшла підвищення кваліфікації на базі БУ «Житлобуд-2» ТОВ «Тернопільбуд». Строк стажування з 22.03.2021 по 16.05.2021 року (довідка від 20.05.2021 р. № 9). У 2020 році пройшла підвищення кваліфікації і була учасником тренінгів у рамках проекту «Цифрова грамотність освітян» (22 год.) (сертифікат від 20.10.2020 р.). Підготувала переможців I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Облік і оподаткування»: студент-магістр Харчук І.І. (2 місце), 2016 р.; студент-бакалавр Осадчук М.А. (2 місце), 2017 р.; студент-бакалавр Романюк М.О. (2 місце), 2018 р.; студент-бакалавр Моряк Т.В. (1 місце), 2019 р.; студент-бакалавр Наконечна Х.І. (2 місце), 2019 р.; студент-бакалавр Дмитрів У.І. (1 місце), 2020 р.; студент-бакалавр Гогусь С. (2 місце), 2021 р.

Підготувала переможців I етапу Всеукраїнського

|        |                             |                              |                                    |   |    |  |  |
|--------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------|---|----|--|--|
|        |                             |                              |                                    |   |    | <p>конкурсу наукових робіт зі спеціальності «Облік і оподаткування»: студент-бакалавр Шкільник І. (2 місце), 2021 р., студент-бакалавр Рапа Н. (1 місце), 2022 р.</p> <p>Основні публікації за тематикою дисципліни:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Королюк Т., Рапа Н. Діджиталізація документообігу на підприємстві: особливості сервісного забезпечення. Галицький економічний вісник. 2022. Том 75. № 2. С. 37-45.</li> <li>2. Королюк Т., Рапа Н. Діджиталізація документообігу: законодавчі аспекти, переваги та недоліки, ефективність впровадження. Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 270-280. URL: <a href="http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21ktmnev.pdf">http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21ktmnev.pdf</a>.</li> <li>3. Королюк Т., Винник Т. Наукові погляди щодо ролі бухгалтерського обліку в управлінні ризиками. Галицький економічний вісник. 2019. Том 57. № 2. С. 142–152.</li> </ol> |  |
| 142193 | Семенюк Світлана Богданівна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Інститут економіки і підприємництва, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 049898, виданий 03.12.2008, Атестат доцента 12ДЦ 033197, виданий 30.11.2012</p> | 16 | Введення в спеціальність   | <p>Кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Доцент кафедри промислового маркетингу. Член Української асоціації маркетингу (Сертифікат №578 від 31.03.2021р.). Виконавець науково-дослідних тем ТНТУ: «Використання маркетингових інструментів для забезпечення сталого розвитку суб'єктів приватного неприбуткового сектору» (№ держреєстрації 0114U001309) та «Формування механізму ефективного регулювання та управління економічною діяльністю підприємств» (№ держреєстрації</p> |

0113U007514).  
Досвід практичної роботи (2005-2007рр – менеджер з маркетингу ПВНЗ «Інститут економіки та підприємництва» та 2009-2016рр - заступник директора з маркетингу Центру доузівської підготовки ТНТУ ім. І.Пулюя (за сумісництвом)  
У 2018 році пройшла сертифікацію інтерактивного навчального курсу для системи дистанційного навчання ТНТУ з дисципліни «Введення в спеціальність» (Сертифікат №0221 від 15.03.2018р).  
Учасник форуму «Інновації в освіті, бізнесі, ІТ та культурі: світогляд та практичні кейси» (сертифікат ПК-К 21-02/207 від 25.02.2021)  
У 2021 році успішно опанувала цикл вебінарів «Інструменти фасилітації для проведення ефективних навчальних заходів в онлайн-форматі». (Сертифікат №0916/21р).  
У 2022 році пройшла Міжнародну програму підвищення кваліфікації від International Historical Biographical Institute»  
Основні публікації за тематикою дисципліни:  
1. Семенюк С. Ефективний пошук покупців – основа бізнесу. Галицький економічний вісник, 2018. Том 55. №2. С.98-106  
2. Семенюк С.Б. Управління в сфері продажів: інноваційні рішення щодо роботи з інформацією про клієнтів // Матеріали III Регіональної студентської науково-практичної конференції «Тенденції та перспективи розвитку маркетингу як основи конкурентоспроможності українських підприємств на європейському ринку», 25 квітня 2018, С.49-52  
3. Семенюк С.Б.,

|        |                            |                              |                                    |  |    |  |  |
|--------|----------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|----|--|--|
|        |                            |                              |                                    |  |    | <p>Фалович В.А. Сучасні тенденції використання маркетингу в діяльності підприємств. Маркетинг і цифрові технології, 2020. Том 4, №1. С.61-73</p> <p>4. Семенюк С. Діджиталізація процесу управління маркетингом підприємства. Соціально-економічні проблеми та держава. 2022. - URL: <a href="https://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22ssbump.pdf">https://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22ssbump.pdf</a></p> |  |
| 120787 | Оксентюк Богдана Андріївна | Доцент, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2006, спеціальність: 7.050108 Маркетинг, Диплом доктора філософії ДК 019182, виданий 23.09.2008, Диплом кандидата наук ДК 019182, виданий 11.06.2003, Атестація доцента ДЦ 009787, виданий 16.12.2004</p> | 22 | Екомаркетинг   | <p>Кандидат економічних наук, Вчене звання доцента кафедри маркетингу на виробництві (нині кафедра промислового маркетингу) Сертифікація електронного навчального курсу для системи електронного навчання в ТНТУ (сертифікат №0157 від 30.10.2014 р.); Підвищення кваліфікації на тему: 1. Тренінг-інтенсив розвитку soft- та hard-skills у викладачів (Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 28.11.2018 р. – 21.06.2019 р.); 2. Інтерактивний освітній простір у сучасній школі: місія здійснення (Тернопіль, Тернопільський національний економічний університет, 12-13 березня 2020 р.); 3. За програмою «Освітні, педагогічні технології» на базі навчально-наукового інституту новітніх освітніх технологій ЗУНУ 27.12.2021-31.12.2021 р.; 4. Participation in the I INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE «BUSINESS TRANSFORMATION FOR SUSTAINABLE FUTURE: RESEARCH, DIGITALIZATION AND INNOVATIONS» (ICBuTS 2021) Certificate № 0492 18 Hours - 0,6 Credit ECTS October, 28-29, 2021.</p> |



