НАЦІОНАЛЬНЕ АГЕНТСТВО ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

# ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

| | |
|---|---|
| Заклад вищої освіти | **Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет"** |
| Освітня програма | **50749 Маркетинг** |
| Рівень вищої освіти | **Доктор філософії** |
| Спеціальність | **075 Маркетинг** |

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

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

*Використані скорочення:*

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

## Загальні відомості

### 1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

| | |
|---|---|
| Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО | **228** |
| Повна назва ЗВО | **Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет"** |
| Ідентифікаційний код ЗВО | **24366800** |
| ПІБ керівника ЗВО | **Тимошенко Олена Іванівна** |
| Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО | **http://www.e-u.edu.ua/** |

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

https://registry.edbo.gov.ua/university/228

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

| | |
|---|---|
| ID освітньої програми в ЄДЕБО | **50749** |
| Назва ОП | **Маркетинг** |
| Галузь знань | **07 Управління та адміністрування** |
| Спеціальність | **075 Маркетинг** |
| Спеціалізація (за наявності) | *відсутня* |
| Рівень вищої освіти | **Доктор філософії** |
| Тип освітньої програми | **Освітньо-наукова** |
| Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня) | **Магістр (ОКР «спеціаліст»)** |
| Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП | **Кафедра маркетингу** |
| Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП | **Відділ аспірантури та докторантури, кафедра соціально-гуманітарних дисциплін, кафедра іноземної філології та перекладу,** |
| Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП | **Бульвар Академіка Вернадського, 16-В, Київ, 03115, Україна** |
| 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 | **432722** |
| ПІБ гаранта ОП | **Овсієнко Наталія Василівна** |
| Посада гаранта ОП | **завідувач** |
| Корпоративна електронна адреса гаранта ОП | **nataliia.ovsiienko@e-u.edu.ua** |
| Контактний телефон гаранта ОП | **+38(099)-228-67-00** |
| Додатковий телефон гаранта ОП | *відсутній* |

| Форми здобуття освіти на ОП | Термін навчання |
|---|---|
| очна денна | 4 р. 0 міс. |
| заочна | 4 р. 0 міс. |

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

Освітньо-наукова програма підготовки докторів філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» була вперше розроблена у Приватному вищому навчальному закладі «Європейський університет» у 2022 році відповідно до вимог Закону України «Про вищу освіту» та стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (наказ МОН України № 313 від 7 квітня 2022 р.). Програма створювалася з урахуванням потреб розвитку маркетингової науки та практики, а також суспільного запиту на підготовку дослідників, здатних генерувати нові знання у сфері маркетингу, формувати науково обґрунтовані маркетингові стратегії, розробляти сучасні моделі управління брендами та здійснювати експертно-аналітичний супровід ринкових і комунікаційних процесів.
Початковий варіант ОНП було погоджено та затверджено Вченою радою ПВНЗ «Європейський університет», після чого відкрито набір до аспірантури. У 2023–2025 роках програма оновлювалася відповідно до нормативних змін, результатів внутрішнього моніторингу, рекомендацій здобувачів, викладачів, наукових керівників та стейкхолдерів. Зміни стосувалися оптимізації навчального плану, розширення вибіркових дисциплін, уточнення компетентностей і програмних результатів навчання, а також актуалізації напрямів наукових досліджень у сфері цифрового маркетингу, брендингу, маркетингових комунікацій, поведінки споживачів та управління взаємовідносинами з клієнтами.
Подальші кроки щодо модернізації були пов'язані з інтеграцією вимог державних стандартів, Положення про акредитацію освітніх програм (наказ МОН України від 15.05.2024 № 686), а також роз'яснень НАЗЯВО щодо їх застосування. Було проведено консультації з представниками академічної спільноти, роботодавцями, випускниками, а також із зовнішніми експертами у сфері маркетингу, брендингу, digital-комунікацій та маркетингових досліджень. Удосконалено формулювання мети та завдань програми, посилено міждисциплінарність, розроблено нові механізми внутрішнього забезпечення академічної доброчесності та підвищено прозорість критеріїв оцінювання дисертаційних досліджень.
У 2025 році освітньо-наукову програму було затверджено Вченою радою ЄУ (протокол №9 від 01.09.2025 р.) та введено в дію наказом ректора від 01.09.2025 р., вона передбачає поєднання освітнього та наукового компонентів у пропорції 30:70, що відповідає чинним нормативним вимогам. Програма спрямована на розвиток дослідницьких, аналітичних і управлінських компетентностей аспірантів, формування soft skills, академічну мобільність та активне залучення здобувачів до сучасних досліджень у сфері стратегічного маркетингу, цифрової трансформації бізнесу, поведінкової економіки, брендингу та маркетингових інновацій.
Сьогодні ОНП «Маркетинг» є результатом системної співпраці науково-педагогічних працівників, керівництва університету, гаранта програми та стейкхолдерів. Вона спрямована на забезпечення високої якості підготовки докторів філософії у сфері маркетингу, здатних ефективно реагувати на сучасні виклики науки і практики та сприяти конкурентоспроможності бізнесу й економічному розвитку держави.

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

| Рік навчання | Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання | Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році | Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року | | У тому числі іноземців | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | *ОД* | *З* | *ОД* | *З* |
| 1 курс | 2025 - 2026 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 курс | 2024 - 2025 | 10 | 7 | 0 | 0 | 0 |
| 3 курс | 2023 - 2024 | 20 | 19 | 0 | 0 | 0 |
| 4 курс | 2022 - 2023 | 15 | 12 | 0 | 0 | 0 |

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

### 6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

| Рівень вищої освіти | Інформація про освітні програми |
|---|---|
| початковий рівень (короткий цикл) | *програми відсутні* |
| перший (бакалаврський) рівень | **7899 Маркетинг**<br>**50960 Електронний маркетинг**<br>**57507 Маркетинг. Інтернет маркетинг.**<br>**55562 Інтернет маркетинг** |

| | |
|---|---|
| другий (магістерський) рівень | **8920 Маркетинг**<br>**57549 Маркетинг. Інтернет маркетинг**<br>**64338 Маркетинг**<br>**50726 Інтернет-маркетинг** |
| третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень | **50749 Маркетинг** |

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

| | Загальна площа | Навчальна площа |
|---|---|---|
| Усі приміщення ЗВО | 31198 | 14773 |
| Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління) | 27908 | 14773 |
| Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо) | 3290 | 0 |
| Приміщення, здані в оренду | 489 | 0 |

*Примітка.* Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:
- щодо ОП, яка реалізується у базовому ЗВО – без урахування приміщень ВСП;
- щодо ОП, яка реалізується у ВСП – лише щодо приміщень даного ВСП.

**8. Документи щодо ОП**

| Документ | Назва файла | Хеш файла |
|---|---|---|
| Освітня програма | *ОНП_Маркетинг (PhD)_ (2024)_.pdf* | mb+ayVoTNGPFRjhlPvXyr4rqyrKhUZUG3wE3ZfZMEFc= |
| Освітня програма | *ОНП_Маркетинг (PhD)_2025_.pdf* | 1qrPpdx4pjnMxAslMUYbYDV4PaE5X7L9j3z89ZM5XBA= |
| Навчальний план за ОП | *НП_ОНП Маркетинг 2025.pdf* | HgGFIA2x7fU9JQ9JBpuCj2Buo2GlS8fdn51LNsZsfec= |
| Навчальний план за ОП | *НП_ОНП Маркетинг 2024.pdf* | luwtc7CliI6LPZkjo6BdRJlKCsUANmaFg+HvGeDiTuw= |
| Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти) | *Рецензії (Маркетинг).pdf* | bKt7c+x5Wwu/dvH9/nEfIrZDqyBPaDTFvIyRI2CHMB4= |
| Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти) | *МАРКЕТИНГ_Відповідність теми дослідження, науковим працям керівника.pdf* | /BJyZb418R8Z7vQlXKeJbLUoi5loJ9USeDOYv2J3+FI= |

## 1. Проєктування освітньої програми

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

Освітньо-наукова програма (ОНП) «Маркетинг» (https://surl.li/xssirf ) дає можливість досягти результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю D5 "Маркетинг" для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 р. № 313. Програмні результати навчання (ПРН) та компетентності, передбачені ОНП «Маркетинг», повністю узгоджуються зі

Стандартом вищої освіти та дескрипторами восьмого рівня Національної рамки кваліфікацій (НРК). Структура програми та логіка побудови навчального плану забезпечують досягнення визначених результатів навчання, що підтверджується матрицями відповідності та структурно-логічною схемою, наведеними в ОНП. Зміст ОНП «Маркетинг» відповідає вимогам стандарту вищої освіти та НРК для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Усі ПРН реалізуються через освітні компоненти обов'язкової частини програми, що відображено у відповідних матрицях та структурно-логічній схемі. Досягнення кожного результату навчання забезпечується належним підбором методів, форм і засобів навчання, що детально представлено у програмах навчальних дисциплін.

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

Професійний стандарт відсутній.

**Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін (стейкголдерів)?**
**- здобувачі вищої освіти та випускники програми**

Інтереси здобувачів ОНП враховуються комплексно. Участь здобувачів у наукових заходах, гостьових лекціях (https://surl.li/rxzsuk, https://surl.lu/kojsrb), круглих столах , семінарах (https://surl.li/cokukj ), конференціях (https://surl.li/ouuvwj ) суттєво розширила їх розуміння сучасних проблем і викликів економічної науки. Такі форми співпраці з провідними вченими та практиками стали підґрунтям для подальшого уточнення цілей програми та програмних результатів навчання. До обговорення змін долучились здобувачі освіти Давидюк І.І., Савчук В.А. та Черевашко Д.Р., які вказували на необхідність посилення англомовної складової підготовки для публікацій у міжнародних виданнях та участі в міжнародних конференціях. Аспірант 2-го року навчання Черевашко Д.Р. висловлював побажання щодо зміни форми підсумкового контролю з деяких дисциплін для більшого акценту на практичних навичках та дискусіях замість традиційних екзаменів. Це було враховано при оновленні форм контролю окремих освітніх компонентів, де акцент зміщено практичну складову, презентації та аналітичні кейси. Усі пропозиції здобувачів фіксуються в протоколах засідань кафедри (Протокол № 14 від 22 травня 2025 р.) Результати анонімних опитувань (https://surl.li/iluice) підтверджують високий рівень задоволеності здобувачів існуючим переліком обов'язкових і вибіркових дисциплін, зміст яких забезпечує можливість поглиблення знань відповідно до напрямів їхніх наукових досліджень.

**- роботодавці**

Взаємодія з роботодавцями відбувається через Раду стейкхолдерів (https://surl.li/ootxqp) та безпосередню участь практиків у робочих групах.
Конкретним прикладом надання рекомендацій роботодавців на ОНП 2025 року є пропозиція С. Вострєкова (ТОВ «ДВЄ»). Під час аналізу проєкту програми вона наголосили, що сучасний маркетолог-науковець повинен глибоко розуміти глобальні процеси. За її рекомендацією було оновлено зміст ОК4, змінивши фокус із загальних концепцій на конкретні інструменти виходу на міжнародні ринки («Маркетинг в глобальному середовищі»).
Також роботодавці, а саме Я. Шеремет (ПП «ФАБ-Консалтинг»)підтримала введення курсу з нейромаркетингу (ОК7), зазначивши, що розуміння психофізіології споживача є конкурентною перевагою на ринку консалтингових послуг. Зворотний зв'язок від роботодавців задокументовано у висновках зовнішніх рецензій та протоколах зустрічей (https://surl.li/ovgzxa). Робоча група постійно веде діалог з потенційними роботодавцями у контексті перегляду ОНП «Маркетинг». Під час проведення спільних заходів (зустрічей, майстер-класів, круглих столів) із стейкхолдерами здійснюється обговорення змісту ОНП та векторів її розвитку (https://surl.li/nvxhfc , https://surl.li/xoqvvm ).

**- академічна спільнота**

Цілі та зміст ОНП сформовані на основі системного діалогу з академічною спільнотою. Враховано досвід реалізації аналогічних PhD-програм у провідних ЗВО України (КНЕУ ім. В. Гетьмана, НТУУ "КПІ імені Сікорського", ХНЕУ імені С.Кузнеця) та світовий досвід підготовки докторів філософії з маркетингу (WSB, University of Pennsylvania, Stanford Graduate School of Business і тд.), а також висновки, викладені у рецензіях зовнішніх стейкхолдерів — д.е.н., проф. М.В. Руденка та к.е.н., доц. О.О. Кравченко та інших. Обговорення на засіданнях робочої групи підтвердило необхідність інтеграції інноваційних підходів до підготовки дослідників у сфері маркетингу. У результаті співпраці до ОНП 2025 року було введено освітній компонент ОК7 «Актуальні проблеми нейромаркетингу» (4 кредити ЄКТС) замість класичного курсу стратегічного маркетингу. Це рішення обґрунтоване декількома факторами: нейромаркетинг є одним з найперспективніших напрямів сучасної маркетингової науки, що активно розвивається у провідних університетах світу; він забезпечує міждисциплінарну підготовку на перетині маркетингу, нейронаук та поведінкової економіки; володіння методами нейромаркетингових досліджень значно підвищує конкурентоспроможність випускників як у науково-дослідній, так і в практичній діяльності. Також за пропозицією академічної спільноти збільшено обсяг педагогічної практики (ПР01) до 5 кредитів ЄКТС, що максимально сприяє підготовці кваліфікованих викладачів-дослідників, здатних викладати інноваційні курси у закладах вищої освіти.

**- інші стейкхолдери**

В рамках реалізації програми інтернаціоналізації відбувається постійна активна співпраця з зарубіжними та вітчизняними освітніми установами, зокрема кафедра активно співпрацює з різними міжнародними та національними організаціями, що сприяють інтернаціоналізації та розвитку програми. До таких партнерів

належать: Академія WSB (Республіка Польща), Університет Туріба (Латвійська Республіка), Видавничий дім «Гельветика», Центр україно-європейського наукового співробітництва, Європейська асоціація інноваційної освіти, ГС «АСОЦІАЦІЯ ПРОФЕСІОНАЛІВ ДОВКІЛЛЯ PAEW», Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України, Українська Асоціація Банків, Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого. Регулярні форми співпраці (конференції, круглі столи, наукові та проблемні групи) призвели до суттєвого переосмислення змістовного наповнення профільних освітніх компонент (ОК4, ОК6, ОК7), що відображено в ПНД. Зокрема, досвід взаємодії з Академією WSB та Університетом Туріба дозволив інтегрувати у ОК4 "Маркетинг в глобальному середовищі" кращі європейські практики адаптації маркетингових стратегій до міжнародних ринків, а співпраця з Українською Асоціацією Маркетингу та представниками digital-індустрії сприяла оновленню ОК6 "Цифрові технології та інструменти маркетингу" з додаванням модулів зі штучного інтелекту, автоматизації маркетингу та аналізу великих даних, що відповідає найсучаснішим світовим трендам у цифровому маркетингу.

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

Місія ПВНЗ «Європейський університет» — «здійснення вагомого вкладу у суспільний розвиток через дослідження, генерування нових знань, їх поширення та підготовку конкурентних фахівців і креативних особистостей» — безпосередньо відображається в мету ОНП «Маркетинг» (https://surl.li/aqpblc). Мета освітньо-наукової програми з підготовки докторів філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» повністю відповідає місії та стратегічним цілям ПВНЗ «Європейський університет». У Стратегії розвитку ЗВО серед пріоритетів визначено розвиток науково-дослідної діяльності, впровадження інноваційних підходів в освіті, забезпечення якості підготовки фахівців на основі інтеграції у європейський освітній та науковий простір, а також формування національного академічного середовища, що ґрунтується на принципах доброчесності, відкритості та міждисциплінарності. Мета програми конкретизує ці стратегічні вектори через підготовку висококваліфікованих дослідників, здатних генерувати нові знання на стику маркетингу, поведінкової психології та цифрових технологій (нейромаркетинг, Digital-інструменти). Програма спрямована на виховання науковців, які можуть розв'язувати комплексні проблеми глобального ринкового середовища, здійснювати науковий супровід інноваційних проєктів та провадити викладацьку діяльність, дотримуючись при цьому високих етичних та академічних стандартів. Така спрямованість повністю узгоджується зі стратегічним курсом Університету на лідерство в інноваційній освіті.

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

Під час формування мети та програмних результатів навчання (ПРН) ОНП «Маркетинг» системно враховано новітні парадигми розвитку маркетингової науки та динамічні потреби глобального ринку. Перехід до концепцій Marketing 5.0, стрімка цифровізація та розвиток когнітивних наук зумовили інтеграцію в програму компонентів, пов'язаних із нейромаркетингом, штучним інтелектом та Data Science. Військові дії та євроінтеграційні процеси в Україні актуалізували потребу в науково-аналітичному супроводі виходу вітчизняного бізнесу на міжнародні ринки, стратегічному управлінні національним брендом та адаптації комунікацій до змін у психології споживачів. Це підвищило значущість опанування здобувачами навичок проведення міждисциплінарних досліджень, крос-культурного аналізу та використання цифрових інструментів просування. Кафедра маркетингу залучає до реалізації ОНП науково-педагогічних працівників і стейкхолдерів-практиків.
Стратегічною метою визначено підготовку докторів філософії, здатних продукувати інноваційні маркетингові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми просування товарів та ідей, переосмислювати класичні теорії через призму поведінкової економіки та нейронаук, а також проводити власні дослідження, результати яких сприятимуть економічному відновленню та підвищенню конкурентоспроможності України у світі.

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

Досягнення поставлених цілей та програмних результатів навчання (ПРН) в ОНП відбувається з урахуванням турбулентності сучасного бізнес-середовища. Економічна криза, пандемія та війна  зміна глобальних ланцюгів постачання та стрімка цифровізація суспільства зумовили потребу у переосмисленні маркетингових теорій, пошуку нових моделей комунікації зі споживачем. При формуванні цілей і ПРН програми підготовки докторів філософії з маркетингу враховано галузевий контекст відповідно до сучасних пріоритетів маркетингової науки: поєднання традиційних підходів із новітніми технологіями (нейромаркетинг, AI, Data Science). Галузевий контекст має ключове значення для функціонування ОНП «Маркетинг», адже підготовка фахівців здійснюється в умовах інтеграції українського ринку до Єдиного цифрового ринку ЄС. Трансформації споживчої поведінки вимагають від майбутніх докторів філософії здатності розв'язувати комплексні проблеми, генерувати інноваційні рішення та володіти інструментарієм цифрового аналізу. Попит на докторів філософії з маркетингу на національному та регіональному рівнях зумовлений гострою потребою у висококваліфікованих аналітиках, стратегах та дослідниках, здатних формувати науково обґрунтовані рішення для бізнесу, державного сектору та освіти. Це відображено в ОНП через введення актуальних освітніх компонентів (ОК «Маркетинг в глобальному середовищі», «Цифрові технології», «Нейромаркетинг») та ПРН, що спрямовані на забезпечення професійної адаптивності, інноваційності та відповідності принципам соціально-етичного ма-гу.

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

Під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОНП «Маркетинг» було ґрунтовно враховано

досвід реалізації аналогічних програм у провідних закладах вищої освіти України. Освітня програма розроблялася з урахуванням напрацювань наукових шкіл: Київського національного економічного університету імені В. Гетьмана: В частині формування ОК4 «Маркетинг в глобальному середовищі» та ОК3 «Педагогіка та технології надання освітніх послуг» було враховано їхній досвід поєднання фундаментальних маркетингових теорій із методиками викладання у вищій школі. Київського національного університету імені Т. Шевченка: Досвід університету в діагностиці ринкових станів та стратегічному плануванні вплинув на наповнення ОК1 «Філософія науки та методологія наукового дослідження» (в частині методології діагностики) та посилення аналітичних компетентностей в ОК4.Київського національного торговельно-економічного університету (ДТЕУ): Враховано їхній прикладний досвід у сфері електронної комерції при формуванні змісту ОК6 «Цифрові технології та інструменти маркетингу». Суттєвою відмінністю та результатом врахування сучасних викликів стало введення до навчального плану ОК7 «Актуальні проблеми нейромаркетингу», що дозволило інтегрувати в програму міждисциплінарні підходи (маркетинг + психологія + нейронауки). Такий підхід підкреслює унікальність і конкурентоспроможність ОНП «Маркетинг» ПВНЗ «Європейський університет», оскільки здобувачі мають можливість отримувати ексклюзивні знання, які наразі рідко представлені в вітчизняних освітніх програмах, та формувати індивідуальну траєкторію відповідно до тематики власних інноваційних досліджень.

