НАЦІОНАЛЬНЕ АГЕНТСТВО ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	**Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій**
Освітня програма	**57044 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	**82**
Повна назва ЗВО	**Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій**
Ідентифікаційний код ЗВО	**38855349**
ПІБ керівника ЗВО	**Шульга Володимир Петрович**
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	**http://www.duikt.edu.ua**

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

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

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	**57044**
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	**Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва, кафедра маркетингу**
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	**кафедра маркетингу, кафедра англійської мови та комп'ютерних лінгвотехнологій, кафедра журналістики та інформаційної діяльності**
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	**03110, Україна, м. Київ, вулиця Солом'янська, буд. 7**
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	**90368**
ПІБ гаранта ОП	**Сьомкіна Тетяна Віталіївна**
Посада гаранта ОП	**Професор**
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	**t.somkina@duikt.edu.ua**
Контактний телефон гаранта ОП	**+38(098)-085-44-75**
Додатковий телефон гаранта ОП	*відсутній*

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
очна вечірня	4 р. 0 міс.
очна денна	4 р. 0 міс.

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

Освітньо-наукова програма (ОНП) «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти разом з іншими
Освітньо-наукова програма (ОНП) «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти разом з іншими локальними нормативними документами Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій (ДУІКТ) визначає мету і зміст підготовки здобувачів ступеня доктора філософії (PhD) за спеціальністю 075 «Маркетинг».
Потреба у розробці та впровадженні ОНП «Маркетинг» обумовлена необхідністю підготовки науково-педагогічних і наукових кадрів для ДУІКТ, формуванням кадрового резерву викладачів та фахівців вищої кваліфікації для галузі. На момент запровадження ОНП у 2023 р. університет вже мав досвід реалізації освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» на першому (бакалаврському) та другому (магістерському) рівнях. В університеті функціонувала спеціалізована вчена рада Д 26.861.03 із захисту докторських дисертацій за спеціальністю 08.00.04 та видавався фаховий журнал «Економіка. Менеджмент. Бізнес», що забезпечувало належне науково-методичне середовище. Для розроблення ОНП рішенням Вченої ради було схвалено та наказом ректора затверджено склад робочої (проєктної) групи. Члени групи провели детальний аналіз ринку праці, вимог роботодавців до компетентностей фахівців та досвід провідних вітчизняних і зарубіжних ЗВО. Формування змісту та структури ОНП базувалося на вимогах Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня (наказ МОН України № 313 від 07.04.2022 р.). Програму затверджено Вченою радою ДУІКТ (протокол № 21 від 18.07.2023 р.) та введено в дію наказом ректора № 104 від 18.07.2023 р. з 01.09.2023 р.
З метою забезпечення якості освіти ОНП «Маркетинг» підлягає щорічному моніторингу та оновленню. Останній систематичний перегляд відбувся у 2026 р. із залученням стейкхолдерів: роботодавців, академічної спільноти та здобувачів вищої освіти (шляхом анкетування та публічних обговорень). Проєкт оновленої ОНП було завчасно розміщено на сторінці кафедри маркетингу. За результатами обговорення нову редакцію ОНП затверджено Вченою радою ДУІКТ (протокол № 3 від 17.03.2026 р.) та введено в дію наказом ректора № 105 від 20.03.2026 р. з 01.09.2026 р.
Унікальність ОНП полягає в її орієнтації на підготовку дослідників та практиків нового покоління, здатних комплексно розв'язувати складні проблеми у сфері маркетингу із застосуванням інструментарію Data Science, Big Data та алгоритмів штучного інтелекту (AI) для прийняття стратегічних управлінських рішень. Програма акцентує увагу на розвитку концепцій маркетингового менеджменту в умовах цифрової трансформації, глобалізації та кроскультурного середовища із дотриманням принципів академічної доброчесності та етики.

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	*ОВ*	*ОД*	*ОВ*
1 курс	2026 - 2027	9	1	0	0	0
2 курс	2025 - 2026	7	0	1	0	0
3 курс	2024 - 2025	5	1	0	0	0
4 курс	2023 - 2024	5	5	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	**2319 Маркетинг**
другий (магістерський) рівень	**35275 Маркетинг**
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	**57044 Маркетинг**

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

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

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

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	*ОНП МР ДФ 2023.pdf*	wymT+Z30CCXKQo8waKxcXVFyxyQmZFOAfFbOK2kSzJ8=
Освітня програма	*ОНП МР ДФ 2024.pdf*	5WEAT8FSsMmSEbLlKgiuEBino S5zguRp8iWuunmquPY=
Освітня програма	*ОНП МР ДФ 2025.pdf*	5C36LNd3c55oKFGLYAKPjjVhhpONVIxRh957fwMMR2o=
Освітня програма	*ОНП МР ДФ 2026.pdf*	RqUFg1pX4xqDzPtHw5su+Wvl6UiOcimwCQXonLUEMmg=
Навчальний план за ОП	*НП МР ДФ 2023.pdf*	jPNTVnRVLd6/L7h83eWcAvdYEsB8xWvArdjW5+RlgII=
Навчальний план за ОП	*НП МР ДФ 2024.pdf*	tNVLM66j5fI4R5CCJXAY+B+mPVin5GqtqeBeErgBLi8=
Навчальний план за ОП	*НП МР ДФ 2025.PDF*	etI7wFP3OE5nOds8b16WL2AZflOTEz25quZqIYhLVgw=
Навчальний план за ОП	*НП МР ДФ 2026.PDF*	pGpb4krOpJVCJ3+c3u0gC9RM+qew/pJYFsQwRkAA3Gc=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*Відповідність публікацій наук.керівників.pdf*	lwnG54fda3RBVcrmtB/H98gdcvQYvjbuna59wjdzNzU=

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?

Зміст, структура та внутрішня логіка реалізації освітньо-наукової програми (ОНП) забезпечують повне досягнення визначених програмних результатів навчання та формування компетентностей, оновлених відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня, затвердженого Наказом МОН України № 313 від 07.04.2022 р. Усі компетентності та програмні результати навчання, передбачені ОНП, чітко узгоджуються з дескрипторами 8-го рівня Національної рамки кваліфікацій (НРК). Структура ОНП поєднує освітню та наукову складові, забезпечуючи здатність здобувачів розв'язувати складні теоретичні й практичні проблеми маркетингу, генерувати та апробувати наукові ідеї, проводити самостійні оригінальні дослідження з дотриманням академічної доброчесності й упроваджувати результати в діяльність суб'єктів господарювання. Освітня складова забезпечує опанування теорії, методології та сучасних тенденцій маркетингу, розвиток критичного мислення, наукової комунікації, навичок використання цифрових технологій і аналізу даних, а також педагогічних компетентностей. Наукова складова передбачає виконання індивідуального плану наукової роботи, проведення

теоретико-прикладного дослідження, публікацію результатів у фахових і міжнародних виданнях, зокрема індексованих у Scopus/WoS, апробацію на наукових заходах та підготовку й публічний захист дисертації.

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

Окремий професійний стандарт для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» наразі відсутній. Водночас зміст ОНП ураховує вимоги галузевого Професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» (код КП 2419.2, затверджений ГО «Українська Асоціація Маркетингу» від 09.01.2025 р.). Оскільки ОНП спрямована на підготовку докторів філософії (8 рівень НРК), вимоги зазначеного професійного стандарту враховано на вищому концептуально-стратегічному та науково-дослідному рівнях. Зокрема, зміст освітніх компонентів орієнтований на методологічне забезпечення аналітичних процесів (ОК6-Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях), розробку інноваційних маркетингових моделей (ОК7-Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток).

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

Інтереси здобувачів ОНП «Маркетинг» враховуються під час визначення мети, програмних результатів навчання та оновлення програми через анкетування, участь у робочій групі, публічних обговореннях і звітування аспірантів.
Так у 2024 р. здобувач Ільницький Т. запропонував перенести ОК «Глобальний маркетинг» на 2 семестр, коли здобувачі вже володіють базовими методологічними й аналітичними інструментами, що забезпечує глибоке розуміння глобальних ринкових процесів та ефективне застосування стратегічного мислення.
У 2026 р. аспірант Ільницький Т. запропонував врахувати педагогічні та етичні вимоги Професійного стандарту «Викладач закладу вищої освіти». Пропозицію відображено у ЗК05 та РН10 щодо академічної взаємодії, наукового дискурсу й доброчесності.
Оскільки акредитація ОНП є первинною і випуску ще не було, залучено випускників споріднених програм.
Опитування: https://duikt.edu.ua/ua/2965-opituvannya-zdobuvachiv-diyalnist-kafedri
Публічне обговорення: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi

- роботодавці

Роботодавці залучаються до визначення компетентностей і результатів навчання, рецензування та оновлення ОНП відповідно до потреб професійного середовища.
У 2024 р. Мокряков А.С., старший консультант Pro-Consulting, рекомендував перенести ОК «Економетричні моделі в маркетингу» на другий семестр для послідовного формування аналітичної підготовки аспірантів.
У 2025 р. Волкова О.А., директор ТОВ «Реал Дорс», запропонувала посилити практичну спрямованість вибіркових компонентів, зокрема включити «Перфоманс-маркетинг», орієнтований на управління ефективністю та цифрові інструменти продажу.
У 2026 р. її пропозицію щодо підготовки до розв'язання комплексних прикладних завдань в умовах цифрових трансформацій враховано у ФК10 та РН12 — розробленні інноваційних маркетингових стратегій і адаптивних моделей конкурентного розвитку в умовах невизначеності. Вона також підтримала актуалізацію ОК «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях» відповідно до запитів бізнесу.
Новаченко А.І., маркетинг-директор Construction Machinery LTD, рекомендував запровадити формат Business Case Study Research у межах науково-педагогічної практики.
Публічне обговорення: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi

- академічна спільнота

Академічна спільнота ДУІКТ та інших ЗВО безпосередньо залучається до обговорення й оновлення мети, компетентностей, РН та змісту ОНП.
У 2023 році за пропозицією Басій Н. Ф. (ЛТЕУ) було відкориговано редакцію мети ОНП з метою її більшої структурованості та академічної лаконічності, зі збереженням ключового фокусу на підготовку висококваліфікованих наукових і науково-педагогічних кадрів у сфері маркетингу.
У 2026 р. за пропозицією Колосок В.М. (ДВНЗ «ПДТУ») уточнено мету ОНП з врахуванням особливостей підготовки здобувачів у ДУІКТ. За рекомендацією Савицької Н.Л. (ДБУ, Харків) уточнено формулювання компетентностей та програмних результатів навчання із фокусом на особливостях підготовки здобувачів на кафедрі маркетингу ДУІКТ. Відповідно до рекомендації Трохимець О.І. (Університет бізнесу в Катовіце, Республіка Польща), з огляду на сучасний зміст освітніх компонентів, уточнено «Основний фокус освітньої програми та спеціалізації».
У 2026 р. Сидоренко Т.М., зав. кафедри Журналістики та інформаційної діяльності, запропонувала перейменувати ОК «Сучасні освітні технології у вищій школі» у «Педагогічна майстерність та сучасні освітні технології» зі зміною РН
Публічне обговорення: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi

- інші стейкхолдери

у 2026 р. за рекомендацією Антонової О.М., заступника директора ННІМП було імплементувати посилені вимоги до етичних компетенцій у редакції змісту компетентностей та програмних результатів навчання. Враховано в оновленій ОПП, як: ЗК 05 Здатність до академічної взаємодії, ведення наукового дискурсу та провадження дослідницької діяльності на засадах академічної доброчесності.

РН10 Застосовувати принципи академічної доброчесності та стандарти етики у провадженні наукових досліджень і веденні академічного дискурсу.

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

Мета ОНП за спеціальністю 075 «Маркетинг» повністю відповідає Місії та Стратегії розвитку Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій (ДУІКТ), оскільки вона спрямована на підготовку науково-педагогічної еліти, здатної забезпечувати інноваційний та цифровий розвиток економіки.
Стратегія ДУІКТ орієнтована на трансфер знань, цифровізацію та генерацію інновацій. Мета ОНП безпосередньо реалізує це через підготовку докторів філософії, здатних розв'язувати складні дослідно-інноваційні завдання у сфері маркетингу.
Місія університету передбачає забезпечення ринку праці та закладу вищої освіти висококваліфікованими фахівцями. ОНП орієнтована на підготовку конкурентоспроможних наукових і науково-педагогічних кадрів, що сприяє підсиленню кадрового потенціалу як ДУІКТ, так і всієї галузі.
Узгоджуючись із профілем ДУІКТ як провідного закладу у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, ОНП інтегрує цифрові інструменти та новітні маркетингові концепції у наукові дослідження здобувачів.
Стратегії розвитку ДУІКТ: https://duikt.edu.ua/uploads/p_949_78903289.pdf

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

Мета та результати навчання ОНП «Маркетинг» визначені з урахуванням цифрової трансформації економіки, розвитку маркетингової аналітики, інтелектуальних маркетингових систем і зростання потреби в науково обґрунтованих стратегічних рішеннях. Програма орієнтована на підготовку наукових і науково-педагогічних працівників, здатних генерувати нові знання та розв'язувати комплексні дослідницько-інноваційні проблеми маркетингу.
Ці тенденції відображено у РН: РН01 передбачає опанування концептуальних і методологічних знань для проведення досліджень на рівні останніх світових досягнень; РН08 — застосування сучасних технологій пошуку, оброблення й аналізу інформації; РН11 — використання цифрової аналітики для обґрунтування стратегічних і наукових рішень; РН12 — розроблення інноваційних маркетингових стратегій та адаптивних моделей конкурентного розвитку в умовах невизначеності. РН10 враховує зростання значення академічної доброчесності й етики досліджень.
Досягнення цих результатів забезпечують ОК6 та ОК7. ОК1 та ОК2 формують методологічну культуру, критичне мислення та здатність оцінювати нові наукові підходи. Педагогічна підготовка забезпечує перенесення результатів досліджень у викладання маркетингових дисциплін. Актуальність мети та РН підтримується під час перегляду ОНП з урахуванням досліджень кафедри, сучасних наукових публікацій і пропозицій академічної спільноти та роботодавців.