5. Participation in the II INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE «BUSINESS TRANSFORMATION FOR SUSTAINABLE FUTURE: RESEARCH, DIGITALIZATION AND INNOVATIONS» (ICBuTS 2022) Certificate № 1098 (18 Hours - 0,6 Credit ECTS) November, 23-24, 2022

6. Стажування на підприємстві «Маркетингові технології ПБС» з 06.05.2021 по 25.06.2021. Довідка про стажування №48-02 від 29.06.2021. Обсяг 180 годин – 6 кредитів ECTS.

Публікації, що відповідають профілю дисципліни:

1. Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції / В.А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б., 2021. 351 с. (розділ Просування соціального потенціалу зеленого туризму та його результативність: вітчизняний та зарубіжний досвід. – С. 123-155).
2. Оксентюк Б. Сучасні методи оцінки та маркетингового забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / Богдана Оксентюк // Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 482-490.
3. Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки та маркетингу / В.А. Фалович [та ін.] ; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2020 179 с. (розділ Оксентюк Б.А. Екологічна сертифікація та екологічний аудит як напрямки екологічного маркетингу. – С.87-98).
4. Оксентюк Б. Екологічний маркетинг: необхідність виникнення, поняття,

|        |                       |  |   |    |                 |  |
|--------|-----------------------|--|---|----|-----------------|--|
|        |                       |  |   |    |                 | <p>характеристика / Б. Оксентюк // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих учених «Соціально-економічні аспекти розвитку економіки». Тернопіль, ТНТУ, 2017 (27-28 квітня). С. 55-57.</p> <p>5.Оксентюк Б. А. Поняття екологічного маркетингу / Б. А. Оксентюк // Державне управління і національна безпека: зб. матеріалів I Міжнар. наук.-практ. конф. (29 вересня 2016 р.). К., 2016. С. 76-79 (124 с.).</p>  |
| 139945 | Крива Надія Романівна | Старший викладач, Основне місце роботи | Факультет комп'ютерно-інформаційних систем і програмної інженерії | 29 | Вища математика | <p>Кваліфікація: математик, викладач, Львівський державний університет імені Івана Івана Франка, 1988, диплом з відзнакою ЗВ № 813400.</p> <p>Стажування: Тернопільський національний економічний університет (на кафедрі економічної кібернетики та інформатики) в період з 28.11.19 по 27.12.2019 р.</p> <p>Матеріали стажування використано при викладанні дисципліни.</p> <p>Основні публікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Boyko, A., Kryva, N. Shear deformation of compressed elastic-plastic arrays with collinear systems of cracks, 2021, 3039, pp. 280–284</li> <li>2. Гашин Н.Б., Крива Н.Р., Семенишин Г.М. Хмарні технології-інструмент навчання online // V Міжнародна науково-методична конференція актуальні питання організації навчання іноземних студентів в Україні присвячена 60-річчю ТНТУ імені Івана Пулюя, ТНТУ, 2020, с. 101-102 .</li> <li>3. Гашин Н.Б., Семенишин Г.М., Крива Н.Р. Охолодження диска при посадці на вал. Матеріали VIII науково-технічної конференції «Інформаційні моделі, системи та</li> </ol> |

технології», ТНТУ, 2020, с. 18.

4. Кривень В., Бойко А., Крива Н., Валяшек В. Пружна антиплоска задача для півпростору з включенням із однобічним контактом. Матеріали Міжнародної науково-технічної конференції «Фундаментальні та прикладні проблеми сучасних технологій до 60-річчя з дня заснування Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя та 175-річчя з дня народження Івана Пулюя, ТНТУ, 2020, с.131.

5. Кривень Василь, Бойко Андрій, Крива Надія, Блашак Наталя Зсувне пластичне відшаровування жорсткого прямокутного включення. Міжнародна науково-практична конференція «Інформаційні технології та комп'ютерне моделювання», Прикарпатський національний університет, т.1, 2019, с. 333-336.

6. Блашак Н, Крива Н. Аналітичний розв'язок пружної антиплоскої задачі для півпростору з однобічно відшарованим включенням. Матеріали Міжнародної науково-технічної конференції «Фундаментальні та прикладні проблеми сучасних технологій», ТНТУ, 2018.

7. Крива Н.Р., Цимбалюк Л.І. Зсувне пластичне відшаровування жорсткого півнескінченного включення сталої висоти, Матеріали V науково-технічної конференції «Інформаційні моделі, системи та технології», ТНТУ, 2018.