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

Врахування іноземного досвіду: Wharton School of Business, University of Pennsylvania (https://surl.li/qbeekm ). Досвід цієї школи щодо міждисциплінарного поєднання маркетингу та психології (програма PhD in Marketing and Psychology) став основою для введення та наповнення інноваційної дисципліни «Актуальні проблеми нейромаркетингу». Практика Wharton щодо спільних досліджень викладачів та аспірантів адаптована при розробці курсу «Філософія науки та методологія наукового дослідження». Stanford Graduate School of Business (https://surl.lu/eyaciw ). Їхня практика research rotation (ротації досліджень), коли аспіранти працюють з різними викладачами для набуття різнобічного досвіду, була інтегрована в зміст «Педагогічної практики». Також досвід лабораторії Stanford GSB Behavioral Lab надихнув на включення компонентів лабораторних експериментів у дослідницьку частину ОНП. MIT Sloan School of Management (https://surli.cc/rzafeq ) та Northwestern University Kellogg School of Management (https://surl.li/lqfwyx ). Їхній унікальний підхід до інтеграції Management Science, Machine Learning та Advanced Analytics у маркетинг суттєво вплинув на формування курсу «Цифрові технології та інструменти маркетингу». Зокрема, впроваджено вивчення інструментів ШІ та аналізу великих даних для вирішення маркетингових проблем.Під час оновлення ОНП «Маркетинг» цілеспрямовано інтегровано відкриті університетські ресурси з академічної англійської, зокрема AWELU (Lund University) (https://surl.li/anearx) та Academic Phrasebank (University of Manchester) (https://surl.li/xcuzg).
На основі AWELU посилено вимоги до академічної доброчесності й стилю академічного письма в англомовних модулях дисципліни «Академічна англійська та українська мови». Academic Phrasebank використано для розвитку навичок побудови «риторичних кроків» у дисертаційному тексті (вступ, огляд літератури, дискусія), а також для тренування критичної оцінки доказів англійською мовою.Завдяки цьому програмні результати навчання деталізовано щодо: коректного використання англомовних джерел; володіння прийомами академічного письма для публікацій у виданнях Scopus/WoS; розвитку критичного мислення та аргументації в маркетингових дослідженнях.

## 2. Структура та зміст освітньої програми

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

40

**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)?**

30

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

10

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

Зміст ОНП узгоджений із предметною областю Стандарту вищої освіти України для третього (освітньо-наукового) рівня підготовки здобувачів за спеціальністю 075 «Маркетинг» . Це відображено у визначених цілях навчання, основному фокусі програми, загальних і спеціальних компетентностях, програмних результатах навчання та змісті освітніх компонентів. Програма орієнтована на формування поглиблених знань та навичок у сфері маркетингу, розвиток здатності генерувати нові ідеї, розв'язувати комплексні наукові та практичні завдання, що потребують глибокого переосмислення існуючих підходів та створення нових системних знань і/або професійних практик. Освітньо-наукова програма охоплює методи, методики й технології, необхідні здобувачу третього рівня вищої освіти

для майбутньої практичної діяльності, зокрема: інструменти маркетингового аналізу та прогнозування, технології нейромаркетингових досліджень, методи цифрового маркетингу, стратегічне управління брендами, статистичний аналіз даних, а також методи та технології науково-педагогічної діяльності. До ядра ОНП належать такі навчальні дисципліни: «Філософія науки та методологія наукового дослідження», «Маркетинг в глобальному середовищі», «Цифрові технології та інструменти маркетингу», «Актуальні проблеми нейромаркетингу», «Педагогічна практика». Зміст ОНП відображає сучасний теоретичний рівень предметної області та спрямований на опанування здобувачами провідних концептуальних і методологічних знань науково-дослідницького й професійного спрямування у сфері маркетингу. Окрім того, структура ОНП узгоджена з інструментами та обладнанням, які використовуються в предметній області спеціальності. Дисципліни програми орієнтовані на формування вмінь і навичок застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, інформаційних систем та спеціалізованих програмних продуктів, що забезпечують освітньо-наукову діяльність.

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

Формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів забезпечується відповідно до ЗУ «Про вищу освіту» та ЗУ «Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку індивідуальних освітніх траєкторій та вдосконалення освітнього процесу». Університет регламентує цей процес внутрішніми актами: “Положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти” (https://surl.li/vkrifs), “Положення про вільний вибір освітніх компонентів здобувачами вищої освіти” (https://surl.li/rjpisv), “Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність в ВНЗ “Європейський університет” та визначення результатів навчання здобутих в інших закладах вищої освіти” (https://surl.li/ycgpxj), “Положення про визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті” (https://surl.lu/dtnzfb), “Положення про забезпечення студентоцентрованого підходу у системі забезпечення якості освіти” (https://surl.li/puyani), “Положення про порядок визнання результатів навчання здобувачів третього освітньо-наукового рівня” (https://surl.li/pxyfrm), “Положення про порядок забезпечення вільного вибору дисциплін на третьому освітньо-науковому рівні” (https://surl.li/orbkoh), “Положення про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук” (https://surl.lu/sdiibs). В Університеті індивідуальна траєкторія формується з урахуванням здібностей, інтересів, потреб і попереднього досвіду здобувачів відповідно до “Положення про організацію освітнього процесу” (https://surl.li/cfmhus).

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

У Європейському університеті діє система забезпечення прав здобувачів вищої освіти на вибір вибіркових дисциплін. Нормативну основу її роботи становлять ЗУ «Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку індивідуальних освітніх траєкторій та вдосконалення освітнього процесу», а також локальні нормативні акти університету, серед яких: "Положення про вільний вибір освітніх компонент здобувачами вищої освіти" (https://surl.li/yhzmgg), "Положення про порядок забезпечення вільного вибору дисциплін здобувачами третього освітньо-наукового рівня" (https://surl.li/rbopzk).
Механізм організації вибору дисциплін передбачає наступні етапи: 1) встановлення обсягу варіативних компонент для кожного курсу навчання; 2) щорічну підготовку кафедрою переліку вибіркових дисциплін, його затвердження Вченою радою та розміщення у «Каталозі вибіркових дисциплін» на офіційному веб-сайті університету (https://surl.li/sqqsvo ); 3) ознайомлення здобувачів із їхніми правами щодо вибору варіативних компонент програми через гаранта ОНП та працівників випускової кафедри; 4) здійснення процедури вибору, подання заяв, комплектування навчальних груп та складання розкладу занять.
Здобувач має можливість обирати дисципліни в обсязі щонайменше 10% від загального обсягу кредитів ЄКТС, передбаченого освітньою програмою. Формування індивідуальної освітньої траєкторії забезпечується можливістю вибору освітніх компонентів як із каталогу вибіркових дисциплін власної спеціальності, так і із загальноуніверситетського каталогу будь-якої спеціальності та освітнього рівня. Оновлення каталогу вибіркових дисциплін відбувається щороку з урахуванням результатів опитувань здобувачів та інших зацікавлених сторін.
Реалізація права на вільний вибір передбачає ознайомлення здобувачів з анотаціями чи програмами навчальних дисциплін, заповнення відповідних анкет та формування індивідуального навчального плану. Для аспірантів (здобувачів ступеня доктора філософії) вибір здійснюється на поточний академічний рік під організаційним та контрольним супроводженням завідувача аспірантурою. Здобувач відповідає за своєчасне формування власного навчального плану та зобов'язаний повністю виконати всі вимоги ОНП.
Процедура вибору дисциплін, визначена у відповідних положеннях, характеризується публічністю, прозорістю та зрозумілістю. За даними опитування (https://surl.li/ufxbhg ) здобувачі підтвердили, що отримали належну інформацію про можливість та порядок вибору навчальних дисциплін.

**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 вищої освіти здійснюється відповідно до "Положення про організацію освітнього процесу в ПВНЗ «Європейський університет»" (https://surl.li/ppylrc) та "Положення про порядок проведення практичної підготовки здобувачів ПВНЗ «Європейський університет»" (https://surl.li/hpoygh). Необхідною складовою є практична підготовка здобувачів, яка реалізується у вигляді "Педагогічна практика" (ПР1) обсягом 5 кредитів ЄКТС. Перед проходженням практики здобувачі отримують завдання, в процесі виконання якого формуються компетентності, необхідні для досягнення ПРН та подальшої професійної діяльності. Педагогічна практика спрямована на закріплення й поглиблення вмінь здійснювати науково-методичний аналіз освітніх компонентів, складати плани-конспекти занять, вести гугл-класи, лекції та практичні заняття, планувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, вдосконалювати навички Soft Skills, заповнювати Індивідуальний план викладача, брати участь у науково-практичних конференціях з питань підготовки фахівців у маркетинговій

галузі. Педагогічна практика дає можливість аспірантам використати свій педагогічний доробок у майбутньому, а також поширювати результати наукових досліджень у студентській аудиторії. Проходження педагогічної практики спрямоване на формування компетентностей, визначених в ОНП, зокрема: ЗК01, ЗК02, ЗК04, СК02, СК03, СК04, СК05, СК06, а також досягнення програмних результатів навчання РН04, РН06, РН07, РН09.

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

Серед соціальних навичок, що відповідають цілям та ПРН програми: креативність; комунікативні навички; емпатійність, емоційний інтелект, адаптивність, тайм-менеджмент; навички командної взаємодії та командотворення; критичного оцінювання інформації та самооцінювання, доброчесності та дотримання норм професійної етики. У навчальному плані програми передбачено, зокрема, такі освітні компоненти: ОК1 – формує навички критичного та системного мислення, роботи з абстрактними категоріями, постановки наукових проблем, визначення дослідницької логіки; ОК2 – сприяє формуванню етичної поведінки в академічному середовищі, відповідального ставлення до результатів праці; ОК3 – передбачає набуття навичок викладання, ведення дискусій, роботи з аудиторією, застосування сучасних освітніх технологій; ОК5 – формує здатність до ефективної письмової і усної комунікації в професійному середовищі, підготовки наукових текстів, презентації результатів дослідження; ОК4, ОК6 та ОК7 – сприяють формуванню навичок аргументованого обґрунтування рішень, застосування маркетингових знань у складних ринкових умовах, роботи з практичними кейсами, використання цифрових технологій та інструментів штучного інтелекту, а також ефективної міжособистісної взаємодії у професійному маркетинговому середовищі. Формування soft skills також відбувається у процесі проходження педагогічної практики (ПР01), де аспіранти взаємодіють з академічними колективами, беруть участь у викладацьких активностях, презентують власні розробки, моделюють ситуації навчання та комунікації.

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

Освітні компоненти ОНП «Маркетинг» логічно взаємопов'язані між собою – від засвоєння фундаментальних маркетингових категорій, базових теорій і методологій до апробації здобутих знань у прикладних маркетингових дисциплінах, дослідженнях та практиках. Така структура та змістове наповнення програми забезпечує досягнення визначених мети ОНП та програмних результатів навчання. Зміст ОНП повністю відповідає предметній області Стандарту вищої освіти України третього (освітньо-наукового) рівня спеціальності D5 "Маркетинг" галузі знань D "Бізнес, адміністрування та право", затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 р. № 313, що відображено у цілях навчання, фокусі програми, загальних і спеціальних компетентностях, програмних результатах навчання та у змісті освітніх компонентів. ОНП спрямована на набуття здобувачами знань та вмінь у сфері маркетингу, що дозволяють вирішувати комплексні завдання дослідницького, інноваційного та професійного характеру, пов'язані з розробленням маркетингових стратегій, управлінням брендами, цифровою трансформацією маркетингової діяльності, аналізом поведінки споживачів та ринкових процесів. Це реалізується через формування й розвиток у здобувачів відповідних компетентностей на основі глибокого переосмислення існуючих підходів, створення нових цілісних знань та/або професійних практик, оволодіння навичками виконання дисертаційного дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне й практичне значення. Зміст ОНП у повній мірі відповідає сучасним методам, методикам та технологіям досліджень, необхідним для практичної діяльності маркетолога-науковця. Ядром програми є: філософія науки та методологія наукового дослідження (ОК1), академічна доброчесність (ОК2), педагогіка та технології надання освітніх послуг (ОК3), маркетинг в глобальному середовищі (ОК4), академічна англійська та українська мови (ОК5), цифрові технології та інструменти маркетингу (ОК6), актуальні проблеми нейромаркетингу (ОК7), педагогічна практика (ПР1). ОНП орієнтована на формування здатності здобувачів працювати з великими масивами даних, використовувати сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, цифрові технології, інструменти штучного інтелекту, аналітичні інформаційні системи та програмні продукти, що застосовуються у маркетингових наукових дослідженнях і практиці (ОК6). Зміст освітньої програми також включає компоненти, спрямовані на формування загальнокультурних і громадянських компетентностей (ОК1), умінь викладацької та науково-дослідницької діяльності (ОК3), навичок дотримання академічної доброчесності (ОК2), здатності проводити комплексний маркетинговий аналіз і здійснювати обґрунтовані висновки щодо закономірностей розвитку ринкових відносин та маркетингових систем (ОК4, ОК7).

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

Загальний обсяг ОНП "Маркетинг" становить 40 кредитів ЄКТС (1200 год.), з яких цикл обов'язкових компонентів складає 30 кредитів ЄКТС, цикл вибіркових дисциплін – 10 кредитів ЄКТС, практична підготовка становить 5 кредитів ЄКТС. На вибіркові дисципліни відведено 300 год. На педагогічну практику відведено 150 год. У навчальному плані передбачено час на підготовку до ЄДЗ, а також подання наукової роботи до захисту. На аудиторні години відводиться - 372 год (31%), обсяг самостійної роботи - 828 год (69%). ОНП передбачає наявність аудиторних занять – як правило 33-40%; самостійної роботи – близько 60% бюджету часу. Організація самостійної роботи регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в ПВНЗ "Європейський університет" (https://surl.li/zjuqfo), а також Положенням про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук (https://surl.li/uqvpms). Зміст самостійної роботи при опануванні освітніх компонентів визначається

програмою навчальної дисципліни. Викладачі стимулюють здобувачів до активної індивідуальної роботи, надаючи рекомендації щодо виконання завдань як під час занять, так і через систему дистанційного навчання «Classroom».

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

Структура ОНП підготовки докторів філософії за спеціальністю D5 "Маркетинг" у ПВНЗ «Європейський університет» поєднує ґрунтовну теоретичну підготовку з практичною діяльністю, забезпечуючи практикоорієнтованість. Програма передбачає: 1) застосування кейс-методів і бізнес-симуляцій під час занять; залучення викладачів-практиків для аналізу реальних маркетингових ситуацій, що формує навчальне середовище, наближене до професійної діяльності; 2) проведення офлайн та онлайн семінарів, гостьових лекцій і майстер-класів із представниками бізнесу, маркетингових агенцій, digital-компаній та міжнародними експертами https://surl.li/wlxytm , що дозволяє здобувачам набувати навичок комунікації, роботи з сучасними інструментами цифрового маркетингу https://surl.li/qatdtu , аналітичними системами та методами маркетингових досліджень; 3) педагогічну практику як обов'язковий елемент підготовки, що передбачає викладання дисциплін, підготовку семінарів і наукових презентацій, сприяючи розвитку soft skills: викладацьких, комунікаційних та лідерських; 4) участь у наукових конференціях та апробацію результатів досліджень через тези, публікації та виступи, що формує академічне письмо, навички наукової дискусії та публічного захисту. Дослідження аспірантів спрямовані на вирішення актуальних проблем маркетингу. Дуальна форма освіти за програмою не передбачена.

**Яким чином ОП забезпечує набуття здобувачами навичок і компетентностей направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року № 70/1, визначених Указом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722**

У 2025 році Європейський університет увійшов до Times Higher Education Impact Rankings (позиція 1501+), що підтверджує досягнення у сфері ЦСР, зокрема за показниками ЦСР 4, 5, 10, 17. До каталогу вибіркових дисциплін включено курс "Сталий розвиток". Організовано семінари (https://surl.li/yywmno, https://surl.lu/yrxfmy), зустрічі зі стейкхолдерами та здобувачами (https://surl.li/gvnmfv) щодо імплементації Концепції сталого розвитку в економічну сферу (https://surl.li/mraiik). Налагоджено співпрацю з ГС "Асоціація Професіоналів Довкілля PAEW" (https://surl.li/iydiml). На рівні ОК програма забезпечує компетентності для реалізації ЦСР:
ОК1: ЦСР 4, 9 – критичне мислення, дослідницькі навички, розвиток інноваційних маркетингових практик; ОК2: ЦСР 4, 16 – відповідальність, етичність, прозорість у науковій та маркетинговій діяльності; ОК3: ЦСР 4, 10 – розвиток педагогічних навичок і поширення знань у сфері маркетингу; ОК4: ЦСР 8, 10, 12, 17 – аналіз глобальних маркетингових процесів, формування стратегій відповідального споживання, міжнародна маркетингова співпраця; ОК5: ЦСР 4, 17 – інтеграція у світовий науковий простір, доступ до міжнародних досліджень і партнерств; ОК6: ЦСР 8, 9, 12 – використання цифрових технологій для аналізу маркетингових процесів, управління ресурсами та впровадження принципів сталого споживання; ОК7: ЦСР 9, 12 – інноваційні методи дослідження поведінки споживачів, розробка етичних маркетингових стратегій, що враховують принципи відповідального споживання.

## 3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

https://e-u.edu.ua/ua/nauka/aspirantura-ta-doktorantura/

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

Прийом до аспірантури здійснюється за конкурсом відповідно до Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти в 2025 році. Умовою допуску є успішне складання ЄВВ (не менше 100 балів) у 2025 р. та ЄВІ у 2023/2024/2025 рр. (не менше 150 балів за кожен блок). У випадках, передбачених Порядком, замість ЄВІ враховуються результати співбесіди з іноземної мови. Правила прийому розміщені на сайті університету (https://surl.li/wzphit). Після виконання умов допуску вступники складають Фаховий іспит зі спеціальності (https://surl.li/kygbys). Програма включає блоки: Маркетинг, Маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингова політика розподілу, маркетингова політика комунікацій. Завдання сформовані на основі знань рівня магістра. Оцінювання складається із результатів усної співбесіди (до 100 балів) та тестових завдань (до 100 балів). Додатково вступники презентують дослідницький доробок, що передбачає аналіз їхньої науково-дослідної роботи та здатності до наукової дискусії з актуальних проблем маркетингу. Конкурсний відбір проводиться на основі конкурсного бала, який розраховується відповідно до Правил прийому на навчання для здобуття вищої освіти в Приватному вищому навчальному закладі "Європейський університет" у 2025 році (https://surl.li/acmrki) та "Положення про приймальну комісію" (https://surl.li/hcsrnk).

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в ПВНЗ «Європейський університет» (https://surl.lu/yyjjku ), Положенням про академічну мобільність та перезарахування результатів навчання (https://surl.li/jytcdn). Визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО здобувачами ОР "Доктор філософії" відбувається за визначеним порядком і процедурою (https://surl.li/bwdozy). Процедура перезарахування визначається р.5 відповідного Положення, а визнання результатів здобутих за програмою академічної мобільності р.6. Визнання результатів, здобутих у неформальній та інформальній освіті визначається у Положенні про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті (https://surl.li/xpekxy). Питання визнання результатів навчання, які здійснюються під час процедури відрахування, переривання, поновлення чи переведення здобувачів регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в ПВНЗ «Європейський університет» (https://surl.li/nkwlkl). Обсяги перезарахування, а також інші процедури здійснюються з дотриманням ЗУ "Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку індивідуальних освітніх траєкторій та вдосконалення освітнього процесу" від 23.04.2024 року. Відповідні документи розміщені в розділі "Офіційні документи Університету" на сайті Європейського університету (https://surl.li/pmqqrd). Завідувач аспірантури протягом місяця з моменту зарахування доводить до відома здобувачів основний зміст даних положень на робочих нарадах.

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

Визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах, здійснюється відповідно до Положення про порядок визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти на третьому освітньо-науковому рівні (https://surl.li/dfmdzm) та Положення про організацію освітнього процесу в ПВНЗ "Європейський університет" (https://surl.li/tdnqus). Ці документи регламентують процедури перезарахування кредитів ЄКТС, отриманих під час навчання в інших ЗВО України та за кордоном, а також в рамках програм академічної мобільності. Аспіранти мають право на визнання результатів навчання за умови відповідності змісту освітніх компонентів та досягнутих результатів навчання. Рішення приймається кафедрою на підставі аналізу програм дисциплін, обсягу кредитів ЄКТС та форм контролю. ОНП передбачає зарахування дисциплін з інших освітніх програм третього або другого рівня за умови дотичності до тематики дисертації. Наприклад, курс "Big Data Analytics in Marketing" із зарубіжного університету може бути зарахований як вибірковий компонент (5 кредитів ЄКТС). Курси підвищення кваліфікації з академічної англійської (180 год/6 кредитів) можуть бути частково визнані за ОК5 (3 кредити) за умови підтвердження рівня B2.