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

ОНП враховує тенденції цифрової трансформації та розвитку інноваційних/інтелектуальних маркетингових систем. Оновлення ОНП проведено з урахуванням пропозицій та рецензій зовнішніх стейкхолдерів, зокрема представників реального сектору бізнесу (Construction Machinery LTD, ТОВ «Ріал Дорс»). До складу робочої групи розробників входить представник роботодавців (директор ТОВ «Ріал Дорс»). Обговорення питань підготовки докторів філософії з маркетингу, було на порядку денному заходів, які проводилися Українською асоціацією маркетингу, в яких брали участь НПП кафедри - члени УАМ. Гарант ОНП Сьомкна Т.В. є членом УАМ. Передбачено залучення провідних фахівців-практиків сфери маркетингу до проведення гостьових лекцій.
Отриманий досвід та взаємодія з роботодавцями враховуються при актуалізації ОНП, зокрема її цифрової, аналітичної та практичної складових, що відображено в спеціальних компетентностях (наприклад, ФК09 — проектування архітектури маркетингових досліджень на основі інструментарію цифрової аналітики; ФК10 — розробка інноваційних маркетингових стратегій) та відповідних РН11, РН12, що відображають актуальний запит ринку на фахівців, здатних працювати з Big Data та розробляти адаптивні стратегії в умовах високодинамічного середовища.
Гостьові лекції: https://duikt.edu.ua/uploads/p_3190_67103077.pdf
Публічне обговорення: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi

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

Так. Мета та програмні результати навчання ОНП «Маркетинг» визначаються з урахуванням досвіду аналогічних і споріднених вітчизняних програм третього (освітньо-наукового) рівня. Основними орієнтирами є поєднання фундаментальної, методологічної та фахової підготовки, самостійне проведення оригінальних досліджень, дотримання академічної доброчесності й готовність до науково-педагогічної діяльності.
При формуванні мети та програмних результатів навчання було вивчено досвід аналогічних програм провідних українських університетів, таких як Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (ХНЕУ ім. С. Кузнеця), Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (КНЕУ), Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ), Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (КПІ ім. Ігоря Сікорського), Сумського національного аграрного університету (СНАУ) та Національний університет біоресурсів і природокористування України (НУБіП).
Додатковими орієнтирами є споріднені докторські програми з економіки й управління, що містять компоненти

маркетингових досліджень, цифрової аналітики та конкурентного розвитку.
Досвід КНЕУ ім. Вадима Гетьмана («Філософія науки») та КПІ ім. Ігоря Сікорського («Філософські засади наукової діяльності», «Академічна доброчесність та наукова комунікація») був корисним при орієнтації РН10 на застосування принципів академічної доброчесності та стандартів етики у дослідженнях і науковому дискурсі.
Досвід КПІ («Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій»), НУБіП («Інформаційні технології в маркетингу») та споріднених докторських програм КНЕУ («Маркетингові дослідження та аналітика товарних ринків») був корисним при орієнтації РН11 на застосування цифрової аналітики в маркетингових дослідженнях та обґрунтуванні стратегічних і наукових рішень.
Досвід СНАУ та НУБіП щодо формування маркетингових стратегій в агробізнесі, а також Одеської політехніки («Конкурентоспроможність: економіка та управління») був корисним при орієнтації РН12 на розроблення й обґрунтування інноваційних маркетингових стратегій та адаптивних моделей конкурентного розвитку в умовах динамічного середовища й невизначеності.
Міжуніверситетська співпраця доповнює порівняльний аналіз програм. До перегляду ОНП залучаються представники академічної спільноти інших ЗВО, які надають рекомендації щодо мети, компетентностей, результатів навчання та змісту компонентів. Матеріали оприлюднено на сторінці публічного обговорення. Досвід інших програм адаптується до профілю ДУІКТ, поєднуючи цифрову аналітику, стратегічний маркетинг і педагогічну підготовку з тематикою досліджень аспірантів.
ХНЕУ: https://surl.li/ooakvr
ДТЕУ: https://surl.li/njbpes
КПІ ім. Ігоря Сікорського: https://surl.li/swxpbs
СНАУ: https://surl.li/xnjcrc
НУБіП України https://surl.li/hbtdmc
КНЕУ ім. Вадима Гетьмана: https://surl.li/nbwmrh

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

Мета освітньо-наукової програми та програмні результати навчання розроблені й визначені з урахуванням передового досвіду провідних іноземних освітніх програм підготовки докторів філософії (PhD in Marketing) у закладах вищої освіти Європейського Союзу та США (зокрема, HEC Paris, Corvinus University of Budapest, Lancaster University Management School, ESSEC Business School, BI Norwegian Business School).
Сучасна зарубіжна практика підготовки PhD з маркетингу (наприклад, освітній трек Quantitative Marketing / Marketing Science у HEC Paris та Corvinus University of Budapest) передбачає обов'язкове оволодіння аспірантами методами обробки великих даних, аналітики споживчої поведінки та цифрового аналізу. Цей досвід імплементовано в ОК 6 «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях», що забезпечує формування компетентності з використання інструментарію цифрової аналітики та Big Data для прийняття стратегічних рішень (РН11).
Пріоритет європейських програм щодо дослідження адаптивних моделей бізнесу в умовах глобальних трансформацій відображено в ОК 7 «Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток», що є аналогом курсових модулів Marketing Strategy Research провідних бізнес-шкіл (наприклад, ESSEC Business School).
У світовій практиці (зокрема у програмних вимогах Lancaster University та HEC Montréal) проходження курсів з етики досліджень (Responsible Conduct of Research / Research Integrity) та методології наукової комунікації є обов'язковою передумовою проведення докторських досліджень. Зважаючи на це, до обов'язкового блоку програми включено ОК 1 «Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс», що сприяє формуванню компетентностей з наукової етики та академічної доброчесності» та формує готовність вести науковий дискурс і презентувати результати дослідження
HEC Paris, Франція: https://www.hec.edu/en/marketing
Corvinus University of Budapest: https://www.uni-corvinus.hu/post/landing-page/phd/marketing/
Lancaster University Management School, Велика Британія:
https://www.lancaster.ac.uk/study/postgraduate/postgraduate-courses/marketing-phd/2026/
ESSEC Business School, Франція: https://essec.edu/en/pages/concentration-marketing/
BI Norwegian Business School, Норвегія: https://www.bi.no/en/programmes-and-individual-courses/phd/marketing/
HEC Montréal, Канада: https://www.hec.ca/en/programs/phd/phd-marketing

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

48

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)?

36

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

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

Зміст ОНП відповідає предметній області спеціальності «Маркетинг» та спрямований на підготовку докторів філософії, здатних розв'язувати комплексні наукові й прикладні проблеми маркетингу, створювати нові знання та здійснювати дослідницьку, інноваційну й науково-педагогічну діяльність.
Зокрема, ОК1 «Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс» формує загальнонауковий фундамент підготовки, здатність критично осмислювати наукові концепції, аргументувати власну позицію та дотримуватися принципів академічної доброчесності. Методологічна підготовка забезпечує постановку дослідницьких проблем у галузі маркетингу, формулювання та перевірку гіпотез, обґрунтування методів дослідження й отримання достовірних наукових результатів.
ОК6 «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях» забезпечує опанування методів збирання, оброблення та інтерпретації маркетингових даних, застосування цифрових аналітичних інструментів для дослідження ринків і поведінки споживачів, перевірки наукових гіпотез та обґрунтування маркетингових рішень.
ОК7 «Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток» спрямований на поглиблене дослідження закономірностей формування маркетингових стратегій, оцінювання стратегічних альтернатив і визначення напрямів конкурентного розвитку підприємств.
Науково-педагогічна практика формує здатність викладати маркетингові дисципліни, розробляти навчально-методичні матеріали й інтегрувати результати власних досліджень в освітній процес.
Компоненти вільного вибору поглиблюють фахову підготовку відповідно до наукових інтересів аспірантів і тематики дисертаційних робіт. Вони забезпечують індивідуалізацію освітньої траєкторії та розширюють можливості дослідження актуальних проблем маркетингу.
Поєднання освітньої та наукової підготовки забезпечує використання здобутих знань і навичок для розроблення концепцій, моделей, методичних підходів та практичних рекомендацій щодо маркетингової діяльності підприємств.
Структурно-логічна схема програми забезпечує послідовний перехід від загальнонаукової та методологічної підготовки до опанування фахових дослідницьких підходів і їх застосування у дисертаційній роботі. Відповідність змісту ОНП предметній області спеціальності підтверджується змістом освітніх компонентів, тематикою наукових досліджень та матрицями відповідності компетентностей і програмних результатів навчання компонентам програми.

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

Основним інструментом формування ІОТ аспірантів ОНП є вибіркові дисципліни — 12 кред. ЄКТС (25% освітньої складової). ІОТ регламентують полож. ДУІКТ про ІОТ, орг. освітнього процесу, академічну мобільність, неформ. та інформ. освіту.
ІОТ реалізується через вибір дисциплін, формування інд. навчального плану й плану наукової роботи, визначення тематики дисертації, участь у мобільності та стажуваннях, опанування сертифікованих курсів і визнання результатів навчання.
Дисципліни обираються із загальноуніверситетського Каталогу відповідно до наукових інтересів і професійних потреб. На стор. ОНП розміщено рекомендовані компоненти та навчально-методичні матеріали. Здобувачі можуть обирати дисципліни інших спец., а за погодженням із директором інституту — інших рівнів вищої освіти. Консультації надають наукові керівники й завідувач кафедри, орг. супровід — навчальні підрозділи. Обрані компоненти включаються до інд. навчального плану. За п. 4.3 Полож. про форм. ІОТ вибір здійснюється, як правило, на початку весняного семестру першого року на наступний навчальний рік, якщо інше не передбачено ОНП.
Полож.про форм. ІОТ: p_447_22834975.pdf
Полож. про орг. освіт.проц.: p_447_49109699.pdf
Полож. про поряд.орг. права на ак.мобільність: p_447_36289291.pdf
Полож. про неформ. та інформа. освіту: p_447_35048489.pdf
Каталог ОК вільного вибору: https://duikt.edu.ua/ua/2994-katalog-osvitnih-komponentiv-vilnogo-viboru
Вибіркові дисц.: https://duikt.edu.ua/ua/3165-disciplini-vilnogo-viboru-op-marketing

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

Право на вибір навчальних дисциплін в університеті регламентовано «Положенням про формування індивідуальних освітніх траєкторій в ДУІКТ», яке містить основні вимоги щодо здійснення права вибору відповідно до п.15 ч.1 ст. 62 Закону України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014 р. Процедура вибору навч. дисциплін включає такі кроки:
1.При обговоренні напряму та теми дослідження з науковим керівником аспіранти ознайомлюються із загальноуніверситетським Каталогом освітніх компонентів вільного вибору, силабусами, змістом дисциплін. На сторінці ОНП розміщено рекомендовані аспірантам дисципліни та їх описи. Вибір здійснюється з урахуванням наукових інтересів здобувача, тематики дослідження та потреб у набутті додаткових компетентностей.
2.Здобувачі визначають перелік вибіркових компонентів та подають відповідні заяви. За потреби вони отримують консультації наукового керівника та зав.кафедри. П.п. 6.7 Положенням про формування індивідуальних освітніх траєкторій здобувачів вищої освіти у ДУІКТ передбачає обрання дисциплін здобувачами ступеня доктора філософії на початку осіннього семестру, у перші два тижні навчання.
3.Навчальна частина ННІМП узагальнює результати вибору та передає інформацію для формування навчальних груп і педагогічного навантаження. Навчально-методичний центр формує розклад занять. Положення визначає

мінімальну чисельність групи для третього рівня вищої освіти — 5 осіб.
4.Обрані компоненти вносяться до індивідуального навч. плану аспіранта з дотриманням структурно-логічної схеми ОНП «Маркетинг». Вибіркова частина плану формується здобувачем за участю наукового керівника. Після включення до індивідуального плану обрані компоненти є обов'язковими для опанування.
Аспіранти можуть обирати ОК з різних розділів загальноуніверситетського каталогу, зокрема інших кафедр. Вибір компонентів інших рівнів вищої освіти здійснюється за погодженням із директором відповідного навчально-наукового інституту. Якщо аспірант із поважної причини не здійснив вибір своєчасно або виявив помилку щодо свого волевиявлення, він звертається до навчальної частини із заявою та документами, що підтверджують відповідні обставини.
Полож.про форм. ІОТ: p_447_22834975.pdf
Каталог ОК вільного вибору: https://duikt.edu.ua/ua/2994-katalog-osvitnih-komponentiv-vilnogo-viboru
Вибіркові дисципліни: https://duikt.edu.ua/ua/3165-disciplini-vilnogo-viboru-op-marketing