8. Кривень В.А., Цимбалюк Л.І., Крива Н.Р. Двоперіодична задача про пластичне відшаровування жорстких волокон ромбічного перерізу,

|        |                                 |                                       |  |   |    |              |   |
|--------|---------------------------------|---------------------------------------|--|---|----|--------------|---|
|        |                                 |                                       |  |   |    |              | Прикарпатський вісник НТШ, 2017, с.119-125.   |
| 304211 | Різник<br>Наталія<br>Михайлівна | Доцент,<br>Основне<br>місце<br>роботи | Факультет<br>економіки та<br>менеджменту | Диплом<br>магістра,<br>Тернопільськи<br>й<br>національний<br>педагогічний<br>університет<br>імені<br>Володимира<br>Гнатюка, рік<br>закінчення:<br>2007,<br>спеціальність:<br>010103<br>Педагогіка і<br>методика<br>середньої<br>освіти.<br>Математика,<br>Диплом<br>магістра,<br>Тернопільськи<br>й державний<br>технічний<br>університет<br>імені Івана<br>Пулюя, рік<br>закінчення:<br>2007,<br>спеціальність:<br>050108<br>Маркетинг,<br>Диплом<br>кандидата наук<br>ДК 002761,<br>виданий<br>22.12.2011,<br>Атестат<br>доцента АД<br>011198,<br>виданий<br>09.08.2022 | 13 | Економетрика | Кандидат економічних наук. Доцент кафедри економічної кібернетики<br>Брала участь у виконанні науково дослідної теми «Розробка концепції забезпечення економічної безпеки в умовах глобалізації світової економіки, 2014 (ДР 0113U007516); керівниця науково-дослідної теми «Аналіз кон'юнктури ринку житлового будівництва в м.Тернопіль» (№ 496-21) 2021 р.; брала участь у виконанні науково-дослідної теми «Дослідження та економіко-математичне моделювання розвитку ринку рекламно-сувенірної продукції в Тернопільській області» (№ 515-21) 2021 р.<br>Успішно пройшла міжнародне стажування з 1 по 26 березня 2021 р. в Краківському економічному університеті (Польща) на тему «Нові то інноваційні методи навчання» обсягом 120 год (Сертифікат NR 2686)<br>Розробила та успішно сертифікувала електронний курс «Економетрика» (Сертифікат № ДН 0102, 2011 р.).<br>Брала участь у 21 конференції (за профілем кафедри).<br>Основні публікації за тематикою дисципліни:<br>1. Різник Н. Моделювання конкурентоспроможності торговельного підприємства на основі економетричного підходу [Електронний ресурс] / Наталія Різник, Олена Берестецька, Неля Іваськів // Соціально-економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С. 533-540.<br>Режим доступу: <a href="http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21rnmoeep.pdf">http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21rnmoeep.pdf</a> |

|        |                              |   |                                    |   |    |   |   |
|--------|------------------------------|---|------------------------------------|---|----|---|---|
|        |                              |   |                                    |   |    | <p>2. Різник Н. Аналіз динаміки страхового ринку національної економіки та визначення основних кластерів інструментарієм економіко-математичного моделювання [Текст] / Н. Різник, С. Гарматій, А. Макогон // Галицький економічний вісник. Т. : ТНТУ, 2019. Том 60. № 5. С. 27–39.</p> <p>3. Riznyk N. Economic analysis of activities of companies of Ukraine and Poland and clusterisation of the insurance market of the national economy /N. Garmatiy, N. Riznyk, S. Garmatiy // Business Risk in Changing Dynamics of Global Village 2: monograph. – Poland, Publishing House of University of Applied Sciences in Nysa, 2019. P. 244-253.</p> |   |
| 144307 | Дмитрів Дмитро Володимирович | Завідувач кафедри, Основне місце роботи | Факультет економіки та менеджменту | <p>Диплом спеціаліста, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, рік закінчення: 2003, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 012257, виданий 14.11.2001, Атестат доцента ДЦ 010370, виданий 17.02.2005</p> | 23 | Економіка підприємства  | <p>Кваліфікація: менеджер-економіст, диплом з відзнакою, Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя, спеціальність «Менеджмент організацій» 2003, Атестат доцента по кафедрі економіки виробничої діяльності, 2005 рік Стажування: у 2017-2018 роках пройшов підвищення кваліфікації на базі Львівського Національного університету ім. Івана Франка (на кафедрі економічної кібернетики). Довідка про стажування з 20 листопада 2017 р. по 20 січня 2018 р. відповідно до наказу від 13.11.2017 року № 13-1162.</p> <p>Основні публікації:</p> <p>1. Дмитрів Д.В. Обґрунтування чинників конкурентоспроможності підприємств дорожнього господарства на основі міжнародного досвіду / Дмитро Дмитрів, Олена Ковальчик, Олена Рогатинська // Галицький економічний вісник. Т.: ТНТУ, 2018. Том 55. № 2. С. 50–58.</p> <p>2. Business Riskin Changing Dynamics of</p> |

Global Village 2 (BRCDGV 2019): Monograph / Edited by Nataliia Maryn enko, Pradeep Kumar, Iryna Kramar. Nysa: Publishing Office University of Applied Sciences in Nysa, 2019. 514 p. ("Model of decision making in the formation of an individual tour" / Rohatynskii Roman, Dmytriv Dmytro, Dmytriv Olena, p. 312-318)

3. Rohatynskiy R., Harmatiy N., Fedyshyn I., Dmytriv D. Modeling the development of machine-building industry on the basis of the fuzzy set theory // Naukovyivisnyk NGU. 2020. № 2. p. 74-81.

4. Дмитрів Д.В., Дмитрів О.Р., Гарматій Н.М., Гарматій С.В. Моделювання впливу прямих інвестицій в Україну на дохід населення // Матеріали міжнародної наукової конференції „Іван Пулюй: життя в ім'я науки та України“ (до 175-ліття від дня народження), 28-30 вересня 2020 року. Т.: ФОП Паляниця В.А., 2020. С. 60–61.