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, регулюється Положенням про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті в ПВНЗ "Європейський університет" (https://surl.li/mfmccb). До результатів навчання, які зараховуються при виконанні ОНП спеціальності D5 «Маркетинг», зазвичай, належать результати, отримані у формальній освіті. Разом із тим, результати, набуті в неформальній освіті, можуть визнаватися у частині виконання наукової складової індивідуального плану аспіранта. Зокрема, у розділі «Наукова робота» відповідного року навчання здобувачі планують та звітують про участь у науково-практичних заходах, підготовку публікацій, результати дослідницьких проєктів тощо. Доступність вищезазначених документів забезпечується шляхом їх розміщення на веб-ресурсах Університету. Процедура визнання результатів навчання відповідає принципам Європейської кредитно-трансферної системи (ECTS) та узгоджується з Національною рамкою кваліфікацій, що сприяє підвищенню академічної мобільності здобувачів та забезпечує європейський рівень якості освіти.

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

Здобувачі, які підтвердили свій рівень володіння англійською мовою дійсним сертифікатом International English Language Testing System, сертифікатом Cambridge English Language Assessment (рівень B2 Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти чи аналогічного рівня) - Новак А.В., Терещук А.М. та ін. ; університет забезпечує безкоштовний доступ здобувачів освіти до платформ Coursera та Prometheus, а також інших платформ. Зокрема, в університеті запроваджені сертифіковані курси за різними тематичними спрямуваннями (https://courses.e-u.edu.ua/). За час функціонування ОНП спостерігаються регулярні перезарахування окремих тем в рамках усіх освітніх компонент навчального плану. Найбільше випадків перезарахувань спостерігається за освітніми компонентам "Академічна англійська та українська мови", "Філософія науки та методологія наукових досліджень", "Педагогіка та технології надання освітніх послуг", "Академічна доброчесність". Визнання результатів навчання в неформальній та формальній освіті визначаються окремим положенням (https://surl.li/pimjvr ).

## 4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Освітня діяльність здійснюється відповідно до Закону України «Про вищу освіту», «Положення про організацію освітнього процесу в Європейському університеті» (https://surl.lu/yogehl). Навчання за ОНП Маркетинг здійснюється за очною (денною), заочною формами. Забезпечення досягнення програмних результатів навчання здійснюється через використання складових освітнього процесу: навчальні заняття (лекційні, практичні); самостійна робота; практична підготовка; контрольні заходи. Для кожного освітнього компоненту ОНП формуються індивідуальні форми та методи навчання, з урахуванням програмних результатів, наведених в програмах навчальних дисциплін (https://surl.li/gsmgqn ). Проведення занять відбувається з використанням засобів мультимедіа для закріплення матеріалу й формування наукового світогляду, розвитку професійних знань та аргументації позиції науковця. Освітній процес здійснюється за допомогою Zoom, Google Meet, Google Classroom, зокрема в умовах воєнного стану. Здобувачі мають доступ до методичного забезпечення освітніх компонент ОНП. З метою отримання інформації про досягнення програмних результатів навчання здійснюється періодичне аналізування й обговорення якості результатів освітнього процесу. За результатами опитування, абсолютна більшість здобувачів третього рівня вищої освіти вважають, що фактично задіяні методи навчання дозволяють отримати передбачені програмні результати навчання.

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

Студентоцентрований підхід в Європейському університеті регулюється Положенням про забезпечення студентоцентрованого підходу у системі забезпечення якості освіти (https://surl.lt/wcolts ).При розробці ОНП, програм та методичного забезпечення навчальних дисциплін реалізується компетентнісний підхід, враховуються особливості особистісних пріоритетів здобувачів, забезпечується реалістичність навчального навантаження. Студентоцентрований підхід за ОНП Маркетинг реалізується через підбір оптимальних форм і методів навчання та викладання, що проявляється у можливостях визначення здобувачами третього рівня вищої освіти індивідуальної освітньої траєкторії через перелік навчальних дисциплін за вибором (Каталог вибіркових дисциплін (https://surl.lt/hnpjgc )), конкретизацію тематики індивідуальних навчально-дослідних завдань, науково-дослідницьких проєктів у сфері маркетингу. За результатами опитування здобувачів показник задоволеності вибором форм і методів навчання має високий рівень вираженості (https://surli.cc/cadwte ), що свідчить про необхідність подальшого вдосконалення методичного забезпечення освітнього процесу.

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

Академічна свобода на освітньо-науковій програмі «Маркетинг» забезпечується нормативними документами: Положенням про забезпечення
студентоцентрованого підходу у системі забезпечення якості освіти (https://surl.lt/wcolts ), Положення про організацію освітнього процесу (https://surl.li/tdnqus), Положення про академічну доброчесність (https://surl.lu/khtfwo). Гарантується самостійність та незалежність усіх учасників освітнього процесу. Науково-педагогічні працівники вільно обирають форми, методи й засоби навчання. Викладачі формують зміст дисциплін, вносять зміни до програм, розробляють авторські методичні підходи, обирають підручники та інформаційні джерела. Використовують різні освітні технології, включно з інтерактивними формами, розробляють сертифіковані курси підвищення кваліфікації, проходять стажування та беруть участь у програмах академічної мобільності для впровадження результатів у професійну діяльність.
Аспіранти користуються академічною свободою у виборі форм навчання, вибіркових дисциплін, напрямів досліджень, тематики дисертацій у сфері маркетингу, закладів для педагогічної практики. Здобувачі самостійно обирають участь у наукових конференціях, рубрики журналів для публікацій, беруть участь у програмах академічної мобільності, зокрема міжнародної. Вибіркові компоненти дозволяють формувати індивідуальну освітню траєкторію та навчальний план, враховуючи професійні інтереси та наукові пріоритети у галузі маркетингу.

**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**

Програми навчальних дисциплін (ПНД) оприлюднюються на офіційному сайті Університету (https://surl.li/fdgzbz ) та у Google Classroom. Під час першого заняття з кожного освітнього компоненту викладач ознайомлює здобувачів із повною інформацією про зміст курсу, порядок проведення занять, очікувані результати навчання, види та форми завдань, методи роботи, контрольні заходи, рекомендовану літературу й критерії оцінювання. Перед початком вивчення кожної дисципліни аспіранти отримують затверджену програму навчального компоненту, яка містить: перелік результатів навчання, структуру змісту за модулями та темами, форми організації освітнього процесу, види контролю з чіткими критеріями оцінювання, а також вимоги до дотримання академічної доброчесності, включно з недопущенням плагіату, самоплагіату та фальсифікацій. ПНД затверджуються на засіданні кафедри маркетингу до початку навчального року та зберігаються в електронному вигляді. Доступ до них здобувачі отримують не пізніше першого заняття, а ознайомлення з їх основними положеннями відбувається під час першої лекції або консультації. Для проходження наукових і викладацьких практик та виконання наукового компонента аспірантам надаються окремі програми практик, інструкції з підготовки звітів, графіки консультацій та зразки необхідних документів. Всі ці вимоги відображаються в індивідуальному плані наукової роботи здобувача, який затверджується не пізніше ніж через місяць після зарахування до аспірантури.

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

Поєднання навчання і досліджень у межах освітньо-наукової програми «Маркетинг» забезпечується через організаційні, дидактичні та науково-дослідні форми роботи. Здобувачі беруть участь у університетських, всеукраїнських та міжнародних наукових заходах – конференціях, семінарах, круглих столах, вебінарах. Кафедра маркетингу сприяє публікаційній активності здобувачів, зокрема у фахових журналах та збірниках наукових праць Європейського університету (https://surl.li/qtotpv). Напрями досліджень науково-педагогічних працівників та аспірантів узгоджуються з кафедральною науково-дослідною тематикою у сфері цифрового маркетингу, брендингу, маркетингових комунікацій та поведінки споживачів. Належне виконання проєктних робіт спрямоване на досягнення ряду програмних результатів РН01, РН02, РН03, РН05, РН06, РН07, РН08. У ПНД передбачено виконання науково-дослідних робіт, які оцінюються, зокрема, через публічні презентації та дискусії результатів. До обов'язкових компонентів програми включено дисципліни "Філософія науки та методологія наукового дослідження" (ОК1), "Цифрові технології та інструменти маркетингу" (ОК6) та "Актуальні проблеми нейромаркетингу" (ОК7), що підсилює науково-дослідну складову підготовки. В університеті підтримується принцип Open Science: здобувачам рекомендується розміщувати наукові статті у відкритих репозитаріях, використовувати сучасні аналітичні бази даних і цифрові інструменти маркетингових досліджень. Аспіранти мають доступ до ресурсів компанії Elsevier, зокрема Scopus, ScienceDirect, Researcher Academy та Mendeley, що забезпечує їх інтеграцію в міжнародний науковий простір. Науково-дослідна робота є невід'ємною частиною підготовки аспірантів і реалізується через індивідуальний освітньо-науковий план, що синхронізує етапи дисертаційного дослідження з освітніми компонентами. Здобувачі публікують результати у фахових виданнях категорії «Б» та міжнародних журналах, індексованих у Scopus та Web of Science, а також презентують свої роботи на наукових семінарах і під час педагогічної практики. Тематика досліджень формується у співпраці з науковими керівниками та обговорюється на кафедральних семінарах за участю зовнішніх стейкхолдерів (представників бізнесу, маркетингових агенцій, органів влади, наукової спільноти). Наприклад, аспіранти кафедри беруть участь у Всеукраїнських та/або Міжнародних науково-практичних конференціях, де презентують результати власних досліджень (https://surl.li/iwyase).

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

У ПВНЗ «Європейський університет» сформовані вимоги до укладання програм навчальних дисциплін (http://surl.li/neqes) . Перегляд програм навчальних дисциплін здійснюється за ініціативою робочої групи ОНП, викладачів кафедри, стейкхолдерів, результатів опитування. У межах ОК04 "Маркетинг в глобальному середовищі" додано блок завдань щодо аналізу міжнародних маркетингових стратегій та адаптації маркетингових практик до умов глобалізації. У межах ОК06 "Цифрові технології та інструменти маркетингу" включено блок завдань щодо застосування штучного інтелекту в маркетингових дослідженнях, персоналізації комунікацій, аналізі великих даних та прогнозуванні поведінки споживачів. Під час реалізації ОНП викладачами кафедри маркетингу на чолі з гарантом ОНП здійснюється систематичний аналіз наукових публікацій з питань професійної підготовки докторів філософії за спеціальністю D5 Маркетинг у галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», активна співпраця зі здобувачами вищої освіти, потенційними роботодавцями та фахівцями баз практики, що в подальшому може викликати необхідність оновлення змісту освітніх компонентів. Освітньо-наукова програма заснована на компетентнісному підході підготовки доктора філософії за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право». Розробники ОНП та викладачі, які забезпечують її реалізацію, публікують результати досліджень в джерелах, що входять до наукометричних баз Scopus та Web of Science, беруть участь у міжнародних науково-практичних конференціях, монографіях тощо. Підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних, інтегрованих у європейський та світовий науково-освітній простір фахівців ступеня доктора філософії галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг» забезпечує здатність до самостійної науково-дослідницької, науково-організаційної, педагогічно-організаційної та практичної діяльності у сфері маркетингу.

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

Університет підтримує міжнародне партнерство з країнами Європи через Міжнародний освітньо-підготовчий центр. Стратегічний партнер – Міжнародна асоціація університетів (IAU), членом якої Університет є з 2003 року. Чинні угоди про співпрацю з Академією WSB (Польща), Університетом Туріба, «TRADEHOUSE UKRAINA» (Латвія) (https://surl.li/jpnxtv).
Університет бере активну участь у міжнародних виставкових заходах. Факультет представлено на 28-й міжнародній виставці освіти Skola 2023 (Рига, Латвія, 3–5 березня 2023) (http://surl.li/nkxbo). У червні 2025 року представники кафедри взяли участь у Глобальному конгресі сталого розвитку 2025 у Стамбулі (Туреччина), організованому Times Higher Education за підтримки Ради вищої освіти Туреччини.
Інтернаціоналізація освітньо-наукової програми забезпечується через інтеграцію міжнародного досвіду: оновлення змісту дисциплін відповідно до європейських стандартів, використання кейсів міжнародних компаній, залучення результатів міжнародних досліджень. Співпраця з іноземними партнерами створює можливості для академічної мобільності здобувачів і викладачів, обміну досвідом та спільної участі в науково-дослідних проєктах, що підвищує якість підготовки фахівців відповідно до вимог глобального ринку праці.

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

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

В ОНП «Маркетинг» для підготовки докторів філософії за спеціальністю D5 «Маркетинг» реалізується цілісна система контрольних заходів, спрямованих на перевірку досягнення здобувачами програмних результатів навчання (ПРН) відповідно до вимог стандарту третього рівня вищої освіти. Система контролю ґрунтується на внутрішніх нормативних документах Європейського університету, зокрема: Положенні про організацію освітнього процесу в ПВНЗ "Європейський університет" (https://surl.li/kqyhsz), Положенні про критерії та порядок оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти (https://surl.li/zjmmgp), Положенні про програму навчальної дисципліни (силабус) (https://surl.li/dlngbl), Положенні про порядок звітування аспірантів щодо виконання індивідуального плану наукової роботи (https://surl.lt/iqtnwx), а також Положенні про підготовку здобувачів ступеня "доктор філософії" (https://surl.lu/ufnmgv).
Контроль у межах дисциплін ОНП має не лише підсумковий характер, але й виступає засобом поетапного формування та діагностики дослідницьких, аналітичних і професійних компетентностей майбутніх маркетологів-науковців. До основних форм контролю належать: маркетингове моделювання, аналіз маркетингових даних та поведінки споживачів, підготовка аналітичних записок і презентацій, маркетингові кейси, розроблення маркетингових стратегій та комунікаційних кампаній, підготовка звітів і рецензій, дискусії, робота з маркетинговими метриками та показниками ефективності, обґрунтування маркетингових рішень на основі компаративного аналізу. Використання таких методів дозволяє перевірити здатність аспірантів працювати з маркетинговою інформацією, формулювати наукові та прикладні проблеми у сфері маркетингу, застосовувати відповідні методи дослідження, аргументувати висновки та здійснювати критичну оцінку отриманих результатів. Крім того, контрольні заходи охоплюють оцінювання вмінь, що відображають базові академічні цінності: дотримання принципів наукової доброчесності, етики дослідника, соціальної відповідальності маркетологів та принципів сталого розвитку. Інтеграція зазначених форм у навчальні дисципліни забезпечує комплексну перевірку сформованості ПРН як на рівні окремих освітніх компонентів, так і в контексті стратегічної мети програми — підготовки дослідника-маркетолога, здатного до самостійного наукового пошуку, критичного осмислення маркетингових процесів та інноваційного застосування маркетингових знань у практиці.

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

Забезпечення чіткості та зрозумілості форм контрольних заходів і критеріїв оцінювання в рамках ОНП «Маркетинг» досягається шляхом публічного розміщення всієї необхідної інформації про систему оцінювання у програмі навчальної дисципліни через платформу Google Classroom (з доступом до підсумкових результатів). Програма навчальної дисципліни (ПНД) містить інформацію про: види контрольних заходів для кожної тематичної одиниці (тестові завдання, усні відповіді, презентації маркетингових концепцій, аналітичні доповіді, дослідження маркетингових кампаній, практичні кейси, розробка стратегій брендингу тощо), способи їх реалізації, максимальну кількість балів та системи оцінювання (за національною шкалою та ECTS). Бальна структура і критерії виконання завдань встановлюються викладачем на початку курсу і не змінюються впродовж семестру. Аспіранти отримують вичерпні пояснення щодо принципів оцінювання на першому занятті (відповідно до розділу 2 "Положення про критерії та порядок оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти" (https://surl.li/zjmmgp)).

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

Інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання в межах ОНП «Маркетинг» доводиться до здобувачів відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в ПВНЗ "Європейський університет" (https://surl.li/xhekhh), Положення про критерії та порядок оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти (https://surl.li/zjmmgp) та Положення про програму навчальної дисципліни (https://surl.li/dlngbl). План-графік проведення контрольних заходів визначається в академічному календарі, що додається до Наказу про організацію освітнього процесу (https://surl.li/powyqm). Викладач на початку вивчення дисципліни інформує здобувачів про форми контролю та критерії оцінювання, а також надає відповідні роз'яснення. Критерії оцінювання знань здобувачів відображені у програмах навчальних дисциплін (https://surl.li/xthjyj). До початку вивчення дисципліни аспіранти мають можливість самостійно ознайомитися з інформацією про форми контролю та порядок оцінювання, розміщеною на електронних ресурсах університету: у розкладі занять, програмах навчальних дисциплін, графіках заліково-екзаменаційних сесій, що доступні у відкритому доступі на сайті університету (https://surl.li/pgdgjc ). Додатково актуальна інформація доводиться до здобувачів через офіційний канал Європейського університету (https://surl.li/vrvjpi). Розклад проведення заліково-екзаменаційних сесій публікується на сайті університету не пізніше ніж за місяць до їх початку.

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

Форми атестації здобувачів вищої освіти повністю відповідають вимогам стандарту вищої освіти України за спеціальністю D5 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Атестація здобувачів здійснюється окремо за освітньою та за науковою складовими. Атестація освітньої складової здійснюється відповідно до Положення про порядок звітування аспірантів та здобувачів про виконання індивідуального плану наукової роботи (https://surl.li/lestie) та Положення про порядок визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти на третьому освітньо-науковому рівні (https://surl.li/dfmdzm). Наукова складова атестується здобувачем, науковим керівником, рецензентами та випусковою кафедрою маркетингу. Контроль виконання індивідуального плану наукової роботи здійснюється двічі на рік (кожні півроку). Готовність дисертаційного дослідження у сфері маркетингу до захисту визначається та оцінюється науковим керівником. Обов'язковою передумовою для допуску до публічного захисту є успішне виконання здобувачем індивідуального навчального плану та наявність належно

оформленого рукопису дисертації, що відображає результати проведених наукових досліджень у галузі маркетингу відповідно до вимог, встановлених МОН України.

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

Процедура проведення контрольних заходів в університеті регулюється відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу в ПВНЗ "Європейський університет" (https://surl.li/rdsbdr); Положенням про підготовку здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук (https://surl.li/lpfisd ) Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти (https://surl.li/ecfelx); Положення про програму навчальної дисципліни (силабус) (https://surl.li/yztwrd); Положення про практику студентів Європейського університету усіх форм навчання (https://surl.li/olelrg); Положенням про критерії та порядок оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти (https://surl.li/nwxnjb); Положення про випускні кваліфікаційні роботи (проєкти) (https://surl.li/tcbrpg ); Положення про академічну доброчесність (https://surl.li/tjsfsb); Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії (https://surl.li/jrfslq). Всі зазначені вище документи, є у вільному доступі та розміщені на сайті університету у розділі "Офіційні документи Університету" (https://surl.li/jtnbro ).

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

Об'єктивність оцінювання здобувачів у межах ОНП «Маркетинг» забезпечується відповідно до Положення про організацію освітнього процесу, Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти та Положення про порядок створення й організацію роботи екзаменаційної комісії. Механізми запобігання та врегулювання конфлікту інтересів визначені Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій (https://surl.lu/glvrco). У випадку виникнення конфлікту інтересів будь-який учасник освітнього процесу (здобувач чи співробітник університету) має право подати звернення на ім'я ректора, який у разі потреби створює комісію з розгляду ситуації. Відповідне рішення приймається протягом десяти робочих днів. Апеляційні процедури регламентуються Положенням про подання апеляцій (https://surl.li/zcvyte): здобувач подає заяву у день оголошення результатів підсумкового оцінювання завідувачу відділу аспірантури, після чого створюється апеляційна комісія, яка розглядає звернення та ухвалює рішення щодо можливості повторного складання дисципліни. Додатковим інструментом зворотного зв'язку є «скринька довіри» (https://surl.li/ohzofx), та Центр підтримки студентів, що дозволяє анонімно повідомляти про проблемні ситуації. Випадків застосування зазначених процедур в межах ОНП «Маркетинг» не зафіксовано.

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів в межах ОНП «Маркетинг» визначається Положенням про організацію освітнього процесу https://surl.li/xihhxb , Положенням про подання апеляцій (https://surl.li/zcvyte). Здобувачі, які не були атестовані, отримали незадовільні результати під час заліково-екзаменаційної сесії або не з'явилися на підсумковий контроль, мають право ліквідувати академічну заборгованість. Повторне складання заліків і екзаменів допускається не більше двох разів з кожної навчальної дисципліни: перший раз — у викладача, другий — перед комісією відповідно до затвердженого розкладу після завершення підсумкового контролю. У разі невиконання цієї вимоги аспірант підлягає відрахуванню з університету. Перескладання результатів контрольних заходів також можливе за ініціативою здобувача у випадку потреби підвищення позитивної оцінки. Дозвіл на таке перескладання надає завідувач відділу аспірантури, а сам контрольний захід проводить викладач відповідної навчальної дисципліни.