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

Практ. підготовка здобувачів ОНП забезпечується обов'язковим ОК 4 «Науково-педагогічна практика» обсягом 6 кредитів ЄКТС (180 годин), передбаченим у 4 семестрі. Практика спрямована на набуття досвіду науково-пед. та навчально-метод. діяльності, необхідного для подальшої професійної роботи у закладах вищої освіти та здійснюється відповідно до Положення про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у ДУІКТ, програми та силабусу практики за ОНП.
Теорет.основою практичної пед. підготовки є ОК 3. У поєднанні з науково-пед.практикою забезпечує формування ЗК05, ФК03, ФК04 та досягнення РН04, РН05, РН09, РН10, визначених ОНП. Під час практики аспіранти опановують підготовку та проведення навчальних занять із маркетингових дисциплін, розроблення практ.завдань і метод.матеріалів, організацію самостійної роботи студентів, оцінювання результатів навчання та надання зворотного зв'язку, що формує практ. навички викладача й дозволяє поєднати фахові знання з пед. методами та сучасними освітніми технологіями.
Практична підготовка також інтегрована у фахові компоненти ОНП. ОК6 забезпечує застосування аналітичного інструментарію у дослідницькій діяльності, а ОК 7 - обґрунтування стратегічних маркетингових рішень.
Положення про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у ДУІКТ: p_447_70525617.pdf

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

ОНП «Маркетинг» забезпечує розвиток соціальних навичок (soft skills) через поєднання освітньої, наукової та педагогічної підготовки. ОК1 «Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс» (РН01, РН03-РН06) та ОК2 «Сучасні наукові дослідження та організація науки» (РН01-РН06) сприяють розвитку критичного мислення, аргументації, самоорганізації та відповідальності за результати досліджень. ОК5«Англійська мова для наукової комунікації» (РН07) формує здатність презентувати й обговорювати результати досліджень державною та іноземною мовами. ОК3 «Педагогічна майстерність та сучасні освітні технології» й ОК4 «Науково-педагогічна практика» (РН04, РН05, РН09, РН10) забезпечують розвиток педагогічної комунікації та відповідальності за навчання інших. ОК6 «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях» та сприяє розвитку здатності обґрунтовувати рішення й генерувати інноваційні ідеї (РН10).
Розвиток soft skills підтверджується участю Олексія Жоголєва та Володимира Павлова в міжнародній науково-практичній конференції, що сприяє вдосконаленню навичок публічного виступу й наукової дискусії. Міжнародні стажування Іллі Молокова та Тараса Ільницького у Польщі сприяють розвитку міжкультурної комунікації, адаптивності та професійної співпраці.
Конференція «Синергія інновацій»: https://surl.li/uouagy
Міжнародне стажування: https://surl.li/aavjkg, https://surl.li/rdfscx.

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

Зміст ОНП структуровано за напрямами: оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями; набуття універсальних навичок дослідника; здобуття мовних компетентностей; здобуття глибинних знань зі спеціальності.
Логічну послідовність підготовки відображено у структурно-логічній схемі. ОК1 «Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс», ОК2 «Сучасні наукові дослідження та організація науки» й ОК5 «Англійська мова для наукової комунікації» формують світоглядну, методологічну та комунікативну основу. У другому семестрі ОК6 «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях» і ОК3 «Педагогічна майстерність та сучасні освітні технології» розвивають аналітичні й педагогічні компетентності. У третьому семестрі ОК7 «Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток» поглиблює стратегічну підготовку, у четвертому ОК4 «Науково-педагогічна практика» забезпечує застосування набутих умінь. Вибіркові компоненти доповнюють підготовку відповідно до дослідницьких інтересів. Формування загальнокультурних та громадянських компетентностей забезпечується розвитком наукового світогляду й культурного кругозору, дотриманням професійної етики та академічної доброчесності (ЗК04), урахуванням соціальних і правових аспектів наукових та інноваційних проєктів (РН02), відповідальністю за

результати власної діяльності й навчання інших (РН05, РН06, РН09).
Сукупність компонентів забезпечує досягнення мети й заявлених результатів навчання
https://duikt.edu.ua/uploads/p_1079_93369745.pdf

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

ДУІКТ співвідносить обсяг освітніх компонентів ОНП із навчальним навантаженням, необхідним для досягнення визначених результатів навчання, відповідно до Полож. про орг.освіт.проц. Розподіл часу між навчальними заняттями та самостійною роботою визначається навчальним планом і деталізується в силабусах.
Обсяг освітньої складової ОНП становить 48 кред. ЄКТС (1440 год.), з яких обов'язкові ОК — 36 кред. (1080 год.), вибіркові — 12 кред. (360 год.). Освітня складова опановується протягом 2-х років; СЛС передбачено по 12 кред. ЄКТС у кожному семестрі. Компоненти обсягом 3 та 6 кред. передбачають відповідно 90 та 180 год. заг. навантаження.
Самостійна робота забезпечується навчально-методичними матеріалами, електронними ресурсами та консультаціями викладачів. Навчально-методичні матеріали з усіх ОК ОНП розміщені в Google Workspace for Education (GWE). До послуг здобувачів є Ел. бібліотека ДУІКТ, що забезпечує можливість опрацювання матеріалів та виконання завдань у зручний час.
Під час опитування аспірантів у 2025–2026 н.р., 71,4% респондентів зазначили, що освітні компоненти повністю сприяють розвитку дослідницьких, аналітичних і методологічних навичок, 28,6% — скоріше сприяють. Результати засвідчують позитивну оцінку здобувачами змісту ОК та їх внеску в розвиток дослідницьких компетентностей.
Полож.про орг.освітн. проц.: p_447_49109699.pdf
Ел. бібліотека ДУІКТ https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2141
Опитування: https://duikt.edu.ua/ua/2965-opituvannya-zdobuvachiv-diyalnist-kafedri

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

Практикоорієнтованість ОНП «Маркетинг» забезпечується поєднанням методологічної, фахової та педагогічної підготовки з виконанням власного наукового дослідження. ОК2 формує вміння планувати й проводити дослідження. ОК6 забезпечує опанування інструментів аналізу даних та обґрунтування управлінських рішень, ОК7 - розроблення стратегій і моделей розвитку суб'єктів ринку. ОК3 та ОК4 забезпечують підготовку до викладацької діяльності й застосування набутих педагогічних умінь. Організація навчання за дуальною формою регламентується Положенням про підготовку фахівців за дуальною формою здобуття вищої освіти у ДУІКТ.
Зв'язок із професійною практикою посилюється через залучення фахівців маркетингової сфери до освітнього процесу. Зокрема, аспіранти 1–3 курсів взяли участь у відкритій англомовній лекції Альони Валуєвої, менеджерки проєктів міжнародних компаній Union Media & Azzuro. Під час зустрічі розглядалися практичні кейси маркетингової діяльності в умовах обмежених ресурсів, особливості споживчої поведінки та маркетингових комунікацій на українському й британському ринку.
Положенням про підготовку фахівців за дуальною формою здобуття вищої освіти у ДУІКТ p_447_91663915.pdf
Міжнародний досвід у маркетингу: https://surl.li/nijxlm

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

ОНП «Маркетинг» забезпечує набуття компетентностей, необхідних для реалізації Цілей сталого розвитку до 2030 року, через дослідницьку, педагогічну та фахову підготовку.
Ц4. Якісна освіта. ОК3 та ОК4 формують здатність організовувати освітній процес, застосовувати сучасні методи викладання (ФК04; РН05, РН09). ОК1 - засвоєння принципів академічної етики й доброчесності.
Ц8. Гідна праця та економічне зростання. ОК2 та ОК7 сприяють ухваленню відповідальних маркетингових рішень з урахуванням соц., ек. і прав. аспектів проєктів (РН02), а також формує здатність розробляти інноваційні стратегії та адаптивні моделі розвитку суб'єктів ринку (ФК10; РН12).
Ц9. Промисловість, інновації та інфраструктура. ОК6 та ОК7 забезпечують опанування цифрових інструментів, аналізу даних і розроблення інноваційних маркетингових рішень, що сприяє науковому обґрунтуванню стратегій та підвищенню конкурентоспроможності підприємств (ФК09, ФК10; РН08, РН11–РН12).
Ц17. Партнерство заради сталого розвитку. ОК5 розвиває здатність працювати в міжнар. середовищі, презентувати й обговорювати результати досліджень (ЗК03, ФК02; РН07).
Зазначені компетентності й результати навчання закріплено в ОНП. Практичними прикладами партнерської взаємодії є міжнародні стажування І.Молокова та Т.Ільницького у Польщі, а також зустріч аспірантів із маркетологинею А.Валуєвою.
Міжнародне стажування: https://surl.li/aavjkg, https://surl.li/rdfscx.
Міжнародний досвід у маркетингу: https://surl.li/nijxlm

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

Інформація про правила прийому на навчання та вимоги до вступників ОНП за спеціальністю D5 «Маркетинг» розміщена на офіційному сайті ДУІКТ у розділах:
Правила прийому: https://duikt.edu.ua/ua/108-pravila-priyomu-priymalna-komisiya
Правила прийому до аспірантури: https://duikt.edu.ua/ua/398-pravila-priyomu-aspirantura-i-doktorantura.
Програма вступного випробування зі спеціальності D5 «Маркетинг»:
https://duikt.edu.ua/uploads/p_1553_31526369.pdf
Програма додаткового вступного випробування: https://duikt.edu.ua/uploads/p_1553_70768777.pdf
Вимоги до дослідницької пропозиції https://duikt.edu.ua/uploads/p_1553_94815539.pdf.
Строки прийому заяв, проведення вступних випробувань, оприлюднення рейтингових списків і зарахування на навчання наведено на сторінці вступу до аспірантури https://duikt.edu.ua/ua/398-pravila-priyomu-aspirantura-i-doktorantura.

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

Правила прийому та вимоги ураховують дослідницьку спрямованість ОНП, її предметну область і мету підготовки наукових та науково-педагогічних працівників. Вступ здійснюється відповідно до Правил прийому ДУІКТ, умов вступу до аспірантури. Вимоги щодо складання ЄВВ із методології наукових досліджень та ЄВІ забезпечують перевірку загальної дослідницької й мовної підготовки вступників.
Особливості спеціальності враховано у програмі вступного іспиту зі спеціальності D5. Це дозволяє оцінити фахові знання й готовність вступника до опанування освітніх компонентів ОНП та проведення досліджень у сфері маркетингу.
Дослідницька спрямованість ОНП враховується через презентацію дослідницької пропозиції. Вступник обґрунтовує актуальність теми, визначає мету, завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження, очікувані наукові результати та їх практичне значення. Напрям дослідження має відповідати спеціальності й науковим напрямам каф.маркетингу. Презентація та відповіді на запитання комісії дозволяють оцінити критичне мислення, методологічну підготовку і здатність аргументувати власну наукову позицію.
Для вступників, які здобули ступінь магістра або спеціаліста за інш. спеціальністю, передбачено додаткове вступне випробування. Воно перевіряє знання предметної області маркетингу та готовність до подальшої фахової й наукової підготовки. Таким чином, вступні вимоги поєднують оцінювання фахових знань, дослідницького потенціалу та відповідності наукових інтересів вступника спрямованості ОНП.

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

Визнання результатів навчання та кваліфікацій, здобутих на інших ОП застосовується у разі: переведення з іншого ЗВО або на іншу ОП; поновлення; здобуття другої вищої освіти; навчання на основі раніше здобутого рівня; участі в академічній мобільності та регламентується Положенням про формування ІОТ (розд. 8 «Порядок перезарах.та зарахування кредитів в індивід. навч. плані»). Загальні засади визначені в Положенні про організацію освітнього процесу та Положенні про порядок організації права на академічну мобільність.
Поінформованість забезпечується відкритим доступом до нормативної бази на офіційному сайті ДУІКТ. Інформація щодо порядку реалізації академічної мобільності, правил участі, університетів-партнерів та контактів для консультацій розміщена на сторінці каф. маркетингу
Положенням про формування ІОТ: p_447_22834975.pdf
Полож.про орг.освітн. проц.: p_447_49109699.pdf
Положенням про порядок організації права на академічну мобільність: p_447_36289291.pdf
Нормативні документи: https://duikt.edu.ua/ua/447-polozhennya-normativni-dokumenti
Академічна мобільність каф. Маркетингу: https://duikt.edu.ua/ua/3193-akademichna-mobilnist-aspirantura-riven-eksperta

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

Протягом терміну дії ОНП «Маркетинг» не виникало прецедентів визнання результатів навчання, які були отримані в інших ЗВО, а також під час академічної мобільності, тому конкретних рішень предметних комісій щодо визнання результатів навчання на ОНП не приймалося.
У разі надходження відповідних звернень визнання результатів навчання здійснюється за заявою здобувача на підставі академічної довідки або додатка до документа про вищу освіту. Процедура передбачає зіставлення змісту освітніх компонентів і досягнутих результатів навчання з вимогами ОНП «Маркетинг» відповідно до Положення про формування індивідуальних освітніх траєкторій та Положення про порядок організації права на академічну мобільність.
Можливості навчання та стажування в інших закладах освіти підтримуються партнерськими зв'язками ДУІКТ, інформація про які оприлюднена на сторінці закладів освіти та наукових установ — партнерів. Прикладами реалізації міжнародної мобільності аспірантів ОНП «Маркетинг» є стажування Іллі Молокова та Тараса Ільницького у Польщі.
Положенням про формування ІОТ: p_447_22834975.pdf
Положенням про порядок організації права на академічну мобільність: p_447_36289291.pdf

Парнери університету: https://duikt.edu.ua/ua/2947-navchalni-zakladi-ta-naukovi-instituti-nashi-partneri
Міжнародне стажування: https://surl.li/aavjkg, https://surl.li/rdfscx.