5. Дмитрів Д.В., Андрущак П.С. Оцінка цифрових технологій міжнародних дорожніх автоперевезень // Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції „Цифрова економіка як фактор інноваційного розвитку суспільства“, 11 листопада 2020 року. Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2020. С. 116 -117.

6. Дмитрів Д. Підвищення економічної ефективності міжнародних вантажних автомобільних перевезень (на прикладі підприємств Тернопільської області) [Електронний ресурс] / Дмитро Дмитрів, Олена Дмитрів, Ярослав Гавриляк // Соціально- економічні проблеми і держава. 2021. Вип. 2 (25). С.

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  | <p>182-192.<br/>7. Дмитрів Д.В.,<br/>Дмитрів О.Р.,<br/>Денкевич М-М.М.<br/>Підвищення<br/>конкурентоспроможн<br/>ості вітчизняних<br/>підприємств сегменту<br/>міжнародних<br/>вантажних<br/>автоперевезень //<br/>Економіка, фінанси,<br/>менеджмент:<br/>актуальні питання<br/>науки і практики.<br/>Вінниця: 2021. № 2.<br/>С. 138-151.<br/>8. Дмитрів Д.В.,<br/>Дмитрів О.Р.<br/>Можливості та<br/>загрози діджиталізації<br/>міжнародних<br/>вантажних<br/>автомобільних<br/>перевезень // Тези<br/>доповідей II-ої<br/>міжнародної науково-<br/>практичної<br/>конференції<br/>„Цифрова економіка<br/>як фактор<br/>інноваційного<br/>розвитку суспільства“,<br/>2-3 грудня 2021 року.<br/>Тернопіль: ТНТУ ім. І.<br/>Пулюя, 2021. С. 33 -<br/>35.</p> |
|--|--|--|--|--|--|--|

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

| <b>Програмні результати навчання ОП</b>   | <b>ПРН відповідає результату навчання, визначеному стандартом вищої освіти (або охоплює його)</b> | <b>Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН</b> | <b>Методи навчання</b>   | <b>Форми та методи оцінювання</b>   |
|---|---|--|--|---|
| <i>Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</i> | <input checked="" type="checkbox"/>   | Історія та культура України                                | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проектів самостійно або в групах; словесні; наочні та практичні; самостійне навчання. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка виконаних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік та екзамен в кінці семестру, відповідно до навчального плану. |
|   |   | Економічний аналіз   | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |

|   |   |   |
|---|---|---|
| Економетрика                                  | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка практичних завдань; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
| Логістика                                     | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; виконання індивідуальних завдань, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Інфраструктура товарного ринку                | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
| Інформаційний маркетинг                       | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота, написання курсової роботи, самонавчання, консультування. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| Інтернет-маркетинг                            | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік.   |
| Українська мова (за професійним спрямуванням) | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; словесні; наочні та практичні; змішане навчання із розв'язанням ситуаційних завдань; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та завдань, ін.);<br>- підсумковий контроль: залік та екзамен в кінці семестру, відповідно до навчального плану.               |
| Введення в                                    | Студентоцентроване та   | Форми і методи оцінювання:  |



|   |  |   |
|---|--|---|
| спеціальність                                 | проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.   | - поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.   |
| Філософія                                     | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); тренінгові завдання; самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.   |
| Безпека життєдіяльності, основи охорони праці | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; комбінація лекційних та лабораторних (практичних) занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, робота в колективі, усне опитування, участь у дискусіях, використання наочних матеріалів.                         | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.   |
| Маркетинг промислового підприємства           | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.<br>Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| Економіка підприємства                        | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Маркетингова товарна політика                 | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль:  |

|   |   |  |
|---|---|--|
|   |   | екзамен в кінці семестру.  |
| Вступ до фаху                                 | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
| Тренінгові технології особистісного зростання | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.                |
| Фінанси                                       | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; виконання завдань, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| Психологія і соціологія                       | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; оцінювання результатів виконаних практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); тренінгові завдання; самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру. |
| Організаційно-економічна                      | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
| Виробнича                                     | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
| Професійно-орієнтована                        | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
| Макро- та мікроекономіка                      | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій самостійно або в групах; розв'язання ситуаційних завдань; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| Маркетингове планування                       | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна  |

|   |                                     |   |   |   |
|---|-------------------------------------|---|---|---|
|   |                                     |   | занять із виконанням індивідуального завдання, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання.   | робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
|   |                                     | Іноземна мова професійного спрямування        | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; словесні; наочні та практичні; змішане навчання із розв'язанням ситуаційних завдань; самостійне навчання.                    | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, тексти та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік чи екзамен в кінці семестру відповідно до навчального плану.                            |
|   |                                     | Вища математика                               | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; індивідуальні завдання; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці кожного семестру.  |
|   |                                     | Менеджмент                                    | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
|   |                                     | Економічна теорія                             | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| <i>Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</i> | <input checked="" type="checkbox"/> | Техноекологія та цивільна безпека             | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
|   |                                     | Українська мова (за професійним спрямуванням) | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; словесні; наочні та практичні; змішане навчання із розв'язанням ситуаційних завдань; самостійне навчання.                    | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та завдань, ін.);<br>- підсумковий контроль: залік та екзамен в кінці семестру, відповідно до навчального плану. |