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

Порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів регламентується: Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій (https://surl.li/jvrbhz), Положенням про подання апеляцій (https://surl.li/vgnzqi), Положенням про функціонування скриньки довіри (https://surl.li/pcavyr). У випадку оскарження процедури чи результатів проведення контрольних заходів наказом ректора створюється апеляційна комісія, до складу якої входять завідувач кафедри та науково-педагогічні працівники кафедри, які не є викладачами відповідної освітньої компоненти. Комісія за результатами розгляду апеляційної заяви ухвалює рішення щодо її задоволення або відмови. У разі задоволення апеляційної заяви комісія скасовує попередні результати підсумкового контролю та призначає повторне його проведення. За підсумками повторного контролю складається протокол із зазначенням оцінок здобувача вищої освіти, які доводяться до його відома у встановленому порядку. Інформування здобувачів вищої освіти про процедури оскарження результатів здійснюється на системній основі: викладачами, які забезпечують викладання освітніх компонент; завідувачами кафедр; деканами факультетів під час організаційних зустрічей на початку заліково-екзаменаційної сесії; шляхом забезпечення відкритого доступу до відповідних нормативних документів на офіційному вебсайті університету. За період реалізації освітньої програми випадків оскарження результатів контрольних заходів не зафіксовано.

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

В Європейському університеті розроблено та прийнято низку документів, які визначають загальні принципи

політики, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності: Положення про організацію освітнього процесу в ПВНЗ “Європейський університет” (https://surl.li/luicgz); Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти (https://surl.li/rvjcvw). Основними документами Європейського університету, які визначають внутрішню політику, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності є: Положення про академічну доброчесність (https://surl.li/ikmhvj); Інструкція з перевірки випускних кваліфікаційних робіт (ВКР) антиплагіатною програмою в ПВНЗ “Європейський університет” (https://surl.li/zktgmm).

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

Інструменти протидії порушення академічної доброчесності описані в розділі 6 Положення про академічну доброчесність у ПВНЗ “Європейський університет” (https://surl.li/ikmhvj). Цей розділ передбачає наступні інструменти протидії порушення академічної доброчесності в освітньому процесі: чітке та систематичне інформування здобувачів вищої освіти щодо неприпустимості наявності плагіату; запровадження курсу академічної доброчесності; висвітлення інформації щодо академічної доброчесності на сайті університету; обов’язкову перевірка курсових, кваліфікаційних, дисертаційних робіт та наукових статей, інших рукописів антиплагіатною програмою. Посилання на репозитарій ПВНЗ “Європейський університет”: https://surl.li/frkowu , в якому розміщуються дисертації здобувачів освіти університету рівня “Доктор філософії”.

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

Для поширення принципів академічної доброчесності серед здобувачів вищої освіти за ОНП «Маркетинг» в Європейському університеті створено вільний доступ до відповідних матеріалів у розділі «Офіційні документи університету» (https://surl.li/rughpy). Розвиток культури академічної чесності відбувається через роз'яснювальну роботу викладачів щодо норм цитування, наслідків порушень академічних стандартів, а також під час підготовки наукових публікацій та дисертаційних досліджень. Просвітницька діяльність у цьому напрямі реалізується через участь у вебінарах, круглих столах, наукових конференціях та інших освітніх заходах (https://surl.li/dtismf, https://surl.li/ofgfzs, https://surl.li/zvrnrm, https://surl.li/ubiana). До структури ОНП інтегровано освітній компонент «Академічна доброчесність», що забезпечує опанування теоретичних основ і практичних навичок дотримання академічних норм у науковій та професійній діяльності . На додаток до основного курсу здобувачі мають доступ до спеціалізованих навчальних модулів, розроблених науково-педагогічними працівниками університету, присвячених питанням академічної етики (https://courses.e-u.edu.ua/). Університет активно співпрацює з Центром українсько-європейського наукового співробітництва у напрямі розвитку компетентностей академічної доброчесності. Зокрема, за безпосередньою участю професорсько-викладацького складу (Ягодзінський С.М., Козинець А.О.) організовано серію освітніх заходів з підвищення кваліфікації для викладачів та аспірантів (https://surl.li/ybxwpw, https://surl.li/upmeun).

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

Відповідальність за порушення принципів академічної доброчесності учасниками освітнього процесу визначається Положенням про академічну доброчесність у ПВНЗ «Європейський університет» (https://surl.li/ikmhvj).

Здобувачі вищої освіти за ОНП «Маркетинг» та науково-педагогічні працівники, які порушили принципи академічної доброчесності, несуть особисту відповідальність за дане порушення. Публікація рукописів, у яких виявлено академічний плагіат, забороняється. Випадків порушення академічної доброчесності аспірантів не зафіксовано.

## 6. Людські ресурси

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

Необхідний рівень професіоналізму науково-педагогічних працівників під час конкурсного добору визначається Положенням про обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників (https://surl.li/yvntgv). До складу професорсько-викладацького колективу залучаються особи, які мають відповідні наукові ступені та вчені звання. Кваліфікаційні вимоги та професійний досвід викладачів відповідають вимогам, встановленим Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності (Постанова КМУ №1187 від 30.12.2015 (зі змінами)). Усі науково-педагогічні працівники, які забезпечують освітній процес за ОНП «Маркетинг», мають наукові ступені та вчені звання відповідно до профілю спеціальності.
Викладачі за ОНП "Маркетинг" мають ґрунтовну освіту, значний досвід професійної та наукової діяльності, постійно підвищують кваліфікацію через навчання, наукові стажування та участь у міжнародних освітніх і наукових заходах. Серед прикладів: доц. Овсієнко Н.В. (гарант програми) пройшла міжнародне наукове стажування за програмою підвищення кваліфікації (сертифікат № BG/HSSE/026-2024, Higher School of Security and Economics,

Plovdiv, Bulgaria, 180 год/6 кредитів), а також стажування в ПрАТ «ОТІС», м. Київ, за напрямом «Розробка маркетингової стратегії для компанії ОТІС» (15.03 - 25.05.2021 р., 6 кредитів, 180 год.). Проф. Гаврилюк О.В. активно публікується у фахових виданнях з питань цифрового маркетингу, нейромаркетингу та маркетингових інновацій, є членом Української Асоціації Маркетингу та входить до складу редакційних колегій наукових журналів. Доц. Майстренко Ю.В. систематично підвищує кваліфікацію у сфері сучасних маркетингових технологій та digital-інструментів. Проф. Ягодзінський С.М. має значний досвід у сфері академічної доброчесності та методології наукових досліджень.
Зокрема, НПП кафедри маркетингу протягом 2024-2025 рр. пройшли серію підвищення кваліфікації за програмою «Штучний інтелект і межі академічної доброчесності», що дозволяє інтегрувати найсучасніші підходи до викладання та наукових досліджень у сфері маркетингу. Контроль за якістю та професіоналізмом викладачів здійснюється через систематичний моніторинг їхньої діяльності, зокрема шляхом відвідування відкритих занять представниками адміністрації Університету.

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

Процедури та критерії конкурсного добору науково-педагогічних працівників, які забезпечують ОНП «Маркетинг», регламентуються Положенням про обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників ПВНЗ «Європейський університет» (https://surl.li/yvntgv) та укладенням контрактів, що підтверджують відповідність академічної та професійної кваліфікації, а також цілей і програмних результатів навчання, визначених освітньо-науковою програмою. Прозорість конкурсного відбору забезпечується через публікацію оголошень на офіційному вебсайті університету із зазначенням посади, вимог до кандидатів, переліку необхідних документів та термінів подання. Забезпечується заборона на необґрунтовані відмови в допуску до участі, а кандидати мають право ознайомитися з процедурою конкурсу та оскаржити рішення у встановленому порядку. Недискримінаційність і рівні умови участі гарантуються доступністю конкурсу для всіх осіб із відповідною освітою, науковим ступенем чи вченим званням, незалежно від статі, віку чи соціального статусу. Умови проведення конкурсу регламентуються розділом 2 «Умови проведення конкурсу», розділом 3 «Прийом та розгляд документів на участь у конкурсі, проведення співбесіди» та розділом 4 «Проведення процедури обрання за конкурсом» Положення.

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

Залучення роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу здобувачівза ОНП «Маркетинг» здійснюється через робочі зустрічі, семінари, гостьові лекції та консультації з потенційними роботодавцями. Під час таких заходів обговорюються та рецензуються освітні програми з урахуванням пропозицій щодо формування професійних компетентностей та їх відповідності сучасним потребам ринку. Залучення роботодавців і практиків відбувається також на етапі оновлення освітньої програми та проєктування окремих освітніх компонентів. Під час зустрічей зі стейкхолдерами https://surl.lt/xmsqgx , https://surl.li/nhonld обговорюються питання актуальності освітніх компонентів та їх наповнення. Наприклад, представники бізнесу під час зустрічей пропонують вибіркові курси або доповнення до існуючих освітніх компонентів, що враховують сучасні digital-інструменти, маркетингові платформи, аналітичні системи та інші технології, необхідні для практичної діяльності маркетолога. Зокрема, за пропозицією Шеремет Я.В. (ПП «ФАБ-Консалтинг») та Вострєкова С. (ТОВ «ДВЄ») було внесено зміни до змісту освітніх компонентів: додано ОК Актуальні проблеми нейромаркетингу. Крім того, у навчальний процес залучаються практики-професіонали як запрошені лектори: Друзюк Я. та Дзюбенко В. (військовий маркетинг) (https://surl.li/fbmtcc ), представники Arbitrage Up (affiliate marketing) (https://surl.li/juopoh ), фахівці Держпродспоживслужби Сенчук В. та Гвоздецька Т. (соціально-відповідальний маркетинг).

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

Для підтримки професійного розвитку створено низку курсів і спеціальну онлайн-сторінку (https://courses.e-u.edu.ua/), де розміщені освітні курси: "(не) Популярний курс з акредитації освітніх програм", "Цифрова трансформація вищої освіти", "Як доброчесно використовувати ChatGPT?", "Як стати доктором філософії: покрокова інструкція", "Право на творчість: процедура реєстрації та захисту інтелектуальної власності", "Як розпочати власну справу: від ідеї до реєстрації ФОП". Додатково функціонує "English Speaking Club EU" (https://surl.li/mvaydy), де викладачі й здобувачі освіти підвищують рівень володіння англійською мовою.
Практичне вдосконалення включає стажування та програми як в Україні, так і за кордоном. Зокрема, гарант ОНП доц. Овсієнко Н.В. пройшла міжнародне стажування за програмою підвищення кваліфікації (сертифікат № BG/HSSE/026-2024,, Higher School of Security and Economics, Plovdiv, Bulgaria, 180 год./6 кредитів). Проф. Гаврилюк О.В. пройшов навчання за програмою підвищення кваліфікації «Економічна взаємозалежність країн і військові конфлікти. Бізнес у XXI столітті» у рамках реалізації міжнародного проєкту Еразмус+ Модуль Жан Моне EuSANU (ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»).
Університет надає викладачам доступ до міжнародних наукометричних баз даних Scopus, Web of Science, а також до фахових видань України. Крім цього, адміністрація Університету регулярно інформує викладачів про наявність програм навчання та можливості стажування на різних освітніх платформах (Дія, Prometheus тощо).

**Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності**

Європейський університет стимулює професійний розвиток науково-педагогічних працівників кафедри через систему заохочень та нагород, що регламентується Положенням про нагородження та заохочення працівників ПВНЗ «Європейський університет» (https://surl.li/bbhrwc), а також через нагородження відзнаками Асоціації навчальних закладів України приватної форми власності. Для підвищення ефективності та результативності професійної діяльності НПП запроваджено систему рейтингового оцінювання, відповідно до Положення про оцінювання науково-педагогічних і педагогічних працівників Європейського університету (https://surl.li/vlmaee). Наказом ректора «Про запровадження бонусної програми для викладачів Європейського університету» введено в дію бонусну програму для штатних науково-педагогічних працівників. У 2024–2025 н.р. участь у програмі брали, зокрема: проф. Ягодзінський С.М. (бонус 12% до окладу), доц. Овсієнко Н.В. (20%), доц. Козинець А.О. (15%). При укладанні контрактів з НПП університет визначає необхідний рівень кваліфікації та встановлює персоналізовані завдання щодо професійного зростання, що сприяє науковому та практичному розвитку викладачів і підвищує якість реалізації ОНП «Маркетинг».

## 7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

В Європейському університеті систематично здійснюється робота щодо удосконалення МТЗ. Здобувачі мають доступ до електронних ресурсів, зокрема Research4Life, бібліографічної бази даних Scopus, навчальної платформи Researcher Academy, Національного репозитарію академічних текстів. Функціонують Лабораторія Ноосфери та Штучного Інтелекту (NooLab&AI), Центр підтримки технологій та інновацій (TISC), започаткований Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (WIPO). Зокрема, на базі лаб. ШІ тестуються можливості ШІ для аналізу економічних процесів та економічних систем. Впроваджено підтримку ШІ в гугл-класах ОК. Навчальні корпуси забезпечені достатньою кількістю аудиторій із мультимедійними комплексами (проектор, SMART-дошка, комп'ютери) та комп'ютерними класами з доступом до Інтернету і Wi-Fi. Соціальна інфраструктура включає бібліотеку (https://surl.li/jkzmei ), актову залу, спортивні та тренажерні зали, стадіон, їдальню, кафетерій, медичний пункт, а також місця для відпочинку та культурного дозвілля здобувачів (https://surl.li/zoawkj). Університет також має гуртожитки для здобувачів (https://surl.li/oczgwr). Навчально-методичне забезпечення ОНП сприяє досягненню визначених цілей і програмних результатів. В освітньому процесі застосовуються платформи Zoom та Google Meet. Бібліотечний фонд університету є достатнім для навчання здобувачів ОНП. Результати анкетування, проведеного у вересні, свідчать про високу задоволеність здобувачів навчально-методичним та матеріально-технічним забезпеченням.

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

В Європейському університеті створено службові сервіси у вигляді корпоративних інструментів на платформі Google, які використовуються для організації освітнього процесу за ОНП «Маркетинг». До них належать корпоративні пошти, групові розсилки сповіщень, форми опитування, електронні журнали та інші інструменти корпоративного пакету. Через ці сервіси забезпечується доступ до розкладу занять (https://surl.li/ctcosi) та навчальних ресурсів (https://surli.cc/ykotkn). Доступ до ресурсів надається здобувачам деканом під час організаційних зустрічей перед початком семестру. Для розвитку інтелектуального та професійного потенціалу студентів та аспірантів функціонує Стартап Клуб Європейського університету (http://surl.li/zhngoo), а в межах Клубу інтелектуальних ігор запроваджено дисципліну «Emotional Intelligence», що спрямована на поєднання аналітичного та емоційного інтелекту як ключових компонентів професійного та особистісного розвитку. Для потреб здобувачів підготовлено низку навчально-методичних матеріалів та онлайн-курсів: "Як стати доктором філософії: покрокова інструкція" (https://surl.lu/qvzkop"; "Захист дисертації PhD: покрокова інструкція" (https://surli.cc/svjodc); "Підготовка до іспитів з англійської та української мов (рівні B2-C2)" (https://surl.li/tlmitq); "Комп'ютерна програма «PhD Навігатор: крок за кроком до захисту»" (https://surl.li/mnivhz). Ці ресурси забезпечують системну підтримку здобувачів на всіх етапах навчання та сприяють ефективній реалізації освітньо-наукової програми.

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

Безпечність освітнього середовища для життя та здоров'я здобувачів забезпечується документально та підтверджується відповідністю приміщень і матеріально-технічної бази санітарним нормам, вимогам правил пожежної безпеки та охорони праці. За потреби застосовується система оповіщення працівників та студентів. Концепція освітньої діяльності університету ґрунтується на студентоцентрованому підході, що передбачає створення безпечного та комфортного середовища, яке враховує потреби і інтереси всіх учасників освітнього процесу (https://surl.li/qehwfa). Навчальні корпуси відповідають усім санітарно-технічним стандартам і правилам безпеки, обладнані контрольно-пропускними системами, відеокамерами, системами протипожежної безпеки, блискавковідводами та заземленням, а також мають укриття. Для забезпечення інформаційної та кібербезпеки функціонує комплексна система захисту інформації. Усі учасники освітнього процесу ознайомлені з правилами охорони праці, адаптованими до умов воєнного стану через відповідні накази. Для підтримки психічного здоров'я здобувачів діє психологічна служба Європейського університету (http://surl.li/gkacns), де студенти можуть отримати

консультації щодо адаптації та інших особистісних питань. Також функціонує «Скринька довіри», розташована на 2 поверсі головного корпусу , яка забезпечує можливість анонімного звернення щодо проблем або порушень.

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

ПВНЗ «Європейський університет» забезпечує комплексну підтримку здобувачів. Деканат та кафедра щосеместрово організовують інформаційно-організаційні зустрічі, науково-педагогічні працівники щотижня надають консультативну та соціальну підтримку, допомагаючи у плануванні освітньої траєкторії, вирішенні організаційних питань, навчальній та науковій роботі. Важлива інформація розміщена на офіційному сайті університету. Аспіранти можуть отримати безоплатну психологічну підтримку через психологічну службу університету (http://surl.li/gkacns): індивідуальні консультації, онлайн або телефоном. Служба допомагає в адаптації, соціально-професійному самовизначенні, вирішенні особистісних та міжособистісних проблем, подоланні негативних емоційних станів. Робота організована відповідно до рекомендацій Всеукраїнської програми ментального здоров'я «Ти як» за ініціативи Олени Зеленської, деталізованих у посібнику «Університет як простір психосоціальної підтримки та турботи про психічне здоров'я» (підпункт 1.4).
Діяльність служби реалізується на базі кафедри практичної психології за напрямками: психологічна просвіта, профілактика, діагностика, консультування, моніторинг, аналітика, корекція та кризове втручання. Під час реалізації освітньої програми звернень здобувачів не зафіксовано. Згідно з Положенням «Про кімнату психологічного розвантаження», створено спеціальний майданчик для забезпечення ефективного внутрішнього простору здобувачів (https://surl.li/gvnuva).

**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)**

Створення умов для реалізації права на освіту здобувачами з особливими освітніми потребами регламентується Положенням про організацію інклюзивного навчання осіб з особливими освітніми потребами у ПВНЗ «Європейський університет» (http://surl.li/hbdvmm). Документ визначає організаційні засади інклюзивного навчання, спрямовані на забезпечення права таких осіб на здобуття якісної освіти. Положення передбачає: створення інклюзивного освітнього середовища; застосування принципів універсального дизайну в освітньому процесі; залучення відповідних фахівців і педагогічних працівників для підтримки здобувачів з особливими освітніми потребами; забезпечення доступності освітньої інформації в різних форматах (https://surl.li/xifjep). На сайті університету також розміщено інформацію для маломобільних груп населення (https://surl.li/uhcslb), що сприяє доступності освітніх послуг для всіх категорій здобувачів.

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

В Європейському університеті впроваджено політику та процедури для запобігання та врегулювання конфліктів, булінгу, дискримінації, сексуальних домагань та інших конфліктних ситуацій, що регламентуються Положенням про врегулювання конфліктних ситуацій (http://surl.li/jtakdp). Процедури передбачають розгляд конфліктних випадків комісією, яка створюється ректором за необхідності. У питаннях протидії корупції університет керується Законом України «Про запобігання корупції». Співробітники та здобувачі вищої освіти ознайомлені зі способами повідомлення про прояви корупції та інших форм неетичної поведінки через "Скриньку довіри" (https://surl.lu/xjuslu), розташовану на 2 поверсі головного корпусу. Для забезпечення протидії корупції по Університету наказом ректора призначено відповідальну особу з практичним досвідом – доцента кафедри права Ієрусалимова І.О. На ОНП «Маркетинг» конкретних випадків застосування цих процедур не зафіксовано.

## 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

У ПВНЗ "Європейський університет" процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм регулюються Положенням про формування, затвердження та оновлення освітніх програм у ПВНЗ «Європейський університет» (http://surl.li/njcclz) та Положенням про внутрішню систему забезпечення якості освіти (https://surl.li/wxoiqv). З метою підтримання високого рівня якості освітніх програм, їх актуальності та відповідності встановленим цілям в університеті систематично проводиться моніторинг та оновлення освітніх програм. Крім того, в Університеті функціонує комплексна система нормативно-правового забезпечення внутрішньої якості вищої освіти (https://surl.lu/mswkks), положення якої поширюються на всі освітні програми, зокрема на ОНП «Маркетинг».