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 здобувачів ступеня доктора філософії за ОНП «Маркетинг», отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, регулюється Положенням про неформальну та інформальну освіту у ДУІКТ. Документ визначає підстави, порядок подання заяви, оцінювання та зарахування набутих результатів навчання.
Для аспірантів ОНП «Маркетинг» можуть визнаватися результати, отримані під час професійних курсів, тренінгів, онлайн-навчання та самоосвіти, за умови їх відповідності змісту й результатам навчання обов'язкових освітніх компонентів. Визнання може охоплювати дисципліну повністю або окремі модулі, теми чи завдання. Здобувач подає заяву, декларацію результатів навчання та наявні підтвердні матеріали. Предметна комісія оцінює їх відповідність силабусу ОК і за потреби призначає контрольний захід. Рішення оформлюється протоколом.
Аспіранти можуть отримати роз'яснення щодо відповідності набутих результатів освітнім компонентам ОНП у завідувача кафедри маркетингу, наукового керівника та викладача відповідної дисципліни.
Положенням про неформальну та інформальну освіту: p_447_35048489.pdf

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

14–18 трав.2026 р. О.Єнчева, А. Цівінський, О.Жоголев, І.Молоков та В.Павлов успішно завершили тренінг «Performance marketing. Сучасні навички маркетолога» обсягом 30 год. (1 кред. ЄКТС). Програма охоплювала цифровий маркетинг, аналіз ефективності кампаній та інстр.залуч. аудиторії. Набуті результати можуть бути подані для визнання в межах відповідного ОК за процедурою, визначеною Положенням про неформальну та інформальну освіту у ДУІКТ. Зарахування здійснюється після встановлення відповідності результатів навчання вимогам силабусу та оформлення відповідного рішення у форматі повного чи часткового зарах.ОК або врахування відповідн. результатів під час поточного оцінювання. Для визнання рез-тів здобувач подає на ім'я директора ННІМП заяву, декларацію та підтвердж. матер. Підставою для визнання можуть бути сертифікати про проходж.онлайн-курсів, тренінгів, вебінарів, участь у наук.конф., наявність публікацій або виконання проф. проєктів, тематика яких відповідає ОК. Можливість визнання рез. навч., отриманих в неформє та/або інформє освіті конкретизована у силабусах ОП.
На момент проведення самооцінювання випадків подання заяв від здобувачів щодо офіційн.визнання результатів неформ. та/або інформ. освіти не було.
Новина про тренінг: https://surl.li/bhkjgp
Положенням про неформальну та інформальну освіту: p_447_35048489.pdf

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?

Освітній процес за ОНП організовано відповідно до Закону України «Про вищу освіту», Порядку підгот. здобув. вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук, затв.пост. КМУ № 261, та станд.вищої освіти зі спец. 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня, затв.наказом МОН України від 07.04.2022 № 313.
На рівні університету підгот. аспірантів регламентують Полож. про поряд.підгот.здобув. вищ.осв.ступеня доктора філософії та доктора наук у ДУІКТ та Полож. про орг. освіт. процесу.
Методи та засоби навчання відповідають змісту ОК і запланованим результатам навчання. Аналіз наукових джерел, дискусії та дослідницькі завдання в ОК1-ОК2 розвивають критичне мислення, методол.підготовку й наукову етику. Аналіз даних і розроблення маркет. рішень в ОК6-ОК7 формують аналітичні та стратегічні компетентності. Презентації й обговорення досліджень англ.мовою в ОК5 розвивають наукову комунікацію, а ОК3-ОК4 забезпечують опанування освітніх технол. і набуття досвіду викладання.
Поєднання теорет., практич. та дослідн. підготовки забезпечує досягнення мети ОНП - підготовку наукових і науково-педагогічних працівників, здатних створювати нові знання та розв'язувати складні дослідницько-інноваційні проблеми у сфері маркетингу.
ЗУ «Про вищу освіту»: https://surl.li/itzbbp
Порядок підготовки здобувачів: https://surl.li/gqjnlv
Стандарт: https://surl.li/mnhysb
Полож. про порядок підгот.здобувачів: p_447_70525617.pdf
Полож.про орг.освітн. проц.: p_447_49109699.pdf

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?

Методи, засоби та технології навчання за ОНП ґрунтуються на студентоцентрованому підході й враховують наукові інтереси та тематику дисертацій аспірантів. Здобувачі формують індивідуальну освітню траєкторію через вибір дисциплін, дослідницькі завдання й консультації з викладачами та науковими керівниками. Дискусії, аналіз маркетингових ситуацій і презентації досліджень розвивають активність та самостійність аспірантів. Вибір дисциплін регламентовано Положенням про формування індивідуальних освітніх траєкторій.
Навчально-методичні матеріали доступні в Google Workspace for Education. Комунікація та зворотний зв'язок здійснюються під час занять і консультацій, через Google Classroom, електронну пошту й месенджери. Пропозиції здобувачів враховуються для вдосконалення навчання.
За результатами опитування за 2025–2026 навчальний рік, 100% респондентів оцінили якість викладання та науково-консультаційного супроводу на 5 балів із 5. Навчанням повністю задоволені 71,4%, скоріше задоволені — 28,6%. Аспіранти відзначили корисність наукових семінарів, індивідуального супроводу й дисциплін, пов'язаних із дисертаціями, та запропонували посилити зв'язок навчальних завдань із дослідженнями й розширити заходи з методології та аналізу даних. Результати обговорено на кафедрі та враховано під час удосконалення ОНП.
Полож.про формування інд. освіт.траєкт.: p_447_22834975.pdf
Опитування: https://duikt.edu.ua/ua/2965-opituvannya-zdobuvachiv-diyalnist-kafedri

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

Академічна свобода учасників освітнього процесу за ОНП «Маркетинг» забезпечується відповідно до розділу 10 Положення про організацію освітнього процесу у ДУІКТ.
Викладачі самостійно добирають методи, засоби й технології навчання, розробляють силабуси та навчальні матеріали відповідно до змісту ОК і програмних результатів навчання. Це дозволяє поєднувати лекції, наукові дискусії, аналіз маркетингових ситуацій, дослідницькі завдання та цифрові інструменти з урахуванням підготовки й наукових інтересів аспірантів.
Академічна свобода здобувачів реалізується через вибір освітніх компонентів, визначення напряму й тематики дисертаційного дослідження, добір та обґрунтування дослідницьких методів, вільне висловлення наукових поглядів і участь у фахових дискусіях. Індивідуальні завдання та консультації дають можливість пов'язувати навчання з власним дослідженням. Реалізація академічної свободи передбачає дотримання академічної доброчесності, наукової етики та повагу до позицій інших учасників освітнього процесу.
За результатами опитування за 2025–2026 навчальний рік, 100% респондентів оцінили науковий і консультаційний супровід викладачів та наукових керівників на 5 балів. Здобувачі також відзначили можливість формувати індивідуальну освітню й наукову траєкторію.
Полож.про орг.освітн. проц.: p_447_49109699.pdf
Опитування: https://duikt.edu.ua/uploads/p_2965_92163150.pdf
Академіч.,наук.активн.,проф.розв.НПП https://surl.li/aqnrnn

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

Інформація щодо освітньої діяльності за ОНП «Маркетинг» розміщена на офіційному сайті ДУІКТ. Аспіранти мають доступ до Google Classroom, де розміщено навчально-методичне забезпечення ОК: силабуси, навчальні матеріали, завдання та рекомендації щодо самостійної роботи, порядок і критерії оцінювання. За потреби дистанційні заняття проводяться через Google Meet або Zoom.
ОНП «Маркетинг» та каталог вибіркових ОК перебувають у відкритому доступі.
На початку навчального семестру, під час першого заняття, кожен викладач презентує ОК, висвітлює його цілі, завдання, зміст, очікувані результати навчання, форми й методи викладання, порядок і критерії оцінювання. Матеріали доступні здобувачам упродовж усього періоду вивчення ОК, а додаткові роз'яснення надаються під час консультацій.
ОНП: https://duikt.edu.ua/ua/1079-tretiy-osvitno-naukoviy-riven-vischoi-osviti-osvitni-programi
Каталогу освітніх компонентів вільного вибору: https://duikt.edu.ua/ua/2994-katalog-osvitnih-komponentiv-vilnogo-viboru
Навчально-методичні матеріали кафедри: https://surl.li/nrmsjn

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

Поєднання навчання і досліджень за ОНП «Маркетинг» забезпечується взаємозв'язком освітньої та наукової складових підготовки аспірантів. ОК1 «Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс» і ОК2 «Сучасні наукові дослідження та організація науки» формують методологічні й етичні засади досліджень. ОК6 «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях» та ОК7 «Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток» забезпечують опанування інструментів аналізу маркетингових даних і розроблення стратегічних рішень. ОК5 розвиває здатність представляти результати досліджень англійською мовою, а ОК3–ОК4 забезпечують педагогічну підготовку. Здобуті знання й навички використовуються під час виконання дисертаційних досліджень.
Наукова робота здійснюється під керівництвом наукових керівників відповідно до індивідуальних планів. Аспіранти опрацьовують джерела, обґрунтовують дослідницькі проблеми, збирають та аналізують дані, готують публікації й апробують результати. Виконання освітньої та наукової складових обговорюється на засіданнях кафедри. Зокрема, у 2026 р. заслухано звіти Т. Ільницького, І. Молокова, Д. Гуріненка, В. Павлова, О. Жоголева та інших здобувачів; за результатами обговорення звіти схвалено й рекомендовано до затвердження.
Аспіранти залучаються до виконання НДР кафедри. Конкретним прикладом є робота «Розробка науково-методичних рекомендацій з формування маркетингової стратегії підприємства в умовах диджиталізації» (№

0125U002855, 2025 р.). У переліку авторів звіту зазначено Д. Гуріненка, Т. Ільницького, О. Жоголева, І. Молокова, А. Цівінського та В. Павлова. Участь у колективному дослідженні поєднує теоретичну підготовку з розробленням прикладних рекомендацій для підприємств (звіт у Національному репозитарії академічних текстів).
Результати досліджень апробуються на конференціях. 21.05.2026 О. Жоголєв і В. Павлов представили дослідження маркетингового управління на ринку IoT та цифрового просування smart-технологій на II Міжнародній конференції «Синергія інновацій: політика, економіка та менеджмент в цифровому світі». На VIII Міжнародній конференції «Маркетинг майбутнього. Виклики та реалії» 10.06.2026 О. Єнчева, В. Павлов, О. Жоголев, Д. Гуріненко й А. Цівінський презентували результати досліджень цифрових стратегій, EdTech, IoT, малого бізнесу та юридичних послуг.
Поєднання навчання й досліджень підтверджується спільними публікаціями викладачів та аспірантів, зокрема О. Ромащенко і В. Павлова «Стратегія просування smart технологій як важливий етап цифровізації діяльності підприємства». Здобувачі також мають можливість публікувати результати в журналі ДУІКТ «Економіка. Менеджмент. Бізнес».
Звіт аспірантів: https://surli.cc/ewygmg
Звіт НДР: https://nrat.ukrintei.ua/searchdoc/0225U005090/
Конференція «Синергія інновацій»: https://surl.li/uouagy
Конференція «Маркетинг майбутнього»: https://surl.li/vsedmp