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Філософія               | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); тренінгові завдання; самостійна робота.                                | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.   |
| Комерційна справа       | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Екомаркетинг            | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
| Економіка підприємства  | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Інформаційний маркетинг | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота, написання курсової роботи, самонавчання, консультування. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| Логістика               | Студентоцентроване;   | Форми і методи оцінювання:  |

|                            |  |  |
|----------------------------|--|--|
|                            | проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; виконання індивідуальних завдань, самостійне навчання.  | - поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                            |
| Маркетингове планування    | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням індивідуального завдання, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру. |
| Маркетингове ціноутворення | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                     |
| Менеджмент                 | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                     |
| Організаційно-економічна   | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.  | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
| Виробнича                  | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.  | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
| Професійно-орієнтована     | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.  | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
| Введення в спеціальність   | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.                                      |

|  |   |                         |   |   |
|--|---|-------------------------|---|---|
|  |   | Економічна теорія       | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                          |
|  |   | Психологія і соціологія | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; оцінювання результатів виконаних практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); тренінгові завдання; самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.                          |
|  |   | Економічний аналіз      | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                          |
| <i>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</i> | ☒ | Логістика               | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; виконання індивідуальних завдань, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
|  |   | Професійно-орієнтована  | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.   |
|  |   | Екомаркетинг            | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.                            |
|  |   | Інформаційний маркетинг | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);   |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
|   |   |   | завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.                             | - підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік.  |
|   |   | Маркетинг промислового підприємства           | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.<br>Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
|   |   | Маркетингова товарна політика                 | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
|   |   | Маркетингове планування                       | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням індивідуального завдання, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.                              |
|   |   | Тренінгові технології особистісного зростання | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.   |
| <i>Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</i> | ☒ | Історія та культура України                   | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; словесні; наочні та практичні; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка виконаних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік та екзамен в кінці семестру, відповідно до навчального плану.         |
|   |   | Психологія і соціологія                       | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; оцінювання результатів виконаних практичних робіт;  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   | студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); тренінгові завдання; самостійна робота.   |   |
| Техноекологія та цивільна безпека             | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; самостійна робота.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.    |
| Філософія                                     | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); тренінгові завдання; самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.                 |
| Безпека життєдіяльності, основи охорони праці | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; комбінація лекційних та лабораторних (практичних) занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, робота в колективі, усне опитування, участь у дискусіях, використання наочних матеріалів.                         | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.                   |
| Екомаркетинг                                  | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.                           | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.    |
| Комерційна справа                             | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |



|   |                                     |   |  |   |
|---|-------------------------------------|---|--|---|
|   |                                     |   | обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  |   |
| <p><i>P18.<br/>Демонструвати відповідність ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</i></p> | <input checked="" type="checkbox"/> | Економічна теорія                             | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
|   |                                     | Іноземна мова професійного спрямування        | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; словесні; наочні та практичні; змішане навчання із розв'язанням ситуаційних завдань; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, тексти та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік чи екзамен в кінці семестру відповідно до навчального плану.                            |
|   |                                     | Історія та культура України                   | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; словесні; наочні та практичні; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка виконаних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік та екзамен в кінці семестру, відповідно до навчального плану.         |
|   |                                     | Техноекологія та цивільна безпека             | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; самостійна робота.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
|   |                                     | Українська мова (за професійним спрямуванням) | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; словесні; наочні та практичні; змішане навчання із розв'язанням ситуаційних завдань; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та завдань, ін.);<br>- підсумковий контроль: залік та екзамен в кінці семестру, відповідно до навчального плану. |
|   |                                     | Безпека життєдіяльності, основи охорони праці | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; комбінація лекційних та лабораторних (практичних) занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, робота в колективі, усне опитування, участь у дискусіях, використання наочних матеріалів. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.   |
|   |                                     |   |  |   |

|  |                                     |   |  |  |
|--|-------------------------------------|---|--|--|
|  |                                     | Філософія                                     | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); тренінгові завдання; самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.  |
|  |                                     | Тренінгові технології особистісного зростання | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.  |
|  |                                     | Вступ до фаху                                 | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.  | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
|  |                                     | Екомаркетинг                                  | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.                           | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.                           |
| <i>P17.<br/>Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземними мовами, а також належного використання професійної термінології.</i> | <input checked="" type="checkbox"/> | Іноземна мова професійного спрямування        | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; словесні; наочні та практичні; змішане навчання із розв'язанням ситуаційних завдань; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, тексти та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік чи екзамен в кінці семестру відповідно до навчального плану. |
| <i>P11.<br/>Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта</i>                                       | <input checked="" type="checkbox"/> | Тренінгові технології особистісного зростання | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.  |

|                                 |   |   |
|---------------------------------|---|---|
| Фінанси                         | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; виконання завдань, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Виробнича                       | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.   |
| Професійно-орієнтована          | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.   |
| Психологія і соціологія         | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; оцінювання результатів виконаних практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); тренінгові завдання; самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
| Філософія                       | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); тренінгові завдання; самостійна робота.                        | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.                 |
| Інфраструктура товарного ринку  | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.    |
| Маркетингова політика розподілу | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування; презентації; виконання практичних завдань; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |

|   |   |                            |   |  |
|---|---|----------------------------|---|--|
|   |   |                            | (дискусії); самостійна робота.  |  |
|   |   | Маркетингове ціноутворення | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
|   |   | Менеджмент                 | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.                                       | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| <i>Р1.<br/>Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності</i> | ☒ | Виробнича                  | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування  | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
|   |   | Введення в спеціальність   | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.                  |
|   |   | Екомаркетинг               | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.     |
|   |   | Інтерактивний маркетинг    | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |

|                                     |   |   |
|-------------------------------------|---|---|
|                                     | дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота  |   |
| Інформаційний маркетинг             | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота, написання курсової роботи, самонавчання, консультування. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру, захист курсової роботи, диференційований залік     |
| Маркетинг                           | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру, захист курсової роботи, диференційований залік     |
| Маркетинг промислового підприємства | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.<br>Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| Маркетингова політика розподілу     | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування; презентації; виконання практичних завдань; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Маркетингова товарна політика       | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Маркетингове планування             | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням індивідуального завдання, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі,  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт, індивідуальних завдань та ін.);   |

|  |   |   |  |   |
|--|---|---|--|---|
|  |   |   | самостійне навчання  | - підсумковий контроль:<br>залік в кінці семестру.  |
|  |   | Маркетингові комунікації                      | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті комунікативні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру |
|  |   | Тренінгові технології особистісного зростання | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.                 |
|  |   | Організаційно-економічна                      | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік..  |
|  |   | Вступ до фаху                                 | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.   |
|  |   | Комерційна справа                             | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. | ☒ | Введення в спеціальність                      | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.                 |
|  |   | Екомаркетинг                                  | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.    |

|                                 |   |   |
|---------------------------------|---|---|
|                                 | виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  |   |
| Інтерактивний маркетинг         | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Інтернет-маркетинг              | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік.   |
| Інформаційний маркетинг         | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота, написання курсової роботи, самонавчання, консультування. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| Маркетинг                       | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| Маркетингова політика розподілу | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування; презентації; виконання практичних завдань; студентські презентації та виступи;   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль:   |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.   | екзамен в кінці семестру.   |
| Маркетингова товарна політика                                | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                          |
| Логістика  | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач; виконання індивідуальних завдань, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| Маркетингові комунікації                                     | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті комунікативні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                        |
| Маркетингове ціноутворення                                   | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                        |
| Тренінгові технології особистісного зростання                | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.   |
| Маркетингове планування                                      | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням індивідуального завдання, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.    |
| Бухгалтерський облік та звітність в управлінні підприємством | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                          |



|  |                          |                                |  |  |
|--|--------------------------|--------------------------------|--|--|
| <p><i>P19. Застосовувати маркетинговий інноваційний підхід до управління суб'єктом господарювання та забезпечувати підвищення його конкурентоспроможності в цифровій економіці</i></p> | <input type="checkbox"/> | <p>Інформаційний маркетинг</p> | <p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.</p> | <p>Форми і методи оцінювання:<br/>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br/>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік.</p> |
|  |                          | <p>Інтерактивний маркетинг</p> | <p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.</p>  | <p>Форми і методи оцінювання:<br/>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br/>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.</p>   |
|  |                          | <p>Інтернет-маркетинг</p>      | <p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.</p>  | <p>Форми і методи оцінювання:<br/>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br/>- підсумковий контроль: залік.</p>   |
| <p><i>P20. Здатність приймати оптимальні рішення з використанням інтерактивних цифрових технологій</i></p>   | <input type="checkbox"/> | <p>Інтерактивний маркетинг</p> | <p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.</p>  | <p>Форми і методи оцінювання:<br/>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br/>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.</p>   |
|  |                          | <p>Інтернет-маркетинг</p>      | <p>Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та</p>  | <p>Форми і методи оцінювання:<br/>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br/>- підсумковий контроль: залік.</p>   |

|   |                                     |                                 |   |   |
|---|-------------------------------------|---------------------------------|---|---|
|   |                                     |                                 | обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.   |   |
|   |                                     | Інформаційний маркетинг         | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота, написання курсової роботи, самонавчання, консультування. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| <i>Р16. Відповідати вимогам, які висувуються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</i> | <input checked="" type="checkbox"/> | Філософія                       | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); тренінгові завдання; самостійна робота.                                | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.   |
|   |                                     | Екомаркетинг                    | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
|   |                                     | Інтерактивний маркетинг         | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
|   |                                     | Маркетингова політика розподілу | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі  |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | тестування; презентації; виконання практичних завдань; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Тренінгові технології особистісного зростання | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.   |
| Професійно-орієнтована                        | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.   |
| Інтернет-маркетинг                            | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік.   |
| Інформаційний маркетинг                       | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота, написання курсової роботи, самонавчання, консультування. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| Інфраструктура товарного ринку                | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
| Маркетинг                                     | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та   |

|  |                                     |   |  |   |
|--|-------------------------------------|---|--|---|
|  |                                     |   | аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.  | ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік.   |
|  |                                     | Маркетингова товарна політика                   | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| <i>Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень</i>   | <input checked="" type="checkbox"/> | Маркетингові дослідження                        | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням практичних завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| <i>Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</i> | <input checked="" type="checkbox"/> | Економетрика                                    | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка практичних завдань; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
|  |                                     | Інформаційні технології та основи програмування | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; оцінювання результатів виконаних практичних робіт; самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
|  |                                     | Інтерактивний маркетинг                         | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
|  |                                     | Інформаційний маркетинг                         | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування,                         |

|  |   |   |  |  |
|--|---|---|--|--|
|  |   |   | обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.   | диференційований залік.  |
|  |   | Маркетингова товарна політика                   | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                       |
|  |   | Маркетингове планування                         | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням індивідуального завдання, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру. |
|  |   | Інтернет-маркетинг                              | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік.  |
| <i>Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</i> | ☒ | Інформаційні технології та основи програмування | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; оцінювання результатів виконаних практичних робіт; самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.                         |
|  |   | Виробнича                                       | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
|  |   | Комерційна справа                               | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                      |
|  |   | Економіка підприємства                          | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване;   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль –  |