**Яким чином та з якою періодичністю відбувається перегляд ОП? Які зміни були внесені до ОП за**

**результатами останнього перегляду, чим вони були обґрунтовані?**

Моніторинг ОНП «Маркетинг» з метою її удосконалення здійснюється систематично, зміни вносяться щоквартально за результатами зустрічей зі стейкхолдерами, опитуванням здобувачів. Підставою для оновлення ОНП є ініціатива та пропозиції гаранта програми , науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу, які її реалізують, а також зауваження та пропозиції здобувачів вищої освіти, роботодавців та представників академічної спільноти. Під час моніторингу враховуються сучасні тенденції розвитку маркетингу, цифрові трансформації у бізнесі, державна політика України, оновлення стандартів вищої освіти та вимоги ринку праці. Наприклад, результати моніторингу відображені у щорічних звітах гаранта програми, протоколах засідань кафедри, результатах опитувань здобувачів (https://surl.lu/sqyfdt ), а також за результатами зустрічей та висновків роботодавців (Шеремет Я.В. – ПП «ФАБ-Консалтинг», Вострєков С.В. – ТОВ «ДВЄ») та представників академічної спільноти (проф. Руденко М.В., доц. Кравченко О.О., доц. Сова О.В.). За результатами моніторингу у 2025 році внесено такі зміни до освітньо-наукової програми: ОК1 "Філософія науки та методологія наукового дослідження" – зменшено обсяг з 5 до 4 кредитів ЄКТС для оптимізації навчального навантаження та перерозподілу годин на користь практичної підготовки; зміни ініційовані зауваженнями здобувачів; ОК4 – оновлено з на "Маркетинг в глобальному середовищі" для більш чіткого фокусування на глобальних маркетингових процесах та міжнародних аспектах маркетингової діяльності (пропозиції робочої групи); ОК5 – оновлено з "Академічна англійська мова у науковій діяльності" на "Академічна англійська та українська мови" для забезпечення комплексного розвитку мовних компетентностей аспірантів як в англійській, так і в українській науковій мові, що є важливим для публікацій у вітчизняних та міжнародних виданнях; ОК7 – замінено на "Актуальні проблеми нейромаркетингу" за пропозицією представників академічної спільноти (проф. Руденко М.В., доц. Кравченко О.О.), які наголосили на важливості нейромаркетингових досліджень як інноваційного напряму в сучасній маркетинговій науці та практиці; ПР01 – внесено зміни до структури та назви ОК "Науково-педагогічна практика" на "Педагогічна практика" та збільшено обсяг з 4 до 5 кредитів для посилення педагогічної складової підготовки докторів філософії, що відповідає вимогам стандарту та потребам закладів вищої освіти у висококваліфікованих викладачах-дослідниках (пропозиції роботодавців з академічної сфери). Модернізація програми підтверджується протоколами (Протокол № 14 від 22 травня 2025 р., протокол №16 від 20 червня 2025р.) та звітами, які включені до акредитаційної справи. Програма повністю узгоджена зі стандартом вищої освіти зі спеціальності D5 «Маркетинг» (наказ МОН України №313 від 07.04.2022) та забезпечує формування науково-педагогічних і фахових компетентностей, необхідних для проведення оригінальних досліджень у сфері маркетингу.

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

Здобувачі ОНП «Маркетинг» активно залучені до періодичного перегляду програми та процедур забезпечення якості через різні механізми участі, їхні пропозиції систематично враховуються під час модернізації:
Механізми залучення: систематичні опитування (https://surl.lt/fykvyd) – результати використовуються для аналізу та прийняття рішень щодо оновлення ОНП; участь у робочих зустрічах та засіданнях кафедри (протокол № 14 від 22.05.2025) – здобувачі запрошуються на засідання кафедри маркетингу та зустрічі робочої групи ОНП, де висловлюють пропозиції щодо змісту освітніх компонентів, форм контролю та організації освітнього процесу (https://surl.li/iwgkea); безпосередня комунікація з гарантом програми – аспіранти мають постійний зв'язок з гарантом ОНП та науковими керівниками для оперативного реагування на їхні потреби.
Аспіранти 4-го року навчання Савчук В.А., Давидюк І.І. вказували на необхідність посилення англомовної складової для публікацій у міжнародних виданнях та участі в конференціях. Висловлювали побажання щодо зміни форми підсумкового контролю з деяких дисциплін для більшого акценту на практичних навичках та дискусіях замість традиційних екзаменів. Це враховано при оновленні форм контролю окремих компонентів, де акцент зміщено на захист проєктних робіт, презентації та аналітичні кейси. Усі пропозиції фіксуються в протоколах засідань кафедри (Протокол № 9 від 27.02.2025).

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

Здобувачі є ключовим елементом системи забезпечення якості ОНП. Студентське самоврядування активно залучається до періодичного перегляду ОНП відповідно до Положення (https://surl.li/royfwm). Представники студ.самоврядування факультету економіки та менеджменту входять до робочої групи з перегляду програми.
У протоколі від 15.11.2024 зафіксовано участь членів студ.ради, які ініціювали обговорення академічної мобільності та запропонували включення блоку щодо міжнародних грантових програм. Щорічні опитування аспірантів (травень 2025) виявили потребу в розширенні практичного блоку.
На підставі результатів: ОК5 – оновлено на "Академічна англійська та українська мови" для комплексного розвитку мовних компетентностей; ОК1 – зменшено з 5 до 4 кредитів для оптимізації навантаження та перерозподілу годин на практичну підготовку.
Зустріч студ.ради з гарантом (березень 2025) стала підставою для уточнення вибіркових компонентів. За пропозицією здобувачів введено курс із проблем сталого розвитку та зеленої економіки. У протоколі №11 від 28.03.2025 зафіксовано пропозиції щодо вдосконалення педагогічної практики, зокрема – розширення можливостей для занять англійською мовою.

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

Університет активно взаємодіє з усіма зацікавленими сторонами, зокрема з роботодавцями. Функціонує Рада стейкхолдерів (https://surl.li/ootxqp), яка засідає не рідше разу на квартал. Рада сприяє забезпеченню якості освіти

через опитування здобувачів і працівників, організацію методичних заходів, ведення скриньки пропозицій та комунікацію з учасниками освітнього процесу.
Для оцінки відповідності ОНП «Маркетинг» потребам ринку праці регулярно здійснюється збір зворотного зв'язку від роботодавців та стейкхолдерів (https://surl.li/ovgzxa). До формування ОНП залучалися провідні компанії економічного сектору: консалтингові компанії, фінансові установи, підприємства промислового та торговельного секторів, аналітичні центри.
За пропозицією Шеремет Я.В. (ПП «ФАБ-Консалтинг») та Вострєкова С.В. (ТОВ «ДВЄ») проаналізовано зміст освітнього компонента ОК4 "Маркетинг в глобальному середовищі". Роботодавці наголосили на необхідності чіткішого фокусування на глобальних маркетингових процесах, міжнародних аспектах маркетингової діяльності та практичних кейсах з міжнародного маркетингу. Їхні рекомендації враховано при оновленні програми дисципліни, де посилено увагу до адаптації маркетингових стратегій у міжнародному контексті та аналізу глобальних маркетингових трендів.
Регулярне отримання зворотного зв'язку від роботодавців та стейкхолдерів забезпечує актуальність ОНП «Маркетинг» та її відповідність потребам ринку праці.

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

Проходження акредитації відбувається вперше.

Збір та аналіз інформації щодо кар'єрного шляху та працевлаштування випускників ОНП здійснюється випусковою кафедрою. Під час спілкування з гарантом програми, науковими керівниками та представниками випускової кафедри здобувачі отримують інформацію про можливості професійного розвитку та кар'єрного зростання в Університеті. Запроваджено практику збору інформації про кар'єрні шляхи випускників шляхом щорічних опитувань, індивідуальних інтерв'ю та моніторингу їхньої професійної діяльності через соціальні мережі та професійні платформи. Зібрані дані аналізуються для внесення змін у зміст ОНП відповідно до актуальних потреб ринку праці. Моніторинг професійної діяльності випускників інших ОНП університету показав, що 4% залишилися працювати на кафедрах Університету (Левченко С.В., Ханін С.В., Святобог О.С.), 44% обіймають посади в органах державного управління, а 23% – на підприємствах виробничого сектору. Гарант ОНП, випускова кафедра та група забезпечення активно підтримують контакт із випускниками аспірантури різних років для обміну досвідом та оновлення освітньої програми відповідно до реальних потреб професійної практики

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

Реалізація заходів щодо забезпечення моніторингу внутрішніх показників якості освітньої діяльності за ОНП «Маркетинг» здійснюється на рівні кафедр (контроль діяльності НПП, слухання, обговорення та прийняття рішень на засіданнях кафедр), факультету (контроль діяльності кафедр, розгляд та затвердження ключових документів щодо реалізації ОНП на вченій раді факультету), а також на рівні ЗВО – через діяльність Центру забезпечення якості освіти ПВНЗ «Європейський університет», який координує моніторинг виконання прийнятих рішень. В Європейському університеті функціонує внутрішня система забезпечення якості, яка забезпечує своєчасне реагування на результати моніторингу ОНП «Маркетинг». Система включає регулярний аналіз освітньої діяльності, оновлення програм навчальних дисциплін відповідно до потреб ринку праці, а також активне залучення стейкхолдерів (здобувачів, випускників, роботодавців, представників бізнес-спільноти) через раду стейкхолдерів. Моніторинг ОНП здійснюється із використанням анкетування у форматі Google-форм, що охоплюють здобувачів, викладачів, роботодавців та інших заінтересованих сторін. Отримані результати аналізуються для оперативного внесення змін у програму – зокрема, щодо складу освітніх компонентів, форм оцінювання та практичних складових. Анкети охоплюють широкий спектр питань: від організації освітнього процесу та якості викладання до працевлаштування випускників і рівня їхньої задоволеності навчанням. На основі цього формуються рекомендації та пропозиції для удосконалення ОНП «Маркетинг». На рівні кафедри, яка відповідає за реалізацію освітньої програми, здійснюється постійний моніторинг якості викладання та організації освітнього процесу. За результатами опитувань здобувачів вищої освіти (https://surl.li/ovgzxa ) та відгуків стейкхолдерів/роботодавців (https://surl.li/ovgzxa ) – кафедра ініціює оновлення та вдосконалення ПНД. Результати проведених опитувань здобувачів ОНП «Маркетинг», представників бізнесу та НПП підтвердили відсутність суттєвих недоліків у програмі та освітній діяльності, спрямованій на її реалізацію (https://surl.li/ovgzxa ).

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

Акредитація ОНП Маркетинг проводиться вперше. З попередніх акредитацій інших спеціальностей було враховано наступні пропозиції експертів: удосконалено структуру навчального плану з урахуванням балансу між теоретичними та практичними компонентами; передбачено час для підготовки здобувачів до єдиного державного заліку; створено спеціалізований курс для аспірантів, спрямований на підготовку до захисту дисертаційних досліджень. На засіданнях кафедри маркетингу з питань удосконалення ОНП «Маркетинг» були заслухані та враховані пропозиції наступних представників академічної спільноти: проректора з науково-методичної роботи - Ягодзінського С.М.; проректора з навчальної роботи та регіонального розвитку - Козинця А.О. Їхні зауваження та рекомендації були використані при коригуванні змісту дисциплін, навчальних матеріалів та організації освітнього процесу у аспірантурі за напрямом D "Бізнес, адміністрування та право".

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

Роль академічної спільноти у забезпеченні якості ОНП «Маркетинг» регламентується Статутом ПВНЗ «Європейський університет» (http://surl.li/tchbkd) та Положенням про внутрішню систему забезпечення якості освіти (https://surl.li/roytqw). Академічна спільнота активно залучається до формування та вдосконалення освітньої програми.
Університет співпрацює з науково-дослідними установами (Інститут демографії та досліджень якості життя імені М. Птухи НАН України), закладами освіти (ЧНУ імені Б. Хмельницького). За пропозицією проф. Руденка М.В. (директор ННІ економіки і права ЧНУ) та доц. Кравченко О.О. (завідувач кафедри підприємництва і маркетингу ЧНУ) замінено ОК7 з "Стратегічний маркетинг та управління брендом" на "Актуальні проблеми нейромаркетингу". Експерти обґрунтували важливість нейромаркетингових досліджень як інноваційного напряму, що відповідає світовим тенденціям.
За рекомендаціями представників академічної спільноти – роботодавців з освітньої сфери – збільшено обсяг педагогічної практики (ПР01) з 4 до 5 кредитів ЄКТС, що посилює педагогічну складову підготовки докторів філософії.
Здобувачі, викладачі та роботодавці можуть ініціювати зміни до ОНП, надавати зворотний зв'язок і брати участь у прийнятті стратегічних рішень щодо оновлення змісту, форм та методів навчання.

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

Здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти у Європейському університеті відбувається в межах відповідальності таких підрозділів: Ректор, Вчена рада розробляють стратегії політики, процедури та практики для академічного забезпечення якості; Кафедри періодично переглядають освітні програми, аналізують забезпечення навчально-методичними ресурсами та здійснюють моніторинг задоволеності здобувачів якістю освітніх послуг.
Основні елементи культури якості освітнього процесу: 1. Створення структур та процедур, що забезпечують контроль, моніторинг і постійне покращення якості. 2. Активне використання зворотного зв'язку від студентів, викладачів та зацікавлених сторін для оцінки та поліпшення освітнього процесу. 3. Підтримка професійного розвитку викладачів через тренінги, обмін досвідом. 4. Оперативне реагування на зовнішні зміни, інновації та потреби ринку праці для збереження конкурентоспроможності. 5. Активна участь студентів у визначенні стандартів якості та їх покращенні.
Політика якості відповідає стандартам ESG-2015, Законам України «Про освіту» та «Про вищу освіту» й регламентується внутрішніми документами університету. Практична реалізація відбувається через організацію тренінгів, семінарів і курсів підвищення кваліфікації. Зокрема, розроблено курс з акредитації освітніх програм, який за два роки пройшли понад 300 НПП із 65 закладів вищої освіти України; для викладачів університету він безкоштовний.

## 9. Прозорість і публічність

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

Права та обов'язки учасників освітнього процесу регулюються документами: Положення про організацію освітнього процесу (https://surl.li/cqigey); Положення про підготовку здобувачів ступеня доктора філософії (https://surl.li/bkqqxi); Статут (https://surl.lu/gdrqdu); Правила прийому (https://e-u.edu.ua/ua/nauka/aspirantura-ta-doktorantura/); Положення про внутрішню систему забезпечення якості (https://surl.li/kcmtyx); Положення про практичну підготовку (https://surl.li/gnjoto); Положення про кредитно-трансферну систему (https://surl.li/iiwrzi); Положення про вільний вибір освітніх компонент (https://surl.li/jntecr); Положення про обрання НПП (https://surl.li/hesbjk); Правила внутрішнього розпорядку (https://surl.li/cgsxmt).
Документи відкриті на вебсайті університету та розміщені на стендах кафедри маркетингу і відділу аспірантури. Аналіз доступності правил здійснюється раз на семестр через анонімне опитування; за результатами 2025 року 94% аспірантів підтвердили доступність та зрозумілість документів (https://surl.li/lwbcnm).
При зарахуванні кожен здобувач проходить ознайомлення з нормативними документами під час вступної зустрічі (організовується відділом аспірантури щороку у вересні), підтверджує підписом у журналі та отримує пам'ятку про наслідки невиконання вимог.

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

ОНП “Маркетинг” 2025 року, а також відповідний проєкт освітньої програми знаходяться за посиланням - https://surl.li/bzksco .
Опитування партнерів/роботодавців/здобувачів ОНП "Маркетинг" розміщене на сторінці сайту університету https://surli.cc/uphvrx

**Наведіть посилання на оприлюднену у відкритому доступі на своєму вебсайті інформацію про**

**освітню програму (освітню програму у повному обсязі, навчальні плани, робочі програми навчальних дисциплін, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства**

Оприлюднена у відкритому доступі інформація про ОНП “Маркетинг”, навчальний план та робочі програми навчальних дисциплін (https://surl.li/uptmti ). Процедура вибору освітніх компонентів відбувається відповідно до Положення про вільний вибір освітніх компонент здобувачів вищої освіти ПВНЗ “Європейський університет” (https://surl.li/jntecr). Вибіркові освітні компоненти, які пропонуються кафедрою здобувач обирає самостійно з каталогу (https://surli.cc/dhqyif).

## 10. Навчання через дослідження

**Продемонструйте, що зміст освітньо-наукової (освітньо-творчої) програми забезпечує повноцінну підготовку аспірантів (ад’юнктів) до розв’язання комплексних проблем у галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності за відповідною спеціальністю (спеціальностями) та/або галуззю знань (галузями знань), володіння методологією наукової та педагогічної діяльності**

ОНП «Маркетинг» відповідає вимогам підготовки здобувачів рівня доктора філософії, відображає наукові інтереси аспірантів і включає необхідні компоненти для дослідницької та викладацької діяльності. Програма формує компетентності для самостійних наукових досліджень і педагогічної роботи через ОК1 "Філософія науки та методологія наукового дослідження", ОК2 "Академічна доброчесність", ОК3 "Педагогіка та технології надання освітніх послуг" та ПР01 "Педагогічна практика".
ОК2 та ОК5 розвивають уміння презентувати результати досліджень українською та іноземною мовами, публікуватись у вітчизняних і міжнародних виданнях.
ОК4 "Маркетинг в глобальному середовищі", ОК6 "Цифрові технології та інструменти маркетингу" та ОК7 "Актуальні проблеми нейромаркетингу" формують навички планування наукових проєктів, роботи з практичними кейсами, застосування сучасних цифрових технологій та інноваційних методів маркетингових досліджень.
При формуванні індивідуальної освітньої траєкторії враховується тематика дисертаційних досліджень. Щороку здійснюється моніторинг якості ОНП й анкетування аспірантів (https://surl.li/ovgzxa). За результатами ухвалюються рішення щодо оновлення програми. Опитування підтверджують релевантність ОНП науковим інтересам аспірантів і можливість здобуття сучасних компетентностей у галузі маркетингу.

**Продемонструйте, що наукова (освітньо-творча) діяльність аспірантів (ад’юнктів) відповідає напряму досліджень (творчості) наукових (творчих) керівників**

Теми дисертацій аспірантів ОНП «Маркетинг» обговорюються на засіданнях кафедри маркетингу за участі наукового керівника й ухвалюються Вченою радою університету. Тематика досліджень відповідає науковим інтересам керівників та узгоджується з науково-дослідними проєктами кафедри, що забезпечує єдність наукових напрямів.
З аспірантами працюють науковці-експерти у сфері маркетингу, які мають досвід керування науково-дослідними проєктами, публікують результати у фахових виданнях України та міжнародних журналах, індексованих у базах Scopus та Web of Science.
Аспірант Сула Є.В. (тема "Удосконалення управління маркетинговою діяльністю промислових підприємств через формування клієнтської лояльності"), публікації керівника Овсієнко Н.В.:

Овсієнко Н.В. Дослідження рівня лояльності споживачів в стратегічній діяльності на прикладі ПрАТ "ОТІС". Інфраструктура ринку. 2021. №53. С. 55-61. http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/53_2021/13.pdf
Овсієнко Н.В. Особливості маркетингової діяльності підприємств будівельної галузі. Економіка та суспільство. 2021. № 26. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/347/332
Овсієнко Н.В. Дослідження маркетингового потенціалу промислового підприємства на прикладі ПрАТ "ОТІС". Економічний простір. 2021. No 168. С. 71-75.

Тематика публікацій керівника корелює з напрямом дисертаційного дослідження, що забезпечує якісне наукове керівництво.

**Продемонструйте здатність закладу освіти сформувати разові спеціалізовані вчені ради (разові спеціалізовані ради з присудження ступеня доктора мистецтва) для атестації аспірантів (ад’юнктів), які навчаються на відповідній освітній програмі**

Університет має можливість створювати такі ради, адже теми дисертацій відповідають науковим напрямам закладу, що підтверджується публікаціями керівників та членів рад. Станом на дату подання відомостей на кафедрі працює 5 докторів та 7 кандидатів наук. Усі НПП мають необхідний обсяг наукових праць та ідентифікатори у Scopus, ORCID, Google Scholar, що засвідчує їх академічну активність і міжнародну видимість. Теми досліджень аспірантів кореспондуються з науковими інтересами керівників і дослідницькими напрямами кафедри, що підтверджується таблицею. Додатково реалізуються науково-дослідні проєкти, у межах яких здійснюються дослідження. Для підтримки аспірантів розроблено унікальні інструменти: навчальний курс «Як стати доктором філософії: покрокова інструкція» (https://surl.li/xrfiby) та запатентована програма «PhD Навігатор: крок за кроком до захисту» (https://surl.lu/ohwqnq), які підвищують ефективність підготовки дисертацій та забезпечують якісну методичну

підтримку.

**Опишіть, як заклад вищої освіти організаційно та матеріально забезпечує можливості для виконання наукових досліджень (творчих проєктів) і апробації їх результатів відповідно до тематики аспірантів (ад'юнктів) (проведення регулярних конференцій, семінарів, колоквіумів, концертів, спектаклів, майстер-класів, персональних виставок, публічних виступів, надання доступу до використання лабораторій, обладнання, інформаційних та обчислювальних ресурсів тощо).**

У ПВНЗ «Європейський університет» обговорення результатів наукових досліджень аспірантів за ОНП «Маркетингу» організовано у кількох форматах: щоквартально – на засіданнях кафедри маркетингу; щороку – на науково-практичних конференціях та інших заходах наукового профілю, що проходять у ПВНЗ «Європейський університет», із публікацією тез доповідей (https://surl.li/qvqafg ).Матеріальне забезпечення здобувачів: 1) для проведення наукових досліджень аспіранти мають вільний доступ до всіх інформаційних ресурсів університету (електронні бібліотеки, бази даних, репозитарій); 2) публікація тез доповідей на конференціях ПВНЗ «Європейський університет» здійснюється на безоплатній основі; 3) аспіранти мають можливість публікувати результати своїх досліджень у фаховому науковому виданні категорії «Б» – науковий журнал «Економіка і управління» (https://surl.li/dwwjbr ).