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

Зміст освітніх компонентів ОНП «Маркетинг» актуалізується з урахуванням розвитку маркетингової науки, сучасних цифрових практик, результатів досліджень і пропозицій стейкголдерів. Порядок перегляду визначено Положенням про запровадження та оновлення освітніх програм у ДУІКТ. Рецензії та інформацію про зміни до ОНП оприлюднено на сторінці публічного обговорення освітніх програм.
Науковою основою актуалізації фахової підготовки є НДР кафедри «Науково-методичні засади впровадження інноваційних технологій у маркетингову діяльність» (№ 0120U101141) та «Розробка науково-методичних рекомендацій з формування маркетингової стратегії підприємства в умовах диджиталізації» (№ 0125U002855, 2025 р.). Остання охоплювала застосування CRM-систем, SEO, таргетованої реклами та маркетингової аналітики. Тематика досліджень безпосередньо пов'язана зі змістом ОК6 та ОК7.
Конкретні рішення підтверджено зведеною таблицею змін за 2026 рік. За пропозицією О. Ромащенко, підтриманою роботодавцем О. Волковою, ОК «Економетричні моделі в маркетингу» оновлено як «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях» зі збільшенням обсягу до 6 кредитів ЄКТС. За пропозицією В. Дарчук «Студії з маркетингу» та «Глобальний маркетинг» інтегровано в ОК «Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток» для посилення підготовки з формування конкурентних переваг на національному й глобальному ринках.
За рекомендаціями Ю. Дайновського та Н. Басій до силабусу ОК6 включено практичні кейси на основі даних компаній-партнерів і відкритих аналітичних джерел. За пропозицією А. Новаченка до науково-педагогічної практики додано розроблення й проведення заняття за методикою Business Case Study Research із використанням реальних маркетингових завдань компаній-партнерів.
Сучасний зміст ОК програми також охоплює веб- і наскрізну аналітику, атрибуцію конверсій та поведінку користувачів в ОК6; етику використання генеративного ШІ й наукову аргументацію в ОК1; педагогічний дизайн і цифрові освітні інструменти в ОК3.
Викладачі розширюють професійний досвід через публікації, конференції та навчання. Зокрема, 24–25.06.2026 представники кафедри взяли участь у вебінарах МОН України та ДНТБ України щодо ORCID і URIS. Опрацьовані практики представлення наукових результатів створюють підґрунтя для актуалізації матеріалів із цифрової організації науки та наукової комунікації.
Положенням про запровадження та оновлення освітніх програм у ДУІКТ: p_447_50872585.pdf
Публічне обговорення: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi
Зведена таблиця змін за 2026 рік : p_2772_13434373.pdf
Участь у вебінарі: https://surl.li/ptzyra

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

Інтернаціоналізація ОНП реалізується через міжнародне партнерство, академічну мобільність викладачів і аспірантів, апробацію результатів досліджень. Кафедра співпрацює з WSHIU Akademia Nauk Stosowanych, Katowice Business University та Almaty University of Humanities and Economics. Така взаємодія сприяє врахуванню зарубіжного досвіду в дослідницькій і педагогічній підготовці. Організацію мобільності регламентує Полож. про порядок орг. права на ак. мобільність.
Викладачі ОНП підвищують кваліфікацію за міжнародними програмами. Зокрема, О.Виноградова пройшла стажування в Akademia Górnośląska (Польща, 2025 р.) та за програмою «Використання сучасних цифрових технологій у освітньому процесі». Отриманий досвід є підґрунтям для вдосконалення методів викладання, цифрового освітнього середовища та наукової комунікації.
Аспіранти безпосередньо залучаються до міжнар. академічного середовища. У 2026 р. І.Молоков та Т.Ільницький пройшли стажування в Польщі, що сприяло розвитку міжкультурної комунікації й професійних контактів. Апробації результатів і розвитку міжнародних наукових зв'язків сприяє щорічна конференція «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії», яка об'єднує аспірантів, викладачів і зарубіжних партнерів.
Партнери каф.: https://surl.li/sasvju
Полож. про порядок орг. права на ак. мобільність: p_447_36289291.pdf
Партнери каф.: https://duikt.edu.ua/ua/1571-partneri-kafedri-kafedra-marketingu
Міжнародне стажування: https://surl.li/zcxonc, https://surl.li/aavjkg, https://surl.li/rdfscx.

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?

Форми контрольних заходів і критерії оцінювання за ОНП визначаються відповідно до Полож. про орг. освітнього процесу у ДУІКТ та Положення про порядок підгот.здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук.
Зміст контрольних завдань узгоджується з результатами навчання відповідного ОК, а форми контролю, розподіл балів і критерії оцінювання зазначаються в силабусах та доводяться до відома аспірантів на початку вивчення дисципліни.
Поточний контроль здійснюється під час практичних і семінарських занять, обговорення наукових проблем, виконання індивідуальних та самостійних завдань, представлення результатів дослідницької роботи. Він дозволяє послідовно оцінювати засвоєння матеріалу, виявляти труднощі та надавати здобувачам рекомендації щодо вдосконалення роботи. Семестровий контроль проводиться у формі екзамену, заліку або диференційованого заліку відповідно до ОНП та навчального плану.
Відповідність оцінювання результатам навчання забезпечується добором завдань, які потребують практичного застосування сформованих компетентностей. Під час практики оцінюються виконані завдання, підготовлені матеріали та звіт, що підтверджують застосування педагогічних знань і навичок.
Критерії оцінювання враховують повноту й правильність виконання завдань, обґрунтованість вибору методів, достовірність аналізу, самостійність висновків, якість аргументації та дотримання академічної доброчесності.
Поєднання різних форм контролю дає змогу оцінити як теоретичні знання, так і здатність застосовувати їх у дослідницькій та викладацькій діяльності. Згідно з діючою в університеті системою комплексної діагностики знань здобувачів, з метою стимулювання планомірної та систематичної навчальної роботи, результати складання іспитів, заліків та практик оцінюються за національною (чотирибальною), уніфікованою семибальною шкалою ECTS - A (відмінно), B, C (добре), D, E (задовільно), FX, F (незадовільно), і рейтинговою 100-бальною шкалою, а заліків – за двобальною, семибальною шкалою A,B,C,D,E (зараховано), FX,F (не зараховано) і 100-бальною шкалою.
На рівні ОНП загалом досягнення результатів навчання встановлюється через виконання індивідуального навчального плану та індивідуального плану наукової роботи. Аспіранти звітують про результати досліджень, підготовку публікацій, апробацію наукових результатів і стан виконання дисертації.
Полож.про орг.освітн. проц.: p_447_49109699.pdf
Полож.про порядок підгот. здобувачів вищої освіти: p_447_70525617.pdf
Силабуси: https://duikt.edu.ua/ua/3162-op-marketing-aspirantura

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

Чіткість і зрозумілість форм контр. заходів та критеріїв оцінювання за ОНП забезпечуються їх завчасним визначенням у силабусах, доступністю навчально-методичних матеріалів та роз'ясненнями викладачів.
На 1 занятті викладач ознайомлює аспірантів із формами поточ. й підсумк. контролю, видами завдань, строками виконання, розподілом балів, умовами допуску до семестрового контролю та критеріями оцінювання. Відповідна інф. розміщується в силабусах і Google Classroom та залишається доступною протягом вивчення ОК.
Поточний контроль дозволяє оцінити виконання практ. та інд. завдань, самостійну роботу, участь у наукових дискусіях і презентації дослідницьких результатів. Семестровий контроль здійснюється у формі, визначеній навчальним планом і силабусом. Для кожного оцінюваного виду роботи зазначаються максимальна кількість балів та вимоги до виконання, що дозволяє здобувачам планувати навчання й розуміти підстави отриманої оцінки. Зворотний зв'язок викладача пояснює допущені помилки та напрями вдосконалення роботи.
Якість викладання та консультаційного супроводу підтверджується результатами опитування аспірантів ОНП за 2025–2026 н. р.: 100% респондентів оцінили ці складові на 5 балів. Водночас ці показники характеризують загальну якість викладання й супроводу, а не окрему оцінку зрозумілості критеріїв оцінювання.
Опитування: https://duikt.edu.ua/ua/2965-opituvannya-zdobuvachiv-diyalnist-kafedri
Силабуси: https://duikt.edu.ua/ua/3162-op-marketing-aspirantura

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

Інформацію про форми контрольних заходів і критерії оцінювання за ОНП «Маркетинг» викладач доводить до аспірантів на початку семестру, під час першого заняття з відповідного ОК. Він роз'яснює структуру дисципліни, види контрольних завдань, порядок їх виконання, розподіл балів, критерії оцінювання та умови проходження семестрового контролю. Перед проведенням кожного контрольного заходу додатково уточнюються вимоги й строки виконання завдань.
Форми контролю та критерії оцінювання зазначаються в силабусах ОК, доступних через сторінку освітніх компонентів ОНП «Маркетинг» та Google Classroom. Здобувачі мають доступ до цих матеріалів упродовж усього періоду вивчення дисципліни.
Строки семестрового контролю визначаються графіком освітнього процесу та розкладом контрольних заходів, а поточного контролю — плануванням відповідного ОК. Інформація про заняття доступна в електронному розкладі

університету. Додаткові роз'яснення надаються під час консультацій та через електронні засоби комунікації.
Силабуси: https://duikt.edu.ua/ua/3162-op-marketing-aspirantura
Розклад: e-rozklad.duikt.edu.ua

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

Форма атестації здобувачів ОНП «Маркетинг» відповідає стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня, затвердж. наказом МОН України від 07.04.2022 № 313. Підсумкова атестація здійснюється у формі публічного захисту дисертації, що передбачено ОНП «Маркетинг».
Підготовка здобувачів регламентується Полож. про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук, а присудження ступеня - Порядком, затвердж. постановою КМУ від 12.01.2022 № 44.Під час захисту разова спеціалізована вчена рада оцінює наукову новизну, обґрунтованість і значущість результатів, особистий внесок здобувача та його здатність самостійно розв'язувати наукові проблеми у сфері маркетингу. Дисертація, відгуки офіційних опонентів, рецензії та інші матеріали атестації оприлюднюються на сторінці разових спец. вчених рад ДУІКТ. Перевірка дисертації на академічний плагіат здійснюється відповідно до Полож. про систему запобігання та виявлення ак. плагіату з використанням технічних засобів.
ЄДКІ для здобувачів ступеня доктора філософії за спеціальністю «Маркетинг» не передбачений. Досягнення результатів навчання підтверджується виконанням освітньої та наукової складових ОНП і результатами публічного захисту дисертації.
Полож.про порядок підгот. здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук: p_447_70525617.pdf
Присудження ступеня: https://surl.li/xrkrye
Полож. про сист. запобігання та виявлення ак.плагіату p_447_61575036.pdf

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

Процедура проведення контрольних заходів за ОНП «Маркетинг» регламентується Положенням про організацію освітнього процесу у ДУІКТ та Положенням про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук. Доступність документів забезпечується їх оприлюдненням у відкритому доступі в розділі «Навчання. Нормативні документи» офіційного сайту університету.
Для кожного ОК форми контролю, порядок проведення, розподіл балів і критерії оцінювання конкретизуються в силабусах ОНП «Маркетинг», а також у Google Classroom. На першому занятті викладач ознайомлює аспірантів із відповідними вимогами, а перед контрольним заходом уточнює процедуру, строки та критерії оцінювання. Додаткові роз'яснення надаються під час консультацій.
Зворотний зв'язок забезпечується через спілкування зі здобувачами та опитування щодо якості навчання. Зокрема, результати опитування аспірантів ОНП «Маркетинг» за 2025–2026 навчальний рік обговорено на кафедрі та враховано під час удосконалення програми й організації освітнього процесу.
Полож.про орг.освітн. проц.: p_447_49109699.pdf
Полож.про порядок підгот. здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук: p_447_70525617.pdf
Опитування: https://duikt.edu.ua/ua/2965-opituvannya-zdobuvachiv-diyalnist-kafedri
Силабуси:https://duikt.edu.ua/ua/3162-op-marketing-aspirantura

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 екзаменаторів за ОНП «Маркетинг» забезпечується завчасним оприлюдненням критеріїв оцінювання, застосуванням однакових вимог до здобувачів та фіксацією результатів контролю відповідно до Положення про організацію освітнього процесу. Кодекс академічної доброчесності визначає етичні вимоги до учасників освітнього процесу, зокрема недопущення необ'єктивного оцінювання.
Запобігання та врегулювання конфліктів регламентує Положення про вирішення конфліктних ситуацій. Передбачено неформальне врегулювання за участю посередника або письмове звернення до директора ННІ чи ректора зі створенням комісії для розгляду ситуації. Виявленню та врегулюванню конфлікту інтересів також сприяє уповноважена особа з питань запобігання корупції.
Прикладом профілактичної роботи на ОНП є лекція Т. Сьомкіної з академічної доброчесності для аспірантів-маркетологів. Вона спрямована на формування відповідального ставлення до навчання й досліджень.
Полож.про орг.освітн. проц.: p_447_49109699.pdf
Кодекс академічної доброчесності p_447_96297052.pdf
Положення про вирішення конфліктних ситуацій p_447_88699516.pdf
Лекція: https://surl.li/hxtwrj

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів за ОНП «Маркетинг» регламентується Положенням про організацію освітнього процесу у ДУІКТ. Здобувачам, які мають академічну заборгованість, надається можливість її ліквідувати у встановлені університетом строки. Перед перескладанням аспірант виконує передбачені силабусом завдання та вимоги допуску до підсумкового контролю.
Перескладання допускається не більше двох разів із кожної дисципліни: викладачу та комісії, створеній директором