|   |                                     |                                 |   |   |
|---|-------------------------------------|---------------------------------|---|---|
|   |                                     |                                 | лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; самостійне навчання.  | аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: <b>екзамен в кінці семестру</b>  |
|   |                                     | Маркетингове планування         | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням індивідуального завдання, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: <b>залік в кінці семестру.</b>   |
|   |                                     | Маркетингове ціноутворення      | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: <b>екзамен в кінці семестру.</b>   |
|   |                                     | Маркетингові дослідження        | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням практичних завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.                  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: <b>екзамен в кінці семестру.</b><br>Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
|   |                                     | Маркетингові комунікації        | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті комунікативні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: <b>екзамен в кінці семестру.</b>   |
|   |                                     | Організаційно-економічна        | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.   |
|   |                                     | Професійно-орієнтована          | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.   |
|   |                                     | Маркетингова політика розподілу | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування; презентації; виконання практичних завдань; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: <b>екзамен в кінці семестру.</b>  |
| <i>P5. Виявляти і аналізувати ключові</i> | <input checked="" type="checkbox"/> | Маркетингові дослідження        | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна   |

|  |   |                          |  |  |
|--|---|--------------------------|--|--|
| характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів  |   |                          | занять із виконанням практичних завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.   | робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.<br>Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік.   |
|  |   | Професійно-орієнтована   | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.  | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
|  |   | Виробнича                | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.  | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
|  |   | Макро- та мікроекономіка | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій самостійно або в групах; розв'язання ситуаційних завдань; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Р4. Збирати і аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного й методичного інструментарію. | ☒ | Маркетингове планування  | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням індивідуального завдання, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.   |
|  |   | Маркетинг                | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.<br>Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
|  |   | Професійно-орієнтована   | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування.  | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
|  |   | Маркетингові комунікації | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті комунікативні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
|  |   | Статистика               | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |

|   |   |   |
|---|---|---|
| Макро- та мікроекономіка                        | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій самостійно або в групах; розв'язання ситуаційних завдань; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Інформаційні технології та основи програмування | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; оцінювання результатів виконаних практичних робіт; самостійна робота.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
| Економічний аналіз                              | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Вища математика                                 | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; індивідуальні завдання; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці кожного семестру.  |
| Інформаційний маркетинг                         | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота, написання курсової роботи, самонавчання, консультування. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| Економетрика                                    | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка практичних завдань; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
| Маркетингова товарна політика                   | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль:  |



|   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
|   |   |   |  | екзамен в кінці семестру.   |
|   |   | Менеджмент                                      | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
|   |   | Маркетингове ціноутворення                      | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
|   |   | Маркетингові дослідження                        | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням практичних завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.                             | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| <i>Рз. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу</i> | ☒ | Економетрика                                    | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка практичних завдань; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
|   |   | Вища математика                                 | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; індивідуальні завдання; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці кожного семестру.  |
|   |   | Економічний аналіз                              | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
|   |   | Інформаційні технології та основи програмування | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; оцінювання результатів виконаних   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   | практичних робіт;<br>самостійна робота   |  |
| Статистика  | Студентоцентроване;<br>проблемно-орієнтоване;<br>лекції та практичні роботи;<br>дискусії; підготовка<br>презентацій і проєктів,<br>розв'язання задач;<br>самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль –<br>аудиторна та самостійна<br>робота (тестування в системі<br>Atutor, а також опитування,<br>оцінка практичних робіт та<br>ін.);<br>- підсумковий контроль:<br>екзамен в кінці семестру. |
| Техноекологія та<br>цивільна безпека                | Студентоцентроване та<br>проблемно-орієнтоване<br>навчання.; поточне<br>опитування; модульне<br>тестування та опитування;<br>виконання практичних<br>робіт; студентські<br>презентації та виступи;<br>бесіди та обговорення<br>проблемних питань;<br>самостійна робота   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль –<br>аудиторна та самостійна<br>робота (тестування в системі<br>Atutor, а також опитування,<br>оцінка практичних робіт та<br>ін.);<br>- підсумковий контроль:<br>залік в кінці семестру.   |
| Безпека<br>життєдіяльності,<br>основи охорони праці | Студентоцентроване та<br>проблемно-орієнтоване<br>навчання.; комбінація<br>лекційних та лабораторних<br>(практичних) занять із<br>виконанням типових<br>завдань, які розвивають<br>особисті аналітичні<br>здібності та навички роботи<br>в колективі, самостійне<br>навчання, робота в<br>колективі, усне опитування,<br>участь у дискусіях,<br>використання наочних<br>матеріалів | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль –<br>аудиторна та самостійна<br>робота (тестування в системі<br>Atutor, а також опитування,<br>оцінка практичних робіт та<br>ін.);<br>- підсумковий контроль:<br>екзамен.                  |
| Економіка<br>підприємства                           | Студентоцентроване;<br>проблемно-орієнтоване;<br>лекції та практичні роботи;<br>дискусії; підготовка<br>презентацій і проєктів,<br>розв'язання задач;<br>самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль –<br>аудиторна та самостійна<br>робота (тестування в системі<br>Atutor, а також опитування,<br>оцінка практичних робіт та<br>ін.);<br>- підсумковий контроль:<br>екзамен в кінці семестру. |
| Введення в<br>спеціальність                         | Студентоцентроване та<br>проблемно-орієнтоване<br>навчання: поточне<br>опитування; модульне<br>тестування та опитування;<br>презентації результатів<br>виконаних домашніх<br>завдань; виконання<br>практичних робіт;<br>студентські презентації та<br>виступи; бесіди та<br>обговорення проблемних<br>питань; методи<br>дискусійного характеру<br>(дискусії); самостійна<br>робота | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль –<br>аудиторна та самостійна<br>робота (тестування в системі<br>Atutor, а також опитування,<br>оцінка практичних завдань<br>та ін.);<br>- підсумковий контроль:<br>екзамен.                |
| Екомаркетинг  | Студентоцентроване та<br>проблемно-орієнтоване<br>навчання: поточне<br>опитування; модульне<br>тестування та опитування;<br>презентації результатів<br>виконаних домашніх<br>завдань; виконання<br>практичних робіт;<br>студентські презентації та<br>виступи; бесіди та<br>обговорення проблемних<br>питань; методи<br>дискусійного характеру                                     | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль –<br>аудиторна та самостійна<br>робота (тестування в системі<br>Atutor, а також опитування,<br>оцінка практичних робіт та<br>ін.);<br>- підсумковий контроль:<br>залік в кінці семестру.   |