**Опишіть, як заклад вищої освіти забезпечує можливості для залучення аспірантів (ад'юнктів) до міжнародної академічної спільноти за спеціальністю, зокрема через виступи на конференціях, публікації, концерти, спектаклі, майстер-класи, персональні виставки, публічні виступи, участь у спільних дослідницьких (творчих мистецьких) проєктах тощо**

На базі ПВНЗ "Європейський університет" регулярно проводяться конференції різних рівнів, до яких залучаються аспіранти через канали комунікації: оголошення на офіційному веб-сайті університету, чат-боти тощо. У ЄУ проводяться кожний рік до Всесвітнього дня науки тиждень молодих науковців, що включає панельні дискусії "Сучасні виклики та перспективи розвитку", круглі столи "Підвищення якості підготовки фахівців та співпраці зі стейкхолдерами", традиційну за останні 3 роки міжнар. конф. студ., аспірантів та молодих вчених "Питання відбудови економіки України у контексті міжнародних інвестиційних проєктів" тощо. Зокрема, аспірант Палій В.В. представив свою наукову роботу на міжнар. наук.-практ. конф. "Current challenges of science and education" 13-15 November 2024. Berlin, Germany . Такий досвід є підгрунтям для подальшої подачі, зокрема аспірантами спеціальності маркетинг, грантових заявок, робіт на наук. конкурси, підготовки матеріалів для участі у міжнар. конф-х, написанні монографій з перспективою розміщення у міжнар. базах Scopus та Web of Science тощо.

**Опишіть наявну практику участі наукових (творчих) керівників аспірантів (ад'юнктів) у дослідницьких (творчих мистецьких) проєктах, результати яких регулярно публікуються, презентуються та/або практично впроваджуються.**

Наукові керівники аспірантів кафедри маркетингу беруть участь у виконанні кафедральної НДР «Стратегічне управління інноваційним розвитком бізнесу в умовах зовнішніх ризиків», затвердженої Вченою радою. До виконання залучаються аспіранти (Сула Є.В., Черевашко Д.Р., Давидюк І.І.), що забезпечує відповідність освітньої та наукової складової ОНП.
Результати НДР інтегруються в освітній процес та дисертаційні дослідження. Здобувачі беруть участь у підготовці колективних публікацій, конференціях та семінарах.
Практична інтеграція результатів відбувається через оновлення змісту освітніх компонентів. У курсі ОК6 введено теми з аналізу впливу штучного інтелекту на маркетингові процеси, у курсі ОК4 – блок з адаптації маркетингових стратегій в умовах глобальних викликів. В ОК7 інтегровано результати досліджень інноваційних методів вивчення поведінки споживачів.
Аспіранти залучаються до університетських НДР «Інституціональний розвиток соціально-політичного простору в умовах глобальної світової нестабільності» (0120U105123) та «Інформаційні технології моделювання складних процесів та систем» (0124U002854), що розширює дослідницькі компетентності та сприяє міждисциплінарній інтеграції маркетингових досліджень.

**Опишіть, як заклад вищої освіти забезпечує дотримання академічної доброчесності у професійній діяльності наукових (творчих) керівників та аспірантів (ад'юнктів)**

У ПВНЗ «Європейський університет» затверджено Положення про академічну доброчесність (https://surl.li/unocuj). Реалізація політики академічної доброчесності в університеті забезпечується шляхом: створення Комісії з етики у випадках виявлення порушень; запровадження та функціонування системи запобігання і виявлення академічного плагіату, зокрема у діяльності наукових журналів університету та під час проведення наукових і науково-методичних заходів (конференцій, семінарів тощо); організації та проведення захистів дисертацій на здобуття наукових ступенів; протидії будь-яким формам неправомірної вигоди; визначення відповідальності за порушення принципів академічної доброчесності; управління процесом дотримання встановлених норм; здійснення контролю за їх виконанням.

**Опишіть, як заклад вищої освіти вживає заходів для унеможливлення здійснення наукового (творчого) керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності**

У ПВНЗ «Європейський університет» створено належні умови для дотримання принципів академічної доброчесності під час підготовки здобувачів третього рівня вищої освіти (див. Положення про академічну

доброчесність – https://surl.li/unocuj). Питання дотримання принципів і правил академічної доброчесності науково-педагогічними та педагогічними працівниками розглядаються на засіданнях кафедр. Усі працівники, прийняті на роботу на науково-педагогічні чи наукові посади, обов'язково ознайомлюються з Положенням і підтверджують зобов'язання його виконувати. Моніторинг дотримання вимог академічної доброчесності здійснює Центр забезпечення якості освіти університету. У разі виявлення порушень академічної доброчесності з боку наукового керівника така особа не може бути призначена чи продовжувати виконувати функції керівника аспіранта; для цього застосовуються внутрішні нормативні документи закладу. На сьогодні випадків порушення академічної доброчесності серед наукових керівників аспірантів у закладі не зафіксовано.

## 11. Перспективи подальшого розвитку ОП

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

Сильні сторони ОНП «Маркетинг»:
ОНП повністю відповідає стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» та враховує сучасні тенденції розвитку маркетингової науки (цифровий маркетинг, нейромаркетинг, штучний інтелект, соціально-відповідальний маркетинг);
систематичне оновлення програми (щоквартально) за участю стейкхолдерів, роботодавців та представників академічної спільноти, що забезпечує актуальність ОНП та її відповідність потребам ринку праці;
практико-орієнтований підхід через гостьові лекції від професіоналів-практиків, використання кейсів та проєктних завдань, а також реалізація студентоцентрованого підходу через формування індивідуальних освітніх траєкторій та систематичні опитування здобувачів;
кваліфікований викладацький склад з науковими ступенями, публікаціями у Scopus та Web of Science, досвідом міжнародних стажувань, а також потужна інтеграція освітньої та наукової складових через кафедральну НДР та доступ до міжнародних наукометричних баз;
університет має розроблені навчально-методичні інструменти для підтримки здобувачів (курси підвищення кваліфікації, English Speaking Club), окремий компонент з академічної доброчесності та партнерство з міжнародними та спеціалізованими асоціаціями
Слабкі сторони ОНП «Маркетинг»:
недостатнє залучення здобувачів вищої освіти до програм міжнародної академічної мобільності та подвійних дипломів;
потреба у посиленні публікаційної активності науково-педагогічних працівників та аспірантів у міжнародних наукометричних базах Scopus та Web of Science (особливо у виданнях Q1-Q3);
обмежений доступ до сучасних спеціалізованих маркетингових баз даних та аналітичних платформ (Nielsen, Kantar, Statista, SEMrush, Google Analytics Premium тощо);
необхідність розширення співпраці з міжнародними науковими та освітніми установами для підвищення рівня інтернаціоналізації досліджень у сфері маркетингу.

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

ОНП "Маркетинг" буде й надалі вдосконалюватися з метою посилення науково-дослідницьких компетентностей аспірантів у сфері сучасного маркетингу та розвитку міждисциплінарних досліджень на перетині маркетингу, цифрових технологій, нейронаук та поведінкової економіки. Планується розширення практичних занять з використанням кейсів провідних українських та міжнародних компаній, впровадження сучасних методів оцінювання результатів навчання через захист маркетингових проєктів та стратегій, а також активізація участі здобувачів у міжнародних наукових конференціях з маркетингу, грантових проєктах та програмах академічної мобільності.
Подальший розвиток програми передбачає:
1. Цифровізація та технологічне оснащення: інтеграцію цифрових освітніх платформ для дистанційного та змішаного навчання, розширення доступу до сучасних спеціалізованих маркетингових баз даних (Nielsen, Kantar, Statista, SEMrush, Google Analytics Premium), використання програмних продуктів для маркетингової аналітики, моделювання поведінки споживачів та роботи з великими даними (Big Data). Планується інтеграція інструментів штучного інтелекту в маркетингові дослідження та освітній процес.
2. Міжнародна інтеграція: орієнтація на міжнародний досвід підготовки публікацій у журналах, що індексуються в Scopus та Web of Science (особливо Q1-Q3), активізація міжнародної академічної мобільності аспірантів та викладачів, розвиток програм подвійних дипломів з європейськими університетами, участь у міжнародних дослідницьких проєктах з маркетингу.
3. Поглиблення співпраці з бізнесом: розширення партнерства з Українською асоціацією маркетингу, залучення більшої кількості роботодавців до реалізації програми через гостьові лекції, спільні дослідницькі проєкти, стажування аспірантів у маркетингових відділах провідних компаній та консалтингових агенціях.
4. Розвиток наукової складової: посилення інтеграції з кафедральною НДР «Стратегічне управління інноваційним розвитком бізнесу в умовах зовнішніх ризиків», підтримка публікаційної активності аспірантів через фінансування участі у конференціях та оплату публікацій у міжнародних виданнях, створення дослідницьких груп з актуальних напрямів маркетингу (нейромаркетинг, digital-маркетинг, green marketing).

**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: Тимошенко Олена Іванівна**

Дата: 12.12.2025 р.

**Таблиця 1.** Інформація про освітні компоненти ОП

| **Назва освітнього компонента** | **Вид освітнього компонента** | **Силабус або інші навчально-методичні матеріали** | | **Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*** |
|---|---|---|---|---|
| | | **Назва файла** | **Хеш файла** | |
| Педагогічна практика | практика | *ПР01 Педагогічна практика.pdf* | NHfm63OQaBlthRqWCT46WcCIHobVjAIA2uEYIK1Him0= | *комп'ютер, презентації, онлайнбібліотека ЄУ, Google Classroom, навчальна література, нормативно-правова база в частині вищої освіти, системи LMS* |
| Філософія науки та методологія наукового дослідження | навчальна дисципліна | *ОК01 Філософія науки та методологія надання освітніх послуг.pdf* | J5SuvQYFFxcfiZsUlLm+EYLpV/yRv8lXcdaPJTeCw0Y= | *комп'ютер, слайди, наукові бази даних, інституційні репозитарії, платформи реєстрації наукових акаунтів, ресурси Національного фонду дослідження України, законодавство України в сфері науки* |
| Академічна доброчесність | навчальна дисципліна | *ОК02 Академічна доброчесність.pdf* | D25rHvD9OkPRH9FyUFhe8dozPlwUKK6gofNKmUas9kk= | *Комп'ютер, нормативноправова база в частині академічної доброчесності, презентації, системи перевірки на плагіат, онлайн-бібліотека ЄУ, Google Classroom* |
| Педагогіка та технології надання освітніх послуг | навчальна дисципліна | *ОК03 Педагогіка та технології надання освітніх послуг.pdf* | Q0UOCs4E8irePobTFqZbpCkq6KwKO7LcCy+n4nCRjPA= | *Комп'ютер, презентації, онлайн-бібліотека ЄУ, Google Classroom, навчальна література, нормативноправова база в частині вищої освіти, системи LMS* |
| Маркетинг в глобальному середовищі | навчальна дисципліна | *ОК04 Маркетинг в глобальному середовищі.pdf* | BALOgNQb+nkgSZB13IQzhhtp/KzLGZTQE0UYF5eJtIo= | *комп'ютер, презентації, Google Classroom, онлайн-бібліотека ЄУ, навчальна література, нормативно-правові акти України, міжнародні нормативно-правові акти* |
| Академічна англійська та українська мови | навчальна дисципліна | *ОК05 Академічна англійська та українська мови.pdf* | UuCtaP3/K5VsCLGU6ycPUtKOhi5VB8dJxSXsc2SOQ7M= | *комп'ютер, презентації, словники, довідники, Інтернетплатформи вивчення академічної української та англійської мови, онлайн-бібліотека ЄУ, Google Classroom, навчальна література, курс для підготовки до ЄДЗ з української та англійської для аспірантів* |
| Цифрові технології та інструменти маркетингу | навчальна дисципліна | *ОК06 Цифрові технології та інструменти маркетингу.pdf* | LdPFhM2q2cKoJW93p1Qj8nOejXEKrBo8ojywbDsobUE= | *комп'ютер, презентації, Google Classroom, бібліотечноінформаційні ресурси, бази даних для макро- та мікроаналізу, ПЗ для статистики та аналізу: SPSS, Stata,Google Alerts, Google Analytics, MS Excel з надбудовами* |
| Актуальні проблеми нейромаркетингу | навчальна дисципліна | *ОК07 Актуальні проблеми нейромаркетингу.pdf* | sog4HOjbcpGn/Ye/OalZuz5LzVjcHYBBfjFA7zHkwig= | *комп'ютер, презентації, Google Classroom, бібліотечно-інформаційні ресурси, наукові бази даних (Scopus, Web of Science), платформи для нейромаркетингових досліджень, ПЗ для аналізу даних: SPSS, Python (бібліотеки для обробки нейрофізіологічних даних), інструменти візуалізації даних* |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | *(Tableau, Power BI), матеріали міжнародних досліджень у сфері нейромаркетингу, кейси провідних компаній, відеоматеріали з прикладами нейромаркетингових експериментів.* |