інституту. Комісійне оцінювання забезпечує колегіальність розгляду результатів; оцінка комісії є остаточною. Строки й порядок перескладання доводяться до здобувачів навчальною частиною та викладачами. Невиконання індивідуального навчального плану після використання передбачених можливостей ліквідації заборгованості є підставою для розгляду питання про відрахування відповідно до нормативних документів університету.
Полож.про орг.освітн. проц.: p_447_49109699.pdf
Силабуси:https://duikt.edu.ua/ua/3162-op-marketing-aspirantura

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 контрольних заходів за ОНП «Маркетинг» регламентується Положенням про вирішення конфліктних ситуацій у ДУІКТ (пп. 3–4), доступним у розділі нормативних документів університету.
У разі незгоди з процедурою або результатами підсумкового семестрового контролю аспірант має право подати звернення чи скаргу. Для його розгляду розпорядженням директора ННІ створюється апеляційна комісія не пізніше наступного робочого дня після подання звернення. Склад комісії визначається відповідно до ситуації та може включати директора інституту, його заступника, завідувача кафедри й голову студентської ради інституту. Комісія розглядає звернення не пізніше п'яти робочих днів після його подання. Рішення повідомляється здобувачеві відразу після прийняття та оформлюється протоколом, який підписують здобувач і члени комісії. Протокол реєструється та зберігається в навчальній частині відповідного ННІ.
Положення про вирішення конфліктних ситуацій p_447_88699516.pdf

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

Політика, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності за ОНП «Маркетинг» визначені Кодексом академічної доброчесності ДУІКТ, Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату з використанням технічних засобів. Зазначені документи встановлюють етичні принципи освітньої та наукової діяльності, вимоги до самостійності виконання робіт, належного посилання на джерела, достовірності результатів досліджень, об'єктивності оцінювання, а також процедури запобігання та реагування на порушення академічної доброчесності.
Реалізацію цих вимог у межах своїх повноважень забезпечують Комісія з питань академічної доброчесності, керівництво ННІ, завідувач кафедри маркетингу, гарант і група забезпечення ОНП, викладачі та наукові керівники. Документи перебувають у відкритому доступі в розділі «Положення. Нормативні документи» офіційного сайту університету.
Кодекс академічної доброчесності p_447_96297052.pdf
Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату: p_447_61575036.pdf
Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти: p_447_18879118.pdf

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

Технологічним інструментом протидії академічному плагіату за ОНП «Маркетинг» є перевірка текстів наукових робіт і дисертацій за допомогою StrikePlagiarism.com. Перевірка здійснюється відповідно до Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у ДУІКТ та поєднує автоматизоване виявлення текстових збігів з експертним аналізом. Звіт подібності використовується для перевірки коректності цитування, посилань і характеру запозичень; відсоток збігів сам по собі не є висновком про наявність плагіату.
Додатково Google Classroom забезпечує збереження поданих навчальних робіт, фіксацію строків виконання та зворотний зв'язок викладачів. Профілактична робота включає ознайомлення аспірантів із правилами цитування, самостійного виконання досліджень і відповідального використання цифрових інструментів. Прикладом є лекція з академічної доброчесності для аспірантів кафедри маркетингу.
Електронний репозиторій ДУІКТ містить окремий розділ «Кафедра Маркетингу» з матеріалами, систематизованими за роками. Дисертації та супровідні матеріали докторських захистів оприлюднюються на сторінці разових спеціалізованих вчених рад. Відкритий доступ до наукових робіт сприяє прозорості атестації та можливості перевірки результатів досліджень науковою спільнотою.
Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату: p_447_61575036.pdf
Лекція про ак.доброчесність: https://surl.li/hxtwrj
Електронний репозиторій ДУІКТ https://duikt.edu.ua/ua/reposit

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

Популяризація академічної доброчесності серед аспірантів ОНП здійснюється через ознайомлення з Кодексом ДУІКТ, консультації викладачів і наукових керівників та тематичні заходи. ОК1 охоплює стандарти доброчесності, етику використання генеративного ШІ, наукову аргументацію й підготовку публікацій.Аспірантам роз'яснюють вимоги до самостійності досліджень, достовірності даних і належного цитування.Конкретним прикладом є відкрита лекція Т. Сьомкіної з ак.доброчесності для аспірантів-маркетологів, присвячена принципам і стандартам відповідальної наукової діяльності.Консультації наук. керівн. та перевірка текстів на запозичення доповнюють просвітницьку роботу й допомагають попереджати порушення.На стор.кафедри є спец.вкладинка, яка містить практичну Пам'ятку з ак. доброчесності для аспірантів та Процедуру перевірки (покроковий алгоритм).
Зворотний зв'язок забезпечується опитуваннями здобувачів. За результатами опит.ування аспірантів ОНП за 2025–2026 н.р., 100% респондентів оцінили рівень ак.доброчесності та дотримання етичних норм в освітньо-науковому

середовищі як дуже високий. Результати обговорюються на кафедрі та враховуються під час удосконалення підготовки аспірантів.
Кодекс академічної доброчесності p_447_96297052.pdf
Лекція про ак.доброчесність: https://surl.li/hxtwrj
Пам'ятка з академічної доброчесності: https://duikt.edu.ua/ua/3192-akademichna-dobrochesnist-aspirantura-riven-eksperta
Опитування: https://duikt.edu.ua/ua/2965-opituvannya-zdobuvachiv-diyalnist-kafedri

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

Реагування на порушення академічної доброчесності за ОНП «Маркетинг» здійснюється відповідно до Кодексу академічної доброчесності ДУІКТ та Положення про Комісію з питань академічної доброчесності. Учасник освітнього процесу, якому стали відомі обґрунтовані факти можливого порушення, звертається до Комісії з письмовою заявою. Комісія розглядає матеріали та пояснення учасників і формує вмотивований висновок щодо наявності або відсутності порушення.
За встановлені порушення до здобувачів можуть застосовуватися повторне проходження оцінювання або відповідного ОК, позбавлення академічної стипендії чи пільг з оплати навчання, відрахування — залежно від характеру порушення та відповідно до законодавства й університетських процедур. Здобувач має право ознайомлюватися з матеріалами розгляду, надавати пояснення та оскаржувати рішення.
У разі виявлення ознак академічного плагіату в науковій роботі звіт подібності підлягає експертному аналізу відповідно до Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату. Рішення приймається на підставі змістового аналізу запозичень, а не лише відсотка текстових збігів.
Кодекс академічної доброчесності p_447_96297052.pdf
Положення про Комісію з питань академічної доброчесності p_2704_44758455.pdf
Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату: p_447_61575036.pdf

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

НПП, залучені до реалізації ОНП, мають наук. ступені, профільну освіту, досвід викладацької та дослідницької діяльності, що відповідають змісту освітніх компонентів. Кадрове забезпечення програми формується з урахуванням пунктів 36–38 ЛУ провадження освітньої діяльності, затверджених постановою КМУ від 30.12.2015 №1187. Відповідність кваліф.викл. ОК підтверджується документами про освіту та наук. ступінь, відповідним проф. досвідом, керівництвом захищеними дисертаціями та/або тематичними науковими публікаціями. Окремо враховується вимога щодо наявності не менше 4-х досягнень у проф. діяльності за останні 5 р., визначених п. 38. від 30.12.2015 № 1187
Відповідність викладачів змісту освітніх компонентів підтверджують такі приклади:
Шкіль Л.Л., к.філос.н., доц. (ОК1«Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс»), кваліфікацію спеціаліста філософії, викладача філософських дисциплін. Її наукові інтереси охоплюють історію та соціальну філософію, філософську антропологію, що відповідають завданням компонента щодо формування наукового світогляду, критичного мислення та етичної культури дослідника.
Виноградова О.В., д.е.н., проф. (ОК2«Сучасні наукові дослідження та організація науки»). - керівник наукової школи з маркетингового менеджменту та голова спеціалізованої вченої ради з багаторічним досвідом експертної роботи в МОН України. Її відповідність ліцензійним вимогам підтверджена регулярним міжнародним стажуванням, сертифікатами з академічної доброчесності й сучасних дослідницьких методик, а також численними публікаціями у фахових виданнях і базах Scopus та Web of Science за ОК.
Сидоренко Т.М., д.пед.н., доц. (ОК3«Педагогічна майстерність та сучасні освітні технології»). У 2026 році захистила докторську дисератцію за спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти». Педагогічна кваліфікація відповідає змісту компонента щодо педагогічного дизайну, сучасних методів навчання та викладацької взаємодії.
Колісниченко А.В., к.філол. н., доц.(ОК5«Англійська мова для наукової комунікації»). Філологічна кваліфікація та досвід викладання відповідають завданням розвитку іншомовної академічної комунікації, опрацювання наукових джерел, підготовки публікацій і представлення результатів досліджень англійською мовою.
Ромащенко О.С., к.е.н, доц., (ОК6«Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях»). Вища освіта, кваліфікація магістра з економіки та науковий ступінь за спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Відповідність компоненту підтверджують публікації щодо інтеграції IoT із CRM-системами, цифрових технологій просування, маркетингового аудиту та оцінювання ефективності маркетингової діяльності.
Науково-педагогічні працівники: https://duikt.edu.ua/ua/312-naukovo-pedagogichni-pracivniki-kafedra-marketingu
Постанова КМУ від 30.12.2015 №1187: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text
Силабуси: https://duikt.edu.ua/ua/3162-op-marketing-aspirantura
Видавнича діяльність НПП кафедри https://surl.li/jcchld

Продемонструйте, що процедури конкурсного відбору викладачів є прозорими, недискримінаційними, дають можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму

для успішної реалізації освітньої програми та послідовно застосовуються

Формування викладацького складу ОНП здійснюється відповідно до законодавства, Ліцензійних умов, Статуту ДУІКТ та Порядку проведення конкурсного відбору для заміщення вакантних посад НПП та укладання з ними трудових договорів. Відбір спрямований на забезпечення відповідності освітньої та професійної кваліфікації викладачів змісту освітніх компонентів програми.
Прозорість забезпечується оприлюдненням вакантних посад, порядку та умов проведення конкурсу. Кандидатури попередньо обговорюються на кафедрі; для оцінювання педагогічної майстерності можуть проводитися відкриті заняття. Рекомендація кафедри ухвалюється таємним голосуванням і передається на подальший розгляд відповідно до встановленої процедури.
Професійний рівень викладачів оцінюється з урахуванням освіти, наукового ступеня, публікацій, навчально-методичної роботи та результатів щорічного рейтингування відповідно до Положення про щорічну рейтингову оцінку діяльності НПП. Послідовність застосування оцінювання підтверджує оприлюднення рейтингів за 2023/2024 та 2024/2025 навчальні роки.
Порядок проведення конкурсного відбору для заміщення вакантних посад НПП: p_126_62676395.pdf
Положення про щорічну рейтингову оцінку діяльності НПП: p_447_89539392.pdf
Рейтинги за 2023/2024 та 2024/2025 навчальні роки: https://duikt.edu.ua/ua/2703-reyting-naukovo-pedagogichnih-pracivnikiv-navchannya

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

Роботодавці, професіонали-практики та експерти галузі залучаються до реалізації ОНП через обговорення й оновлення програми, удосконалення змісту освітніх компонентів та проведення гостьових лекцій. Зокрема, представники компаній «Compressors International», «Стіл Лайн», «Форкс» і «Реал Дорс» надали рекомендації щодо посилення практичної спрямованості підготовки. Також долучаються до публічного обговорення представники академічної спільноти.
Конкретним прикладом безпосередньої участі практиків є відкрита лекція А.Валуєвої, маркетологині та менеджерки проєктів Union Media & Azzuro (Велика Британія), для аспірантів, магістрів і викладачів кафедри про практичні кейси, обговорення споживчої поведінки та маркетингових комунікацій на українському й британському ринках. Це забезпечує зв'язок навчання і досліджень із сучасними практиками маркетингової діяльності.
Партнери кафедри: https://duikt.edu.ua/ua/1571-partneri-kafedri-kafedra-marketingu
Посилення практичної спрямованості підготовки https://duikt.edu.ua/ua/news-1-9-15197-kafedra-marketingu-duikt-pracyue-nad-modernizacieyu-zmistu-osvitnih-program
Публічне обговорення ОНП: https://surl.li/xmhlsz
Відкрита лекція А.Валуєвої: https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-15674-mizhnarodniy-dosvid-u-marketingu-vidbulasya-vidkrita-lekciya-aloni-valuevoi-dlya-magistriv-aspirantiv-ta-vikladachiv-kafedri-marketingu_kafedra-marketingu