|                                     |   |   |
|-------------------------------------|---|---|
|                                     | (дискусії); самостійна робота   |   |
| Інтерактивний маркетинг             | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Маркетинг                           | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| Інформаційний маркетинг             | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Комерційна справа                   | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Маркетинг промислового підприємства | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.<br>Виступ, усне опитування, диференційований залік.                               |
| Маркетингова політика розподілу     | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | тестування; презентації; виконання практичних завдань; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота  | Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Маркетингова товарна політика                                | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Маркетингові комунікації                                     | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням типових завдань, які розвивають особисті комунікативні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання   | поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                                 |
| Бухгалтерський облік та звітність в управлінні підприємством | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Менеджмент   | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| Фінанси  | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; виконання завдань, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Виробнича  | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
| Професійно-орієнтована                                       | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування   | Усне опитування, захист звіту з практики, диференційований залік.  |
| Інтернет-маркетинг   | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна  |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
|   |   |   | опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота | робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік.   |
|   |   | Маркетингове планування                       | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням індивідуального завдання, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.    |
|   |   | Тренінгові технології особистісного зростання | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота      | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.   |
| <i>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності</i> | ☒ | Маркетингове ціноутворення                    | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.                        |
|   |   | Маркетингове планування                       | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням індивідуального завдання, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.    |
|   |   | Логістика                                     | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів, розв'язання задач; виконання індивідуальних завдань, самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять, індивідуальних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
|   |   | Інфраструктура товарного ринку                | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проектів самостійно або в групах; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.                            |
|   |   | Філософія                                     | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль –   |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | навчання; поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); тренінгові завдання; самостійна робота                   | аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен.   |
| Вища математика  | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; індивідуальні завдання; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці кожного семестру.  |
| Екомаркетинг   | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
| Бухгалтерський облік та звітність в управлінні підприємством | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Маркетингові дослідження                                     | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням практичних завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, виступ, усне опитування, диференційований залік. |
| Економіка підприємства                                       | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; самостійне навчання  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Маркетингові комунікації                                     | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням типових завдань, які   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування,  |

|                               |  |  |
|-------------------------------|--|--|
|                               | розвивають особисті комунікативні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання   | оцінка практичних завдань та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Професійно-орієнтована        | Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, написання звіту з практики, самонавчання, консультування   | Атестаційний екзамен: публічно перед екзаменаційною комісією.  |
| Маркетингова товарна політика | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| Статистика                    | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| Фінанси                       | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; виконання завдань, самостійне навчання.                                 | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| Макро- та мікроекономіка      | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка презентацій самостійно або в групах; розв'язанням ситуаційних завдань; самостійне навчання. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| Економічна теорія             | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів самостійно або в групах; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| Економічний аналіз            | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. |
| Економетрика                  | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка практичних завдань; самостійне навчання.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.   |

*Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцями і нефахівцями у сфері маркетингу, представниками різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.*



|  |   |   |
|--|---|---|
| Економетрика   | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; робота в малих групах; дискусії; підготовка практичних завдань; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: залік в кінці семестру.  |
| Бухгалтерський облік та звітність в управлінні підприємством | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач; самостійне навчання.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.  |
| Інформаційний маркетинг                                      | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації результатів виконаних домашніх завдань; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота, написання курсової роботи, самонавчання, консультування. | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| Маркетинг промислового підприємства                          | Студентоцентроване; проблемно-орієнтоване; лекції та практичні роботи; дискусії; підготовка презентацій і проєктів, розв'язання задач, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік.                  |
| Маркетингова політика розподілу                              | Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування; презентації; виконання практичних завдань; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.   | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних занять та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.   |
| Маркетингові дослідження                                     | Студентоцентроване навчання, комбінація лекційних та практичних занять із виконанням практичних завдань, які розвивають особисті аналітичні здібності та навички роботи в колективі, самостійне навчання, написання курсової роботи, самонавчання, консультування.  | Форми і методи оцінювання:<br>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних робіт та ін.);<br>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру. Захист курсової роботи, усне опитування, диференційований залік. |
| Менеджмент   | Студентоцентроване та   | Форми і методи оцінювання:  |



|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | <p>проблемно-орієнтоване навчання: поточне опитування; модульне тестування та опитування; презентації; виконання практичних робіт; студентські презентації та виступи; бесіди та обговорення проблемних питань; методи дискусійного характеру (дискусії); самостійна робота.</p> | <p>- поточний контроль – аудиторна та самостійна робота (тестування в системі Atutor, а також опитування, оцінка практичних завдань та ін.);<br/>- підсумковий контроль: екзамен в кінці семестру.</p> |
|--|--|--|--|