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

**Таблиця 2.** Зведена інформація про відповідність НПП освітнім компонентам

| ID викладача | ПІБ | Посада | Структурний підрозділ | Кваліфікація викладача | Стаж | Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП | Обґрунтування відповідності освітньому компоненту (кваліфікація, професійний досвід, наукові публікації) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 439257 | Гаврилюк Олег Вікторович | професор, Основне місце роботи | Факультет Економіки та менеджменту | Диплом спеціаліста, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 1977, спеціальність: 6.030501 економічна теорія, Диплом доктора наук ДД 001043, виданий 09.02.2000, Диплом кандидата наук ЕК 019312, виданий 26.06.1985, Атестат доцента ДЦАЕ 000602, виданий 22.10.1998, Атестат професора ПР 002141, виданий 17.04.2003 | 48 | Актуальні проблеми нейромаркетингу | Публікації у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України:<br>1. Гаврилюк О. В. Пандемічна криза як каталізатор диджиталізації туристичної індустрії. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2021. № 60. С. 22–29.<br>2. Гаврилюк О. В. Віртуалізація інфлюенс-маркетингу як тригер збільшення попиту і продаж. Економіка та управління. 2022. № 3. С. 5–17.<br>3. Гаврилюк О. В. Поствоєнний розвиток України: проблеми, ризики та напрями їх мінімізації. Економіка та управління. 2022. № 4. С. 5–14.<br>4. Гаврилюк О. В., Божидарнік Т. В. Вплив цифрових технологій на трансформацію ринку праці та рекрутингу. Економічний форум. 2023. № 1. С. 27–30.<br>5. Гаврилюк О. В., Котвицька Н. М. Повоєнний менеджмент України: економічні та зовнішньополітичні стереотипи, загрози, можливості. Економіка та управління. 2024. № 1. С. 25–32.<br>6. Тимошенко О. І., Гаврилюк О. В. |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | Покоління Z у маркетингових стратегіях та менеджменті освіти. Економіка та управління. 2024. № 2. С. 9–18.<br>7. Гаврилюк О. В., Пономаренко І. В. Штучний інтелект у цифровій трансформації бізнесу та маркетингу. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2025. № 20. URL: https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2025-20-04-03/2025-20-04-03<br>8. Гаврилюк О. В. Технологія блокчейн у бізнес-процесах, маркетингу та досягненні цілей сталого розвитку. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025. Вип. 75 (Т. 26, № 2). С. 117–128. URL: https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/338594<br>9. Гаврилюк О. В., Пономаренко І. В. Проактивні інноваційні маркетингові стратегії та вектори розвитку бізнесу з використанням штучного інтелекту. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025. Т. 26, № 76 (3). URL: https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/342956<br>10. Гаврилюк О. В., Шевченко В. В. Стратегічні підходи до впровадження Agile у цифрових трансформаціях: досвід міжнародної IT-компанії. Modeling the development of the economic systems. 2025. № 4.<br>Публікації у виданнях, що індексуються Scopus та Web of Science:<br>12. Havryliuk O., Yakushev O., Prodanova L., Yakusheva O., Kozlovska S. Digital banking and e-commerce in the context of digitalization of business |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | management. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2021. Vol. 5, No. 40. P. 4–15.<br>13. Havryliuk O., Yakushev O., Petchenko M., Zachosova N., Bielialov T., Kozlovska S. Cyber security and artificial intelligence in the context of ensuring business security in wartime. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2023. Vol. 4, No. 51. P. 451–459.<br>Тези конференцій:<br>1. Гаврилюк О.В. Технології віртуальної реальності в бізнесі: тенденції та перспективи розвитку. Сучасні теорія і практика менеджменту та бізнес-адміністрування: Збірник тез доповідей V Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Черкаси, 29 квітня 2021 р.). – Черкаси, Черкаський державний технологічний університет. Видавець Пономаренко Р.В., 2021. С.10-12.<br>2. Гаврилюк О.В., Півньова Л.В. Економіка вражень – новий креативний тренд туристичного бізнесу. Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації. IV міжнародна науково-практична конференція-фестиваль 20-21 травня 2021 рік. Тези доповідей. С.335-339.<br>3. Гаврилюк О.В. Напрями трансформації вітчизняного освітнього процесу з урахуванням ментальності покоління Z. Менеджмент XXI століття : глобалізаційні виклики : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, 19 травня 2022 р. Полтава : ПДАУ, 2022. С.1160-1163.<br>4. Гаврилюк О.В. Глобальна енергетична та інформаційна |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | політика: новітні тренди та загрози. Україна і світ: теоретичні та практичні аспекти діяльності у сфері міжнародних відносин: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 6–7 квіт. 2022 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв; редкол.: М. М. Поплавський (голова), Костиря І. О. (заст. голови) [та ін]. – Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2022. С.68-73.<br>5. Гаврилюк О.В. Трансформація глобальної енергетичної стратегії у контексті нових загроз. Матеріали II Міжнародного науково-практичного семінару «Сучасна парадигма міжнародних економічних відносин в умовах глобальних трансформацій». Луцьк: ЛНТУ, 2022. С.27-30.<br>6. Гаврилюк О.В., Котвицька Н.М. Новітні тренди розвитку ринку праці та рекрутингу. Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки : матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю, 27 жовтня 2022 р. Полтава : ПДАУ, 2022. С.175-177.<br>7. Гаврилюк О.В. Інноваційне підприємництво та імерсивні технології. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма) «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору» – Полтава, 2023. – С.72-76.<br>8. Гаврилюк О.В. Диджиталізація та імерсивні технології в туристичному бізнесі. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей X Міжнар. наук.-практ. |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | інтернет-конф., Київ, 6-7 квіт., 2023 р. / М-во освіти і науки України; М-во культури та інформаційної політ. України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2023. С.123-126.<br>9. Гаврилюк О.В. Ринок праці та міграція з України: загрози та напрями вирішення. Україна і світ: теоретичні та практичні аспекти діяльності у сфері міжнародних відносин: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 17–18 трав. 2023 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв; редкол.: М. М. Поплавський (голова), Костиря І. О. (заст. голови) [та ін]. – Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2023. С.123-127.<br>10. Тимошенко О.І. Гаврилюк О.В. Кібербезпека та штучний інтелект у контексті забезпечення безпеки підприємництва у військовий час. Актуальні питання забезпечення кібербезпеки та захисту інформації: Матеріали IX Міжнарод. наук.-практ. конф., Київ, 30 березня 2023 р. / Редкол.: О. І. Тимошенко та ін. – К.: Вид-во Європейського університету, 2023. С.6-9.<br>11. Гаврилюк О.В. Стратегічні напрями убезпечення бізнесу в умовах війни. Економічна безпека підприємництва в умовах затяжної війни Збірник тез доповідей за матеріалами XVI міжнародної науково-практичної конференції «Безпекотворення: питання теорії, практики та правові аспекти» (Київ, 23 травня 2024 р./ за ред. Тимошенко О.І., Київ.: Видавництво Європейського університету», 2024. С.21-24.<br>12. Гаврилюк О.В. Глобальні бізнес- |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | ризики 2025 та стратегії їх мінімізації. XVII міжнародна науково – практична конференція «Безпекотворення: питання теорії, практики та правові аспекти» (Тема року – «Економічна безпека в умовах тривалого воєнно-го конфлікту») 17 квітня 2025 р. С.33-35.<br><br>Член редколегії журналу "Економіка та управління". Член редколегії журналу «European Vector of Economic Development» Web of Science.<br><br>Член ГО "Українська Асоціація Маркетингу". |
| 344849 | Козинець Анатолій Олександрович | доцент, Суміщення | Факультет Економіки та менеджменту | Диплом бакалавра, Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет", рік закінчення: 2018, спеціальність: 6.030401 правознавство, Диплом магістра, Полтавська державна аграрна академія, рік закінчення: 2009, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом магістра, Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет", рік закінчення: 2022, спеціальність: 081 Право, Диплом доктора філософії Н25 001058, виданий 30.05.2025 | 16 | Педагогіка та технології надання освітніх послуг | Фахові публікації<br>1. Козинець А. О. Напрями стратегічного управління системою академічної доброчесності в умовах цифрової трансформації освітнього середовища. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. № 16. https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-16-04-09<br>2. Козинець А. О. Управління академічною доброчесністю у вищій освіті: етичні аспекти. Наукові перспективи (Naukovi perspektivi). 2024. № 11 (53). С. 615–628. https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-11(53)-615-628<br>3. Козинець А. О., Ягодзінський С. М. Академічна культура та доброчесність здобувачів як компетентісна складова їх професійного розвитку. Інноваційна педагогіка. 2024. № 77. https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/77.2<br>4. Білик В. В., Шпильова В. О., Козинець А. О. Академічна чесність та її важливість у вищій освіті: вплив інноваційних технологій. |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Т. 9, № 3. С. 10–15. https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-3-15. Тимошенко О. І., Козинець А. О., Ягодзінський С. М. Академічна доброчесність сучасної науки та імперативи відповідальності науковця. Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії. 2024. Вип. 56. С. 145–155. https://doi.org/10.30970/PPS.2024.56.16<br><br>Патенти та авторські свідоцтва<br>1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 119092. Комп'ютерна програма "Інтерактивний розклад занять", 16.05.2023.<br>2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 127582. Комп'ютерна програма "Розклад занять для викладачів", 18.06.2024.<br>3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136622. Комп'ютерна програма "PhD Навігатор: крок за кроком до захисту", 27.05.2025.<br>4. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136620. Літературний письмовий твір "Структура підготовки до захисту дисертації PhD", 27.05.2025.<br>5. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136621. Комп'ютерна програма "Sheduler Bot", 27.05.2025.<br>6. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136623. Комп'ютерна програма "Master Sheduler", 27.05.2025.<br><br>Підвищення кваліфікації<br>Захист дисертації: зі спеціальності 073 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | Менеджмент, 14.05.2025.<br>1. Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет». Свідоцтво підвищення кваліфікації, серія ПК № 24366800/000588-24. "Інноваційні методики та практики в освіті", 12.04.2024. 6 кредитів (180 академічних годин).<br>2. Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет». Сертифікат. "Як доброчесно використовувати ChatGPT в освіті", 12.05.2023. 3 кредити (90 академічних годин).<br>3. Науково-методичний центр вищої та фахової передвищої освіти. "Дуальна освіта як одна із форм поліпшення якості підготовки фахівців / Дуальна освіта під час війни", 27.11.2024. 0,2 кредита (6 академічних годин).<br>4. Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет». Свідоцтво підвищення кваліфікації, серія ПК № 24366800/000300-23. "Цифрова трансформація вищої освіти", 24.03.2023. 6 кредитів (180 академічних годин).<br><br>Участь у конференціях<br>1. Козинець А. О. Напрями стратегічного управління системою академічної доброчесності в умовах цифрової трансформації освітнього середовища. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. № 16. https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-16-04-09<br>2. Козинець А. О. Управління академічною доброчесністю у вищій освіті: етичні аспекти. Наукові перспективи (Naukovi perspektivi). 2024. № 11 (53). С. 615–628. https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-11(53)-615-628 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | 3. Козинець А. О., Ягодзінський С. М. Академічна культура та доброчесність здобувачів як компетентісна складова їх професійного розвитку. Інноваційна педагогіка. 2024. № 77. https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/77.2<br>4. Білик В. В., Шпильова В. О., Козинець А. О. Академічна чесність та її важливість у вищій освіті: вплив інноваційних технологій. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Т. 9, № 3. С. 10–15. https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-3-1<br>5. Тимошенко О. І., Козинець А. О., Ягодзінський С. М. Академічна доброчесність сучасної науки та імперативи відповідальності науковця. Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії. 2024. Вип. 56. С. 145–155. https://doi.org/10.30970/PPS.2024.56.16<br><br>Робота зі студентами<br>Керівництво проблемною групою з академічної доброчесності.<br><br>Участь у громадських організаціях<br>Член Всеукраїнської громадської організації "Українська бібліотечна асоціація". |
| 502893 | Ягодзінський Сергій Миколайович | професор, Основне місце роботи | Факультет іноземної філології | Диплом спеціаліста, Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка, рік закінчення: 2001, спеціальність: 010103 Математика та основи інформатики, Диплом магістра, Кіровоградський державний педагогічний | 22 | Філософія науки та методологія наукового дослідження | Кандидатська дисертація: 09.00.02 – діалектика і методологія пізнання<br>Докторська дисертація: 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії<br>Тема кандидатської дисертації: Науковий дискурс в умовах інформаційного суспільства: методологічний аспект<br>Тема докторської дисертації: Соціокультурний потенціал глобальних інформаційних мереж<br>Відомості про |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | університет імені Володимира Винниченка, рік закінчення: 2001, спеціальність: 080101 Математика, Диплом магістра, Вищий навчальний заклад "Відкритий міжнародний університет розвитку людини "Україна", рік закінчення: 2019, спеціальність: 231 Соціальна робота, Диплом доктора наук ДД 005564, виданий 12.05.2016, Диплом кандидата наук ДК 050057, виданий 03.12.2008, Атестат доцента 12ДЦ 027542, виданий 20.01.2011, Атестат професора АП 000465, виданий 05.07.2018 | | | підвищення кваліфікації<br>1. 2022. Сертифікат Пенсильванського університету про закінчення курсу "Philosophy of Science" від 01.11.2022. Обсяг – 20 годин.<br>2. 2022–2023. Підвищення кваліфікації (стажування) за програмою "Особливості управління ЗВО та освітнім процесом в умовах воєнного стану". Обсяг 45 годин. Сертифікат СС 38282994/4974-22 від 11.01.2023.<br>3. 2024. Свідоцтво ПК № 24366800/000589-24 при ПВНЗ "Європейський університет". Курси підвищення кваліфікації "Інноваційні методики і практики в освіті" (6 кредитів).<br><br>Фахові публікації<br>Статті у виданнях, що індексуються Scopus:<br>1. Stryhula M., Khomerikia O., Mykhailycha O., Yahodzinskyi S., Romanenko Y., Perelyhina T. Functioning of Public Transport in the Social Space of the City. Transportation Research Procedia. 2021. Vol. 54. P. 610–616. https://doi.org/10.1016/j.trpro.2021.02.113<br>2. Stryhul M., Khomeriki O., Yahodzinskyi S., Kovtun O., Hryshchenko N. The Relationship of Social Groups: Empirical Evidence from Ukraine and Lithuania. Digital Technologies in Teaching and Learning Strategies. DTTLS 2021. Lecture Notes in Information Systems and Organization. 2022. Vol. 56. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-05175-3_20<br>Статті у фахових виданнях України:<br>3. Ягодзінський С. М., Коцун В. І. Антропоморфні мережі як репрезентанти глобальної свідомості. Кібербезпека: освіта, наука, техніка. 2023. № 2 (22). С. 257–263. |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | 4. Ягодзінський С. М., Коцун В. І., Яровий Р. О. Конвергенція інформаційних мереж як стратегічна соціокультурна інновація. Кібербезпека: освіта, наука, техніка. 2024. № 3 (23). С. 348–355.<br>5. Тимошенко О. І., Козинець А. О., Ягодзінський С. М. Академічна доброчесність сучасної науки та імперативи відповідальності науковця. Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії. 2024. Вип. 56. С. 145–155.<br><br>Підручники<br>6. Тимошенко О. І., Ягодзінський С. М. Логіка та критичне мислення : підручник. Київ : Видавництво Європейського університету, 2024. 252 с.<br><br>Матеріали конференцій<br>7. Ягодзінський С. М. Цифрова трансформація в економіці, менеджменті та бізнесі. Проблеми науки, практики і освіти. Том 1. Цифрова трансформація в Україні за умов військового часу : матеріали XXIX Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 30 листоп. 2023 р. / редкол.: О. І. Тимошенко та ін. Київ : Видавництво Європейського університету, 2024. С. 7–10.<br>8. Ягодзінський С. М. Інформаційне протиборство: практика адміністрування телеграм-каналу в умовах війни. Інформаційне протиборство в умовах російсько-української війни : статті та тези доповідей наук. семінару Харківського нац. ун-ту Повітряних Сил імені Івана Кожедуба, Харків, 30 листоп. 2023 р. Харків : ХНУПС ім. І. Кожедуба, 2023. С. 38–41.<br>9. Ягодзінський С. М. |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | Забезпечення стійкості системи публічної влади та управління в умовах спеціальних адміністративно-правових режимів та відновлення України : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 17 трав. 2024 р. Одеса : Одеська політехніка, 2024. С. 52–55.<br>10. Ягодзінський С. М. Політичні трансформації сучасного суспільства : зб. матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф., Полтава, 22 лют. 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. С. 130–136.<br>11. Ягодзінський С. М. Сучасні екологічні виклики в Україні та світі : зб. наук. праць за матеріалами I Всеукр. наук.-практ. конф., Київ, 21–22 берез. 2024 р. / упоряд.: С. В. Андрейченко, Б. О. Курчій. Київ : Редакційно-видавничий відділ НУБіП, 2024. 170 с.<br><br>Участь у редколегіях фахових наукових журналів<br>Член редакційної колегії фахового збірника з філософських наук «Освітній дискурс: збірник наукових праць» (фахове з педагогічних наук, категорія В).<br><br>Експертиза та членство в організаціях<br>• Експерт Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти (НАЗЯВО) за спеціальностями 033 «Філософія», 231 «Соціальна робота»<br>• Експерт Національного фонду досліджень України<br>• Член Соціологічної асоціації України<br>• Член Асоціації бібліотекарів України<br>• Голова Філії Центру українсько-європейського співробітництва при ПВНЗ "Європейський університет"<br><br>Патенти та авторські свідоцтва на твори<br>1. Свідоцтво про |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | реєстрацію авторського права на твір № 119092. Комп'ютерна програма "Інтерактивний розклад занять", 16.05.2023.<br>2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 127582. Комп'ютерна програма "Розклад занять для викладачів", 18.06.2024.<br>3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136622. Комп'ютерна програма "PhD Навігатор: крок за кроком до захисту", 27.05.2025.<br>4. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136620. Літературний письмовий твір "Структура підготовки до захисту дисертації PhD", 27.05.2025.<br>5. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136621. Комп'ютерна програма "Sheduler Bot", 27.05.2025.<br>6. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136623. Комп'ютерна програма "Master Sheduler", 27.05.2025. |
| 501822 | Цимбал Світлана Володимирівна | професор, Основне місце роботи | Факультет іноземної філології | Диплом спеціаліста, Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, рік закінчення: 2000, спеціальність: 030502 Німецька і англійська мови та зарубіжна література, Диплом доктора наук ДД 010447, виданий 26.11.2020, Диплом кандидата наук ДК 039550, виданий 15.02.2007, Атестат доцента 12ДЦ 025076, виданий | 24 | Академічна англійська та українська мови | Диплом спеціаліста: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2000 р.<br>Спеціальність: 030502 Німецька і англійська мови та зарубіжна література<br>Кандидатська дисертація: 19.00.05 – соціальна психологія; психологія соціальної роботи<br>Тема: "Психологічні особливості формування професійної компетентності майбутніх спеціалістів засобами іноземної мови"<br>Заклад: Національна академія Державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького<br>Докторська дисертація: |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 14.04.2011 | | | Тема: "Соціально-психологічні основи розвитку іншомовної діяльності особистості"<br>Заклад: Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля<br><br>Підвищення кваліфікації<br>1. 2021. ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України. Свідоцтво про підвищення кваліфікації СС 00493706/014550-21. "Створення і використання цифрового освітнього контенту на базі CLMS". 2 кредити (60 годин).<br>2. 2023. ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України. Свідоцтво про підвищення кваліфікації СС 00493706/020129-23. "Інноваційні професійні компетентності в педагогічній діяльності". 2 кредити (60 годин).<br>3. 2021. Закордонне стажування "Organization of European education, partnership in research projects and academic integrity" (Варшава, Польща). Сертифікат № GS210286 від 14 червня 2021 року. 6 кредитів (180 годин).<br><br>Публікації<br>Статті у виданнях, що індексуються Scopus та Web of Science:<br>1. Semenov O., Oleshko P., Tsymbal S., Liashko V., Shevchenko A., Popovych I. Research of social expectations of university students in the dimensions of psychological well-being. Revista Eduweb. 2021. Vol. 15, No. 3. P. 124–138.<br>2. Bokhonkova Y., Tsymbal S., Yaremenko N., Buhaiova N. Research of Types of Learned Helplessness of Future Specialists in Foreign Philology. |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | Insight: The Psychological Dimensions of Society. 2023. No. 10. P. 213–231. https://doi.org/10.32999/2663-970X/2023-10-11<br>Статті у фахових виданнях України:<br>3. Цимбал С. В., Яременко Н. В. Assessment of technical faculties students' academic achievements during the study of English. Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія. 2021. № 12 (3). С. 133–139.<br>4. Цимбал С. В. Translation of electrical terminology from English into Ukrainian. Актуальні проблеми філології та перекладознавства. Хмельницький, 2021. № 21, т. 2. С. 96–99.<br>5. Цимбал С. В. Formation and functioning of neologisms (for students of non-linguistic specialities). Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія. 2021. Вип. 32.<br><br>Навчальні посібники<br>6. Цимбал С. В. English Bachelors' Course in Biotechnology : навч. посіб. Київ : ЦП «Компринт», 2023. 315 с.<br>7. Цимбал С. В. English for Biotechnology and Bioengineering : навч.-метод. посіб. Київ : ЦП «Компринт», 2021. 167 с. |
| 439257 | Гаврилюк Олег Вікторович | професор, Основне місце роботи | Факультет Економіки та менеджменту | Диплом спеціаліста, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 1977, спеціальність: 6.030501 економічна теорія, Диплом доктора наук ДД 001043, виданий 09.02.2000, Диплом | 48 | Цифрові технології та інструменти маркетингу | Публікації у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України:<br>1. Гаврилюк О. В. Пандемічна криза як каталізатор диджиталізації туристичної індустрії. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2021. № 60. С. 22–29.<br>2. Гаврилюк О. В. |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | кандидата наук ЕК 019312, виданий 26.06.1985, Атестат доцента ДЦАЕ 000602, виданий 22.10.1998, Атестат професора ПР 002141, виданий 17.04.2003 | | | Віртуалізація інфлюенс-маркетингу як тригер збільшення попиту і продаж. Економіка та управління. 2022. № 3. С. 5–17.<br>3. Гаврилюк О. В. Поствоєнний розвиток України: проблеми, ризики та напрями їх мінімізації. Економіка та управління. 2022. № 4. С. 5–14.<br>4. Гаврилюк О. В., Божидарнік Т. В. Вплив цифрових технологій на трансформацію ринку праці та рекрутингу. Економічний форум. 2023. № 1. С. 27–30.<br>5. Гаврилюк О. В., Котвицька Н. М. Повоєнний менеджмент України: економічні та зовнішньополітичні стереотипи, загрози, можливості. Економіка та управління. 2024. № 1. С. 25–32.<br>6. Тимошенко О. І., Гаврилюк О. В. Покоління Z у маркетингових стратегіях та менеджменті освіти. Економіка та управління. 2024. № 2. С. 9–18.<br>7. Гаврилюк О. В., Пономаренко І. В. Штучний інтелект у цифровій трансформації бізнесу та маркетингу. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2025. № 20. URL: https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2025-20-04-03/2025-20-04-03<br>8. Гаврилюк О. В. Технологія блокчейн у бізнес-процесах, маркетингу та досягненні цілей сталого розвитку. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025. Вип. 75 (Т. 26, № 2). С. 117–128. URL: https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/338594<br>9. Гаврилюк О. В., Пономаренко І. В. Проактивні інноваційні маркетингові стратегії та вектори розвитку бізнесу з |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | використанням штучного інтелекту. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2025. Т. 26, № 76 (3). URL: https://ven.chdtu.edu.ua/article/view/342956<br>10. Гаврилюк О. В., Шевченко В. В. Стратегічні підходи до впровадження Agile у цифрових трансформаціях: досвід міжнародної IT-компанії. Modeling the development of the economic systems. 2025. № 4.<br>Публікації у виданнях, що індексуються Scopus та Web of Science:<br>12. Havryliuk O., Yakushev O., Prodanova L., Yakusheva O., Kozlovska S. Digital banking and e-commerce in the context of digitalization of business management. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2021. Vol. 5, No. 40. P. 4–15.<br>13. Havryliuk O., Yakushev O., Petchenko M., Zachosova N., Bielialov T., Kozlovska S. Cyber security and artificial intelligence in the context of ensuring business security in wartime. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2023. Vol. 4, No. 51. P. 451–459.<br>Тези конференцій:<br>1. Гаврилюк О.В. Технології віртуальної реальності в бізнесі: тенденції та перспективи розвитку. Сучасні теорія і практика менеджменту та бізнес-адміністрування: Збірник тез доповідей V Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Черкаси, 29 квітня 2021 р.). – Черкаси, Черкаський державний технологічний університет. Видавець Пономаренко Р.В., 2021. С.10-12.<br>2. Гаврилюк О.В., Півньова Л.В. Економіка вражень – новий креативний |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | тренд туристичного бізнесу. Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації. IV міжнародна науково-практична конференція-фестиваль 20-21 травня 2021 рік. Тези доповідей. С.335-339.<br>3. Гаврилюк О.В. Напрями трансформації вітчизняного освітнього процесу з урахуванням ментальності покоління Z. Менеджмент XXI століття : глобалізаційні виклики : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, 19 травня 2022 р. Полтава : ПДАУ, 2022. С.1160-1163.<br>4. Гаврилюк О.В. Глобальна енергетична та інформаційна політика: новітні тренди та загрози. Україна і світ: теоретичні та практичні аспекти діяльності у сфері міжнародних відносин: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 6–7 квіт. 2022 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв; редкол.: М. М. Поплавський (голова), Костиря І. О. (заст. голови) [та ін]. – Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2022. С.68-73.<br>5. Гаврилюк О.В. Трансформація глобальної енергетичної стратегії у контексті нових загроз. Матеріали II Міжнародного науково-практичного семінару «Сучасна парадигма міжнародних економічних відносин в умовах глобальних трансформацій». Луцьк: ЛНТУ, 2022. С.27-30.<br>6. Гаврилюк О.В., Котвицька Н.М. Новітні тренди розвитку ринку праці та рекрутингу. Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | підприємств реального сектору економіки : матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю, 27 жовтня 2022 р. Полтава : ПДАУ, 2022. С.175-177.<br>7. Гаврилюк О.В. Інноваційне підприємництво та імерсивні технології. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма) «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору» – Полтава, 2023. – С.72-76.<br>8. Гаврилюк О.В. Диджиталізація та імерсивні технології в туристичному бізнесі. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей X Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 6-7 квіт., 2023 р. / М-во освіти і науки України; М-во культури та інформаційної політ. України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2023. С.123-126.<br>9. Гаврилюк О.В. Ринок праці та міграція з України: загрози та напрями вирішення. Україна і світ: теоретичні та практичні аспекти діяльності у сфері міжнародних відносин: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 17–18 трав. 2023 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв; редкол.: М. М. Поплавський (голова), Костиря І. О. (заст. голови) [та ін]. – Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2023. С.123-127.<br>10. Тимошенко О.І. Гаврилюк О.В. Кібербезпека та штучний інтелект у контексті забезпечення безпеки підприємництва у військовий час. Актуальні питання |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | забезпечення кібербезпеки та захисту інформації: Матеріали IX Міжнарод. наук.-практ. конф., Київ, 30 березня 2023 р. / Редкол.: О. І. Тимошенко та ін. – К.: Вид-во Європейського університету, 2023. С.6-9.<br>11. Гаврилюк О.В. Стратегічні напрями убезпечення бізнесу в умовах війни. Економічна безпека підприємництва в умовах затяжної війни Збірник тез доповідей за матеріалами XVI міжнародної науково-практичної конференції «Безпекотворення: питання теорії, практики та правові аспекти» (Київ, 23 травня 2024 р./ за ред. Тимошенко О.І., Київ.: Видавництво Європейського університету», 2024. С.21-24.<br>12. Гаврилюк О.В. Глобальні бізнес-ризики 2025 та стратегії їх мінімізації. XVII міжнародна науково – практична конференція «Безпекотворення: питання теорії, практики та правові аспекти» (Тема року – «Економічна безпека в умовах тривалого воєнно-го конфлікту») 17 квітня 2025 р. С.33-35.<br><br>Член редколегії журналу "Економіка та управління".<br>Член редколегії журналу «European Vector of Economic Development» Web of Science.<br><br>Член ГО "Українська Асоціація Маркетингу". |
| 384958 | Ягодзінський Сергій Миколайович | професор, Сумісництво | Юридичний факультет | Диплом спеціаліста, Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка, рік закінчення: 2001, спеціальність: 010103 Математика та основи інформатики, Диплом | 20 | Педагогіка та технології надання освітніх послуг | Кандидатська дисертація: 09.00.02 – діалектика і методологія пізнання Докторська дисертація: 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії Тема кандидатської дисертації: Науковий дискурс в умовах інформаційного суспільства: методологічний аспект Тема докторської дисертації: |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | магістра, Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка, рік закінчення: 2001, спеціальність: 080101 Математика, Диплом магістра, Вищий навчальний заклад "Відкритий міжнародний університет розвитку людини "Україна", рік закінчення: 2019, спеціальність: 231 Соціальна робота, Диплом доктора наук ДД 005564, виданий 12.05.2016, Диплом кандидата наук ДК 050057, виданий 03.12.2008, Атестат доцента 12ДЦ 027542, виданий 20.01.2011, Атестат професора АП 000465, виданий 05.07.2018 | | | Соціокультурний потенціал глобальних інформаційних мереж<br>Відомості про підвищення кваліфікації<br>1. 2022. Сертифікат Пенсильванського університету про закінчення курсу "Philosophy of Science" від 01.11.2022. Обсяг – 20 годин.<br>2. 2022–2023. Підвищення кваліфікації (стажування) за програмою "Особливості управління ЗВО та освітнім процесом в умовах воєнного стану". Обсяг 45 годин. Сертифікат СС 38282994/4974-22 від 11.01.2023.<br>3. 2024. Свідоцтво ПК № 24366800/000589-24 при ПВНЗ "Європейський університет". Курси підвищення кваліфікації "Інноваційні методики і практики в освіті" (6 кредитів).<br><br>Фахові публікації<br>Статті у виданнях, що індексуються Scopus:<br>1. Stryhula M., Khomerikia O., Mykhailycha O., Yahodzinskyi S., Romanenko Y., Perelyhina T. Functioning of Public Transport in the Social Space of the City. Transportation Research Procedia. 2021. Vol. 54. P. 610–616. https://doi.org/10.1016/j.trpro.2021.02.113<br>2. Stryhul M., Khomeriki O., Yahodzinskyi S., Kovtun O., Hryshchenko N. The Relationship of Social Groups: Empirical Evidence from Ukraine and Lithuania. Digital Technologies in Teaching and Learning Strategies. DTTLS 2021. Lecture Notes in Information Systems and Organization. 2022. Vol. 56. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-05175-3_20<br>Статті у фахових виданнях України:<br>3. Ягодзінський С. М., Коцун В. І. Антропоморфні мережі як репрезентанти |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | глобальної свідомості. Кібербезпека: освіта, наука, техніка. 2023. № 2 (22). С. 257–263.<br>4. Ягодзінський С. М., Коцун В. І., Яровий Р. О. Конвергенція інформаційних мереж як стратегічна соціокультурна інновація. Кібербезпека: освіта, наука, техніка. 2024. № 3 (23). С. 348–355.<br>5. Тимошенко О. І., Козинець А. О., Ягодзінський С. М. Академічна доброчесність сучасної науки та імперативи відповідальності науковця. Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії. 2024. Вип. 56. С. 145–155.<br><br>Підручники<br>6. Тимошенко О. І., Ягодзінський С. М. Логіка та критичне мислення : підручник. Київ : Видавництво Європейського університету, 2024. 252 с.<br><br>Матеріали конференцій<br>7. Ягодзінський С. М. Цифрова трансформація в економіці, менеджменті та бізнесі. Проблеми науки, практики і освіти. Том 1. Цифрова трансформація в Україні за умов військового часу : матеріали XXIX Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 30 листоп. 2023 р. / редкол.: О. І. Тимошенко та ін. Київ : Видавництво Європейського університету, 2024. С. 7–10.<br>8. Ягодзінський С. М. Інформаційне протиборство: практика адміністрування телеграм-каналу в умовах війни. Інформаційне протиборство в умовах російсько-української війни : статті та тези доповідей наук. семінару Харківського нац. ун-ту Повітряних Сил імені Івана Кожедуба, Харків, 30 листоп. 2023 р. Харків |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | : ХНУПС ім. І. Кожедуба, 2023. С. 38–41.<br>9. Ягодзінський С. М. Забезпечення стійкості системи публічної влади та управління в умовах спеціальних адміністративно-правових режимів та відновлення України : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 17 трав. 2024 р. Одеса : Одеська політехніка, 2024. С. 52–55.<br>10. Ягодзінський С. М. Політичні трансформації сучасного суспільства : зб. матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф., Полтава, 22 лют. 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. С. 130–136.<br>11. Ягодзінський С. М. Сучасні екологічні виклики в Україні та світі : зб. наук. праць за матеріалами І Всеукр. наук.-практ. конф., Київ, 21–22 берез. 2024 р. / упоряд.: С. В. Андрейченко, Б. О. Курчій. Київ : Редакційно-видавничий відділ НУБіП, 2024. 170 с.<br><br>Участь у редколегіях фахових наукових журналів<br>Член редакційної колегії фахового збірника з філософських наук «Освітній дискурс: збірник наукових праць» (фахове з педагогічних наук, категорія В).<br><br>Експертиза та членство в організаціях<br>• Експерт Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти (НАЗЯВО) за спеціальностями 033 «Філософія», 231 «Соціальна робота»<br>• Експерт Національного фонду досліджень України<br>• Член Соціологічної асоціації України<br>• Член Асоціації бібліотекарів України<br>• Голова Філії Центру україно-європейського співробітництва при ПВНЗ "Європейський університет" |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | Патенти та авторські свідоцтва на твори<br>1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 119092. Комп'ютерна програма "Інтерактивний розклад занять", 16.05.2023.<br>2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 127582. Комп'ютерна програма "Розклад занять для викладачів", 18.06.2024.<br>3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136622. Комп'ютерна програма "PhD Навігатор: крок за кроком до захисту", 27.05.2025.<br>4. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136620. Літературний письмовий твір "Структура підготовки до захисту дисертації PhD", 27.05.2025.<br>5. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136621. Комп'ютерна програма "Sheduler Bot", 27.05.2025.<br>6. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136623. Комп'ютерна програма "Master Sheduler", 27.05.2025. |
| 344849 | Козинець Анатолій Олександрович | доцент, Суміщення | Факультет Економіки та менеджменту | Диплом бакалавра, Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет", рік закінчення: 2018, спеціальність: 6.030401 правознавство, Диплом магістра, Полтавська державна аграрна академія, рік закінчення: 2009, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом магістра, Приватний | 16 | Академічна доброчесність | Фахові публікації<br>1. Козинець А. О. Напрями стратегічного управління системою академічної доброчесності в умовах цифрової трансформації освітнього середовища. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. № 16. https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-16-04-09<br>2. Козинець А. О. Управління академічною доброчесністю у вищій освіті: етичні аспекти. Наукові перспективи (Naukovi |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | вищий навчальний заклад "Європейський університет", рік закінчення: 2022, спеціальність: 081 Право, Диплом доктора філософії Н25 001058, виданий 30.05.2025 | | | perspektivi). 2024. № 11 (53). С. 615–628. https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-11(53)-615-628<br>3. Козинець А. О., Ягодзінський С. М. Академічна культура та доброчесність здобувачів як компетентісна складова їх професійного розвитку. Інноваційна педагогіка. 2024. № 77. https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/77.2<br>4. Білик В. В., Шпильова В. О., Козинець А. О. Академічна чесність та її важливість у вищій освіті: вплив інноваційних технологій. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Т. 9, № 3. С. 10–15. https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-3-1<br>5. Тимошенко О. І., Козинець А. О., Ягодзінський С. М. Академічна доброчесність сучасної науки та імперативи відповідальності науковця. Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії. 2024. Вип. 56. С. 145–155. https://doi.org/10.30970/PPS.2024.56.16<br><br>Патенти та авторські свідоцтва<br>1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 119092. Комп'ютерна програма "Інтерактивний розклад занять", 16.05.2023.<br>2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 127582. Комп'ютерна програма "Розклад занять для викладачів", 18.06.2024.<br>3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136622. Комп'ютерна програма "PhD Навігатор: крок за кроком до захисту", 27.05.2025.<br>4. Свідоцтво про |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | реєстрацію авторського права на твір № 136620. Літературний письмовий твір "Структура підготовки до захисту дисертації PhD", 27.05.2025.<br>5. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136621. Комп'ютерна програма "Sheduler Bot", 27.05.2025.<br>6. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 136623. Комп'ютерна програма "Master Sheduler", 27.05.2025.<br><br>Підвищення кваліфікації<br>Захист дисертації: зі спеціальності 073 Менеджмент, 14.05.2025.<br>1. Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет». Свідоцтво підвищення кваліфікації, серія ПК № 24366800/000588-24. "Інноваційні методики та практики в освіті", 12.04.2024. 6 кредитів (180 академічних годин).<br>2. Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет». Сертифікат. "Як доброчесно використовувати ChatGPT в освіті", 12.05.2023. 3 кредити (90 академічних годин).<br>3. Науково-методичний центр вищої та фахової передвищої освіти. "Дуальна освіта як одна із форм поліпшення якості підготовки фахівців / Дуальна освіта під час війни", 27.11.2024. 0,2 кредита (6 академічних годин).<br>4. Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет». Свідоцтво підвищення кваліфікації, серія ПК № 24366800/000300-23. "Цифрова трансформація вищої освіти", 24.03.2023. 6 кредитів (180 академічних годин).<br><br>Участь у конференціях<br>1. Козинець А. О. Напрями стратегічного |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | управління системою академічної доброчесності в умовах цифрової трансформації освітнього середовища. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. № 16. https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-16-04-09<br>2. Козинець А. О. Управління академічною доброчесністю у вищій освіті: етичні аспекти. Наукові перспективи (Naukovi perspektivi). 2024. № 11 (53). С. 615–628. https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-11(53)-615-628<br>3. Козинець А. О., Ягодзінський С. М. Академічна культура та доброчесність здобувачів як компетентісна складова їх професійного розвитку. Інноваційна педагогіка. 2024. № 77. https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/77.2<br>4. Білик В. В., Шпильова В. О., Козинець А. О. Академічна чесність та її важливість у вищій освіті: вплив інноваційних технологій. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Т. 9, № 3. С. 10–15. https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-3-1<br>5. Тимошенко О. І., Козинець А. О., Ягодзінський С. М. Академічна доброчесність сучасної науки та імперативи відповідальності науковця. Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії. 2024. Вип. 56. С. 145–155. https://doi.org/10.30970/PPS.2024.56.16<br><br>Робота зі студентами Керівництво проблемною групою з академічної доброчесності.<br><br>Участь у громадських організаціях |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | Член Всеукраїнської громадської організації "Українська бібліотечна асоціація". |
| 432722 | Овсієнко Наталія Василівна | завідувач, Основне місце роботи | Факультет Економіки та менеджменту | Диплом магістра, Державний вищий навчальний заклад "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана", рік закінчення: 2008, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом магістра, Державний вищий навчальний заклад "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана", рік закінчення: 2009, спеціальність: 060101 Правознавство, Диплом кандидата наук ДК 036603, виданий 01.07.2016, Атестат доцента АД 017561, виданий 03.07.2025 | 17 | Маркетинг в глобальному середовищі | Публікації у наукових виданнях<br>Статті у виданнях, що індексуються Scopus:<br>1. Єранкін О., Івасів І., Олексюк О., Овсієнко Н., Парій Л. Формування комплексу індикаторів національної продовольчої безпеки. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2023. Vol. 2, No. 49. P. 457–468. https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.49.2023.3986<br>2. Згурська О., Виноградова О., Єранкін О., Корчинська О., Овсієнко Н., Айсулу А. Медіапланування як необхідна умова підвищення ефективності цифрової маркетингової діяльності бізнес-структур. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2024. Vol. 1, No. 54. P. 578–590. https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.54.2024.4271<br><br>Статті у фахових виданнях України:<br>3. Овсієнко Н. В. Дослідження рівня лояльності споживачів в стратегічній діяльності на прикладі ПрАТ "ОТІС". Інфраструктура ринку. 2021. № 53. С. 55–61. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/53_2021/13.pdf<br>4. Овсієнко Н. В. Оптимізація інструментарію маркетингової політики комунікацій діяльності бренду. Економіка та суспільство. 2021. № 24. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/224/215<br>5. Овсієнко Н. В. Особливості маркетингової діяльності підприємств будівельної галузі. Економіка та |