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

ДУІКТ сприяє професійному розвитку викладачів ОНП відповідно до Положення про підвищення кваліфікації НПП через професійне навчання, стажування, тренінги та конференції. О.Виноградова у 2025 року пройшла міжнародне стажування в Akademia Górnośląska. О.Виноградова, Т.Сьомкіна у 2025 взяли участь у програмі «Електронна комерція без кордонів». В.Дарчук та О.Ромащенко пройшли курс «Інформаційні системи та технології в діяльності маркетолога» ТОВ «СетАп», навчання «Нейротехнології та їх застосування в різних видах контенту, методи нейровимірювання (ЕЕГ, fMRI)» агенції «K&K consulting». А також тренінгі «Performance marketing. Сучасні навички маркетолога» ТОВ «Compressors International», курс із диджиталізації маркетингових послуг ТОВ «ПРОФІТМАЙНЕР» та навчання зі створення підручників нового покоління.
Викладачі також беруть участь у міжнародних конференціях, зокрема «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії». Отриманий досвід сприяє оновленню змісту ОК, практичних завдань і методів викладання.
Положення про підвищення кваліфікації НПП p_447_82499307.pdf
Міжнародне стажування в Akademia Górnośląska https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-14876-zaviduvach-kafedri-marketingu-uspishno-zavershila-mizhnarodne-stazhuvannya_kafedra-marketingu
Участь у програмі «Електронна комерція без кордонів» https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-14668-vikladachi-duikt-vzyali-uchast-u-navchalniy-programi-elektronna-komerciya-bez-kordoniv-strategii-zrostannya-onlayn-prodazhiv_kafedra-marketingu

Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності

Система заохочення розвитку викладацької майстерності НПП ДУІКТ передбачає матеріальні та моральні стимули й регламентується Положенням про порядок заохочення осіб, які працюють і навчаються в ДУІКТ. Професійні досягнення викладачів також відображаються у щорічному рейтингу НПП. Конкретним прикладом морального заохочення є нагородження О.Виноградової подякою від В.Кличка за сумлінну працю, значний особистого внеску у розвиток вітчизняної освітньої та наукової сфери, забезпечення якісної підготовки висококваліфікованих кадрів та бездоганного професіоналізму.
Т.Сьомкіна, В.Дарчук, О.Ромащенко нагороджені подякою ректора за сумлінну працю, досягнення у педагогічній і науковій діяльності та підготовку висококваліфікованих фахівців.
Положення про порядок заохочення осіб, які працюють і навчаються в ДУІКТ: p_447_90869904.pdf
Щорічний рейтинг НПП: https://duikt.edu.ua/ua/2703-reyting-naukovo-pedagogichnih-pracivnikiv-navchannya
Академічна, наукова активність та професійний розвиток: https://duikt.edu.ua/ua/315-naukova-diyalnist-kafedra-

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

Навчально-методичні та матеріально-технічні ресурси ДУІКТ забезпечують освітню й дослідницьку підготовку аспірантів ОНП «Маркетинг». Освітні компоненти забезпечені силабусами та навчальними матеріалами, посібниками й методичними рекомендаціями. Google Workspace for Education використовується для розміщення матеріалів, виконання завдань і взаємодії з викладачами.
Навчальні локації кафедри оснащені комп'ютерами та мультимедійним обладнанням. Лабораторія Digital-маркетингу передбачає використання Google Analytics, Google Trends, SimilarWeb, Meta Business Suite та Google Ads. Ці інструменти дозволяють досліджувати цифрове ринкове середовище, поведінку споживачів і результативність маркетингових рішень, що відповідає змісту ОК6–ОК7.
Електронна бібліотека забезпечує опрацювання навчальних і наукових джерел; бібліотека також надає консультації щодо роботи зі Scopus та Web of Science. Фінансове планування підтримує функціонування й оновлення освітньої інфраструктури. Сукупність ресурсів забезпечує виконання навчальних завдань, самостійну роботу та проведення маркетингових досліджень.
Силабуси: https://duikt.edu.ua/ua/3163-1-kurs-op-marketing
Навчальні локації кафедри: https://duikt.edu.ua/ua/2804-navchalni-prostori-kafedri-materialna-baza
Публікації НПП: https://duikt.edu.ua/ua/316-vidavnicha-diyalnist-kafedra-marketingu
Електронна бібліотека: https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2141

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

Доступ викладачів і здобувачів ОНП «Маркетинг» до освітньої інфраструктури та інформаційних ресурсів організовано відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та Положення про організацію освітнього процесу в ДУІКТ.
Для навчання, викладання та досліджень використовуються навчальні локації кафедри маркетингу, обладнані комп'ютерами й мультимедійними засобами. Лабораторії Digital-маркетингу та соціально-економічних досліджень забезпечують роботу з інструментами маркетингової аналітики, Excel.
Силабуси ОК оприлюднені на сайті кафедри, а навчальні матеріали доступні через персональні облікові записи на платформі Google Workspace for Education. Це забезпечує дистанційний доступ до завдань, методичних рекомендацій і зворотного зв'язку з викладачами.
У відкритому доступі розміщено каталог вибіркових ОК, електронну бібліотеку та репозиторій. Бібліотека надає консультації щодо використання Scopus і Web of Science, підтримуючи пошук наукових джерел та підготовку публікацій
Положення про організацію освітнього процесу в ДУІКТ: p_447_49109699.pdf
Навчальні локації кафедри: https://duikt.edu.ua/ua/2804-navchalni-prostori-kafedri-materialna-baza
Силабуси: https://duikt.edu.ua/ua/3163-1-kurs-op-marketing
Каталог вибіркових ОК: https://duikt.edu.ua/ua/2994-katalog-osvitnih-komponentiv-vilnogo-viboru
Публікації НПП: https://duikt.edu.ua/ua/316-vidavnicha-diyalnist-kafedra-marketingu
Електронна бібліотека: https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2141
Репозиторій: https://duikt.edu.ua/ua/reposit

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

Освітнє середовище ДУІКТ забезпечує умови для навчання, наукової діяльності та особистісного розвитку аспірантів ОНП «Маркетинг». До їхніх послуг — бібліотека, навчальні лабораторії, студентський центр, їдальня, спортивні приміщення та гуртожиток. Простори для індивідуальної й групової роботи сприяють навчанню, спілкуванню та реалізації власних ініціатив (інфраструктура університету). Віддалений доступ до матеріалів через Google Workspace for Education підтримує гнучку організацію навчання.
Для підтримки ментального здоров'я доступні консультації психолога. На сайті оприлюднено графік прийому, контакти фахівця та перелік платформ безоплатної психологічної допомоги.
Безпека забезпечується інструктажами, ознайомленням із розташуванням укриттів і порядком дій під час повітряної тривоги. Після сигналу заняття припиняються, викладачі координують переміщення здобувачів до укриття. Укриття обладнані освітленням, місцями для перебування та інтернетом. За потреби заняття переносять або організовують асинхронно, що дозволяє поєднати безпеку з безперервністю навчання.
Інфраструктура університету: https://duikt.edu.ua/ua/2805-infrastruktura-universitetu-materialna-baza
Консультації психолога: https://duikt.edu.ua/ua/3027-psihologichna-dopomoga-diyalnist-kafedri
Зустріч із психологинею: https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-15682-stres-pid-kontrolem-studenti-ta-aspiranti-kafedri-marketingu-opanuvali-praktichni-instrumenti-schodennoi-stiykosti_kafedra-marketingu

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

ДУІКТ забезпечує освітню, організаційну, інформаційну та консультативну підтримку аспірантів ОНП. Викладачі, наукові керівники, гарант програми, завідувач кафедри та адміністрація інституту надають консультації щодо організації навчання, вибору дисциплін, формування індивідуальної освітньої траєкторії та виконання індивідуального плану. Наукові керівники допомагають визначати напрями досліджень, добирати методи, готувати публікації та представляти наукові результати.
Інформаційна підтримка забезпечується через офіційний сайт, електронну пошту та Google Workspace for Education. Аспіранти можуть отримувати роз'яснення під час занять та індивідуальних консультацій.
Наукова підтримка реалізується через участь у конференціях, семінарах і фахових дискусіях. Зокрема, аспіранти О.Жоголєв та В.Павлов представили дослідження на міжнародній конференції 21 травня 2026 року. Рада молодих вчених сприяє професійному зростанню та захисту соціальних інтересів молодих дослідників; на її сторінці оприлюднюється інформація про гранти, стипендії та стажування.
Соціальну та консультативну підтримку надає Відділ по роботі зі студентами. Його завдання охоплюють допомогу здобувачам пільгових категорій, розв'язання соціальних питань, попередження булінгу та конфліктних ситуацій. Звернутися можна особисто, телефоном +38 (044) 298-34-46 або електронною поштою vps@duikt.edu.ua. Порядок отримання соціальної підтримки визначається відповідними нормативними документами з урахуванням статусу здобувача та підстав її надання.
Для підтримки ментального здоров'я доступні консультації психолога, а також контакти платформ безоплатної психологічної допомоги. Підтримці фізичного здоров'я й відпочинку сприяють спортивні приміщення, їдальня та студентський центр. Університет має гуртожиток, медичний кабінет та облаштовані укриття; передбачено інструктажі й організоване переміщення до укриттів під час повітряної тривоги.
Ефективність освітньої підтримки підтверджують результати опитування аспірантів за 2025–2026 навчальний рік.
Силабуси: https://duikt.edu.ua/ua/3163-1-kurs-op-marketing
Міжнародна конференція 2026 року: https://surl.li/uouagy
Рада молодих вчених: https://duikt.edu.ua/ua/896-rada-molodih-vchenih-nauka
Гранти, стипендії та стажування: https://duikt.edu.ua/ua/1271-informaciya-pro-grantovi-programi-stipendii-ta-mizhnarodni-stazhuvannya-rada-molodih-vchenih
Відділ по роботі зі студентами: https://duikt.edu.ua/ua/2146-zagalna-informaciya-viddil-po-roboti-zi-studentami
Консультації психолога: https://duikt.edu.ua/ua/3027-psihologichna-dopomoga-diyalnist-kafedri
Результати опитування аспірантів за 2025–2026 навчальний рік: https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-15417-na-kafedri-marketingu-duikt-proanalizuvali-rezultati-opituvannya-zdobuvachiv-tretogo-osvitno-naukovogo-rivnya-vischoi-osviti-za-osvitno-naukovoyu-programoyu_kafedra-marketingu

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

ДУІКТ створює умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами відповідно до Положення про інклюзивне навчання. Організація освітнього середовища спрямована на забезпечення рівного доступу до навчання з урахуванням потреб і можливостей здобувачів.
Конкретні умови фізичної доступності відображено в картці безбар'єрності університету від 12.05.2025: облаштовано паркувальне місце для осіб з інвалідністю, пандуси з поручнями, доступні дверні отвори та кнопку виклику персоналу біля входу. Ці елементи інфраструктури доступні й здобувачам ОНП «Маркетинг». Водночас картка фіксує окремі недоліки тактильної навігації та контрастного маркування, тому не дає підстав стверджувати повну безбар'єрність усіх приміщень.
Доступ до навчальних матеріалів через Google Workspace for Education підтримує дистанційне опрацювання завдань і комунікацію з викладачами. Здобувачі можуть звертатися по консультативну та соціальну підтримку до Відділу по роботі зі студентами, а також отримувати психологічну допомогу.
Положення про інклюзивне навчання: p_447_39062918.pdf
Картка безбар'єрності університету p_949_41259806.pdf
Відділ по роботі зі студентами: https://duikt.edu.ua/ua/2146-zagalna-informaciya-viddil-po-roboti-zi-studentami
Консультації психолога: https://duikt.edu.ua/ua/3027-psihologichna-dopomoga-diyalnist-kafedri

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

У ДУІКТ діє система запобігання корупції, дискримінації, цькуванню, сексуальним домаганням та іншим конфліктним ситуаціям. Відповідні процедури визначено Положенням про вирішення конфліктних ситуацій, Кодексом академічної доброчесності та документами, оприлюдненими на сторінці «Протидії корупції». Їх відкритий доступ забезпечує можливість ознайомлення для аспірантів і викладачів ОНП «Маркетинг».
Положення забороняє дискримінаційні висловлювання, утиски та мову ненависті, визначає формальний і неформальний способи врегулювання конфліктів. Неформальна процедура передбачає залучення посередника; формальна — розгляд звернення відповідно до встановленого порядку. Керівники підрозділів зобов'язані проводити інформаційні та просвітницькі заходи щодо запобігання конфліктам і реагування на порушення.
В університеті призначено уповноважену особу з питань запобігання та виявлення корупції. Її повноваження

охоплюють оцінювання корупційних ризиків, консультаційну допомогу, виявлення й урегулювання конфлікту інтересів та захист викривачів. Повідомлення можна подати на адресу stopcorr@duikt.edu.ua, телефоном (044) 249-25-19, особисто в кабінеті №114 або через скриньку довіри біля центрального входу.
Аспіранти можуть звернутися до завідувача кафедри, дирекції інституту, адміністрації університету чи Відділу по роботі зі студентами, який організовує соціальну й психологічну підтримку та заходи з попередження булінгу. Доступні також консультації психолога.
Прикладом профілактичної роботи кафедри є проходження О.В. Виноградовою у червні 2026 року навчання з академічної доброчесності та відповідального використання ШІ.
Положенням про вирішення конфліктних ситуацій: p_447_88699516.pdf
Кодексом академічної доброчесності: p_447_96297052.pdf
«Скринька довіри» vps@duikt.edu.ua
Протидії корупції: https://duikt.edu.ua/ua/1471-protidii-korupcii-pro-universitet
Відділ по роботі зі студентами: https://duikt.edu.ua/ua/2146-zagalna-informaciya-viddil-po-roboti-zi-studentami
Консультації психолога: https://duikt.edu.ua/ua/3027-psihologichna-dopomoga-diyalnist-kafedri
Навчання з академічної доброчесності: https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-15766-novi-standarti-dobrochesnosti-zavkafedri-marketingu-olena-vinogradova-doluchilasya-do-vorkshopu-z-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-shi_kafedra-marketingu
Результати моніторингу: https://surl.li/fhltoc