суспільство. 2021. № 26. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/347/332
6. Овсієнко Н. В. Дослідження маркетингового потенціалу промислового підприємства на прикладі ПрАТ "ОТІС". Економічний простір. 2021. № 168. С. 71–75.
7. Овсієнко Н. В., Кирилюк О. В. Особливості рекламної діяльності інтернет-магазину в сучасних торгово-економічних умовах. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2022. № 13. URL: https://www.inter-nauka.com/issues/2022/13/8384
8. Ларіна Я. С., Овсієнко Н. В., Васильков Д. В. Трансформація методології стратегічного маркетингу в умовах сучасних викликів. Київський економічний науковий журнал. 2023. № 1. С. 30–38.
9. Овсієнко Н. В., Василенко О. Ю. Імейл маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій. Переваги і недоліки, види, еволюція розвитку. Економіка та суспільство. 2024. № 61. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-44
10. Овсієнко Н. В., Овсієнко В. В. Маркетингові стратегії просування товарів та послуг в мережі Інтернет. Економічний простір. 2024. № 196. С. 67–72. https://doi.org/10.30838/EP.196.67-72
11. Котвицька Н. М., Гривківська О. В., Овсієнко Н. В. Мінімізація ризиків господарської діяльності в контексті стратегії управління підприємствами аграрного сектора. Розвиток міста. 2024. № 4. С. 35–41. https://doi.org/10.32782/city-development.2024.4-5
12. Овсієнко Н. В.,

Котвицька Н. М., Овсієнко В. В. Методичні підходи до створення стратегії управління ризиками сучасних підприємств. Економічний простір. 2025. № 197. С. 199–203. https://doi.org/10.30838/EP.197.199-203
13. Черній А. П., Овсієнко Н. В., Черній В. П. Маркетинг-орієнтоване управління підприємством фармацевтичної галузі. Економічний простір. 2025. № 197. С. 303–309. https://doi.org/10.30838/EP.197.303-309
14. Гривківська О. В., Овсієнко Н. В., Котвицька Н. М., Гудзь Ю. Ф. Формування стратегії управління інноваційно-орієнтованим розвитком підприємств. Сталий розвиток економіки. 2025. № 1 (52). С. 377–381. https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-52-53
15. Гудзь Ю. Ф., Крейдич І. М., Прокопенко Н. С., Овсієнко Н. В. Оцінка ефективності управління інноваційним розвитком будівельних підприємств у контексті ресурсного потенціалу. Ефективна економіка. 2025. № 3. https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.3.8
16. Овсієнко Н. В., Костенко Ю. В. Аналіз економічних факторів розвитку підприємств на ринку України. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2025. Т. 36 (75), № 1. С. 34–46. https://doi.org/10.32782/2523-4803/75-1-6
17. Котвицька Н. М., Овсієнко Н. В., Шарова С. В. Засади формування організаційно-економічного механізму розвитку підприємств телекомунікаційних послуг. Modern Economics. 2025. № 49. С. 111–118. https://doi.org/10.3152

1/modecon.V49(2025)-15
18. Котвицька Н. М., Шарова С. В., Овсієнко Н. В. Особливості управління інноваційним розвитком підприємств фармацевтичної галузі. Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки). 2025. № 1 (54). С. 63–70. https://doi.org/10.32782/2519-884X-2025-54-8
19. Котвицька Н. М., Овсієнко Н. В., Шарова С. В. Інноваційний розвиток підприємств фармацевтичної сфери: підходи до управління та механізми реалізації. Бізнес-навігатор. 2025. Вип. 3 (80). С. 587–593. https://doi.org/10.32782/business-navigator.80-99
20. Овсієнко Н. В., Костенко Ю. В. Діагностика економічної безпеки аграрних підприємств. Причорноморські економічні студії. 2025. Вип. 92. С. 26–31. https://doi.org/10.32782/bses.92-3
21. Овсієнко Н. В., Козинець А. О. Впровадження соціальної відповідальності, як інструмента антикризового управління в забезпеченні конкурентоспроможності. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2024. № 43. С. 463–469. URL: https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1779
22. Овсієнко Н. В., Козинець А. О. Управління ризиками соціально відповідальної діяльності як чинник стратегічного управління конкурентоспроможністю. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2024. URL: https://nasoa-journal.com.ua/index.php/journal

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | 23. Овсієнко Н. В., Козинець А. О. Менеджмент соціально-відповідальних проєктів: оцінка ефективності та їх роль у формуванні стійких конкурентних переваг (на матеріалах підприємств ринку АЗС). Академічні візії. 2025. № 42. URL: https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/2387<br>24. Котвицька Н. М., Овсієнко Н. В., Шарова С. В. Теоретичні засади та управлінський потенціал програмно-цільового методу в енергетичній сфері. Актуальні питання економічних наук. 2025. № 12. https://doi.org/10.5281/zenodo.15669499<br>25. Котвицька Н. М., Овсієнко Н. В., Шарова С. В. Оцінювання проєктної зрілості підприємств енергетичного сектору в умовах трансформації. Наукові інновації та передові технології. 2025. № 6 (46). С. 427–437. https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-6(46)-427-437<br>26. Котвицька Н. М., Тимошенко А. О., Овсієнко Н. В., Шарова С. В. Стратегічні засади розвитку суб'єктів ринку телекомунікаційних послуг в умовах організаційно-економічної трансформації. Ефективна економіка. 2025. № 6. https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.6.10<br>27. Котвицька Н. М., Тимошенко А. О., Овсієнко Н. В., Шарова С. В. Методичні засади оцінювання ефективності організаційно-економічного механізму розвитку підприємств телекомунікаційної сфери. Успіхи і досягнення в науці. 2025. № 6 (16). С. 801–811. https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-6(16)-801-811<br>Розділи у монографіях: |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | 28. Овсієнко Н. В., Навроцька Т. А., Овсієнко В. В. Вплив інфлюенсерів на формування громадської думки в умовах війни. Ukraine's capacity to implement the sustainable development program in the context of full-scale armed aggression : Scientific monograph. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2025. Vol. 2. P. 224–237. https://doi.org/10.30525/978-9934-26-570-9-31<br>Матеріали конференцій<br>1. Овсієнко Н. В. Особливості визначення сегментування промислового ринку. Тенденції та перспективи розвитку менеджменту в умовах глобальних викликів : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., Херсон, 28 трав. 2021 р. Херсон : ХДАЕУ, 2021. С. 330–333.<br>2. Овсієнко Н. В. Прогнозування ефективності маркетингової стратегії. Інновації науки XXI століття : матеріали LXVI Міжнар. наук.-практ. конф., Дніпро, 17 трав. 2021 р. Дніпро, 2021. С. 186–189. URL: https://el-conf.com.ua/wp-content/uploads/2021/06/Дніпро_сайт.pdf<br>3. Овсієнко Н. В. Сутність та основні підходи до визначення маркетингової політики розподілу. Сучасні наукові погляди на вдосконалення економіки: перспективи та розвиток : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., Київ, 10 лип. 2021 р. Київ : Аналітичний центр «Нова Економіка», 2021. С. 76–79.<br>4. Овсієнко Н. В., Кирилюк О. В. Організація рекламної діяльності інтернет-магазину в соціальних мережах : матеріали CXIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Івано-Франківськ, 2022. URL: https://el-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/ |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | 11/IF_281022.pdf#page=231<br>5. Овсієнко Н. В., Кирилюк О. В. Організація рекламної діяльності інтернет-магазину із застосування імерсивних технологій. Україна XXI століття: тенденції та перспективи розвитку (воєнна доба) : матеріали XXIII наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених. Київ, 2022.<br>6. Овсієнко Н. В. Формування маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності в процесі розвитку підприємства. Розвиток бізнесу в контексті Європейської інтеграції; глобальні виклики, стратегічні пріорітети, реалії та перспективи : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Харків, 2024.<br>Членство у професійних об'єднаннях<br>Член ГО "Українська Асоціація Маркетингу".<br>Досвід практичної роботи<br>2016–2022 роки – Менеджер з маркетингу ПрАТ "ОТІС". |

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

| **Програмні результати навчання ОП** | **ПРН відповідає результату навчання, визначеному стандартом вищої освіти (або охоплює його)** | **Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН** | **Методи навчання** | **Форми та методи оцінювання** |
|---|---|---|---|---|