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОНП «Маркетинг» регулюються Положенням про запровадження та оновлення освітніх програм у ДУІКТ та Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості освіти. Документи оприлюднені у відкритому доступі на сайті університету та встановлюють єдині підходи до забезпечення якості освітніх програм.
Розроблення й оновлення ОНП здійснює робоча група із залученням роботодавців, здобувачів, випускників та експертів із маркетингу. Гарант і група забезпечення координують реалізацію програми та опрацювання пропозицій щодо її вдосконалення.
Моніторинг передбачає оцінювання відповідності змісту ОНП стандарту вищої освіти, забезпечення досягнення програмних результатів навчання, актуальності освітніх компонентів та задоволеності заінтересованих сторін. Результати опитувань, пропозиції стейкголдерів, розвиток маркетингової науки й професійних практик враховуються під час перегляду програми. Рецензії та зведену інформацію про зміни до ОНП «Маркетинг» оприлюднено на сторінці публічного обговорення освітніх програм.
Положенням про запровадження та оновлення освітніх програм у ДУІКТ: p_447_50872585.pdf
Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості освіти: p_447_18879118.pdf
Сайт університету: https://duikt.edu.ua/
Публічного обговорення освітніх програм: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi

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

Процедура перегляду й оновлення ОНП «Маркетинг» регламентується Положенням про запровадження та оновлення освітніх програм у ДУІКТ. Перегляд здійснюється за результатами моніторингу, опитувань здобувачів, обговорення з роботодавцями й академічною спільнотою, аналізу нормативних вимог та сучасних тенденцій маркетингової науки. Пропозиції розглядаються робочою групою й кафедрою; прийняті рішення відображаються у зведених таблицях змін, оприлюднених на сторінці публічного обговорення ОНП.
У 2026 році проведено комплексне оновлення структури та змісту програми. За пропозиціями адміністрації та робочої групи обсяг освітньої складової встановлено на рівні 48 кредитів ЄКТС: 36 — обов'язкові компоненти, 12 — вибіркові. Об'єднано філософську підготовку й науковий дискурс в ОК1 «Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс»; актуалізовано ОК2 «Сучасні наукові дослідження та організація науки» та ОК3 «Педагогічна майстерність та сучасні освітні технології». Запроваджено ОК6 «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях» та ОК7 «Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток». Посилено мовну підготовку: ОК5 перейменовано на «Англійська мова для наукової комунікації» та збільшено до 6 кредитів, що підтримав аспірант Т.Р. Ільницький. Програму затверджено Вченою радою 17.03.2026, протокол №3, та введено в дію з 01.09.2026.
У 2025 році змінено позначення галузі знань і спеціальності на D «Бізнес, адміністрування та право», D5 «Маркетинг», уніфіковано шифри обов'язкових і вибіркових компонентів. За пропозиціями Ю.В. Поканевича, О.В. Виноградової та аспіранта Т.Р. Ільницького освітню складову скорочено з 60 до 36 кредитів для збільшення часу на самостійні дослідження. Перерозподілено кредити між компонентами. За рекомендацією роботодавця О.А. Волкової каталог вибіркових дисциплін доповнено «Перфоманс-маркетингом».
У 2024 році за пропозицією гаранта Н.І. Дрокіної ОК «Сучасні освітні технології у вищій школі» перенесено до першого семестру й встановлено обсяг 3 кредити. За рекомендацією Т.В. Сьомкіної додано «Креативне мислення та науковий дискурс». Пропозицію представника Pro-Consulting А.С. Мокрякова враховано перенесенням «Економетричних моделей в маркетингу» до другого семестру, а пропозицію аспіранта Т.Р. Ільницького — перенесенням «Глобального маркетингу» до другого семестру.

У 2023 році під час формування ОНП за рекомендацією Н.Ф. Басій уточнено мету програми; за пропозицією М.О. Лишенко до фахового блоку включено «Економетричні моделі в маркетингу». За рекомендацією Н.Б. Ткаченко в ОНП зазначено загальний обсяг вибіркових компонентів без закріплення конкретного переліку, що розширило можливості індивідуального вибору аспірантів.
Положенням про запровадження та оновлення освітніх програм у ДУІКТ: p_447_50872585.pdf
Публічного обговорення освітніх програм: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi

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» залучаються до періодичного перегляду програми та процедур забезпечення її якості через опитування, участь у робочій групі, засіданнях кафедри й публічних обговореннях. Пропозиції можна подати через форму зворотного зв'язку на сторінці публічного обговорення освітніх програм.
Аспіранти долучилися до публічного обговорення ОНП 9 березня 2026 року, під час якого розглядали зміст компонентів, результати навчання та якість практичної підготовки.
Іншим інструментом участі є опитування. Результати анкетування за 2025–2026 навчальний рік охоплюють відповідність програми науковим інтересам аспірантів, якість викладання, науковий супровід та можливості дослідницької діяльності. Отже, участь здобувачів забезпечується як колективним зворотним зв'язком, так і врахуванням конкретних індивідуальних пропозицій, зафіксованих у рішеннях кафедри.
Публічного обговорення ОНП: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi
Публічне обговорення ОНП 9.03.2026 р.: https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-15286-v-duikt-vidbulosya-publichne-obgovorennya-osvitno-naukovoi-programi-marketing_kafedra-marketingu
Результати анкетування за 2025–2026 н.р.: https://duikt.edu.ua/uploads/p_2965_92163150.pdf
Участь аспірантів в обговоренні: https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-15417-na-kafedri-marketingu-duikt-proanalizuvali-rezultati-opituvannya-zdobuvachiv-tretogo-osvitno-naukovogo-rivnya-vischoi-osviti-za-osvitno-naukovoyu-programoyu_kafedra-marketingu

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

Студентське самоврядування ДУІКТ бере участь у внутрішньому забезпеченні якості освіти відповідно до Положення про студентське самоврядування. Згідно з пп. 1.11, 2.3–2.5, його представники мають право брати участь у роботі колегіальних органів університету, обговорювати питання вдосконалення освітнього процесу й науково-дослідної роботи, вносити пропозиції щодо змісту дисциплін та освітніх програм. Студентська рада узагальнює зауваження здобувачів, передає їх адміністрації, захищає права та інтереси здобувачів і долучається до врегулювання конфліктних ситуацій. Ці механізми доступні також аспірантам ОНП «Маркетинг».
Конкретним прикладом участі самоврядування в моніторингу якості освіти є опитування щодо якості освітньої програми та викладання, оголошене Студентською радою 15 липня 2026 року. Воно спрямоване на збирання пропозицій щодо оновлення дисциплін, посилення практичної підготовки та покращення взаємодії з викладачами. Зворотний зв'язок створює основу для представлення потреб здобувачів під час удосконалення освітнього процесу.
Додатковим механізмом представництва інтересів аспірантів є Рада молодих вчених ДУІКТ, діяльність якої спрямована на активізацію досліджень, професійне зростання та захист соціальних інтересів молодих науковців.
Положення про студентське самоврядування: p_933_68033716.pdf
Рада молодих вчених ДУІКТ: https://duikt.edu.ua/ua/896-rada-molodih-vchenih-nauka

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

Роботодавці безпосередньо залучаються до періодичного перегляду ОНП через участь у засіданнях кафедри, публічних обговореннях та рецензуванні програми. Вони надають пропозиції щодо змісту освітніх компонентів, компетентностей і результатів навчання з урахуванням розвитку маркетингу та потреб ринку праці. Рецензії й узагальнені відомості про враховані пропозиції оприлюднюються на сторінці публічного обговорення освітніх програм.
Конкретним прикладом є участь директорки ТОВ «Реал Дорс» Олени Волкової щодо включення до вибіркової складової ОНП дисципліни з performance-маркетингу. Також долучилися Андрій Ігнатьєв («Compressors International»), Владислав Ключник (ТД «Стіл Лайн»), Євген Мунтян (ТОВ «Форкс»). Роботодавці надали рекомендації щодо вдосконалення навчальних дисциплін і посилення зв'язку підготовки з практикою, які були враховані під час подальшого доопрацювання програм.
Безпосередня участь роботодавців у забезпеченні якості ОНП підтверджується також публічним обговоренням 9 березня 2026 року.
Публічного обговорення ОНП: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi
Публічне обговорення ОНП 9.03.2026 р.: https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-15286-v-duikt-vidbulosya-publichne-obgovorennya-osvitno-naukovoi-programi-marketing_kafedra-marketingu

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

ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти проходить акредитацію вперше. Моніторинг кар'єрних траєкторій випускників передбачає підтримання зв'язку через кафедру та наукових керівників, збирання інформації про місце роботи, посаду, наукову й викладацьку діяльність та відповідність працевлаштування здобутій кваліфікації. Такі відомості мають використовуватися під час перегляду ОНП для уточнення змісту підготовки відповідно до професійних потреб випускників.
Кар'єрній підтримці сприяють співпраця кафедри з роботодавцями, поширення пропозицій щодо працевлаштування, консультації та зустрічі з представниками компаній.

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

У ДУІКТ моніторинг та перегляд ОНП «Маркетинг» здійснюються відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та Положення про запровадження та оновлення освітніх програм. Система забезпечення якості передбачає збирання зворотного зв'язку, обговорення виявлених потреб і пропозицій, підготовку змін до програми та їх затвердження в установленому порядку. На рівні кафедри до цієї роботи залучаються гарант, робоча група, викладачі, аспіранти та роботодавці; на рівні інституту й університету здійснюється розгляд і погодження запропонованих змін.
Кожного року для виявлення недоліків в освітній діяльності ЗВО здійснюється анкетування здобувачів вищої освіти, яке проводиться Навчально-методичним відділом.
За результатами опитування аспірантів ОНП, що проводила кафедра маркетингу у 2025–2026 навчальному році, 71,4% респондентів повністю задоволені навчанням, 28,6% — скоріше задоволені. Усі опитані оцінили якість викладання та науково-консультаційного супроводу на 5 балів. Водночас аспіранти запропонували розширити можливості участі в міжнародних наукових проєктах, покращити інформування про гранти й академічні заходи, посилити зв'язок навчальних завдань із дисертаційними дослідженнями та проводити більше заходів із методології досліджень і аналізу даних.
Своєчасність реагування підтверджує подальше обговорення освітніх програм кафедри за участю роботодавців, викладачів, здобувачів і випускників. Учасники розглядали структуру освітніх компонентів, формування компетентностей і посилення практичної підготовки; рекомендації стейкголдерів були враховані під час доопрацювання програм. Отже, результати моніторингу розглядаються в межах поточного циклу перегляду програми.
Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти: p_447_18879118.pdf
Положенням про запровадження та оновлення освітніх програм у ДУІКТ: p_447_50872585.pdf
Результати опитування аспірантів ОНП 2025–2026 н.р.: https://duikt.edu.ua/uploads/p_2965_92163150.pdf
Публічного обговорення ОНП: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi
Публічне обговорення ОНП 9.03.2026 р.: https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-15286-v-duikt-vidbulosya-publichne-obgovorennya-osvitno-naukovoi-programi-marketing_kafedra-marketingu
Результати опитувань ДУІКТ: https://duikt.edu.ua/ua/1352-rezultati-opituvan-vnutrishnya-sistema-zabezpechennya--yakosti-vischoi-osviti-ta-osvitnoi-diyalnosti?lang=ua&id=1352&sys_link=rezultati-opituvan-vnutrishnya-sistema-zabezpechennya--yakosti-vischoi-osviti-ta-osvitnoi-diyalnosti

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?

ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти проходить акредитацію вперше, тому рекомендації за результатами її попередньої акредитації відсутні.
Для підвищення прозорості перегляду програми на сторінці публічного обговорення оприлюднюються проєкти ОНП, рецензії та зведені відомості про зміни із зазначенням пропозицій і підстав їх внесення. Зокрема, у відомостях за 2025 рік відображено врахування пропозиції роботодавця щодо розширення вибіркової складової дисципліною з performance-маркетингу. Це дозволяє простежити зв'язок між зворотним зв'язком стейкголдерів та змінами в програмі.
Посилено публічне представлення результатів внутрішнього моніторингу. Результати опитування аспірантів у 2025–2026 навчальному році оприлюднено разом із пропозиціями щодо міжнародних наукових проєктів, інформування про гранти, методологічної підготовки та аналізу даних. У повідомленні кафедри підтверджено їх врахування під час подальшого обговорення й удосконалення ОНП.
Публічного обговорення ОНП: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi
Результати опитування аспірантів: https://duikt.edu.ua/ua/2965-opituvannya-zdobuvachiv-diyalnist-kafedri

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

Академічна спільнота залучається до внутрішнього забезпечення якості ОНП «Маркетинг» відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти. Гарант, члени робочої групи, викладачі та наукові керівники беруть участь у моніторингу й перегляді програми, аналізі результатів опитувань, оновленні освітніх компонентів і навчально-методичного забезпечення. Питання якості підготовки розглядаються на засіданнях кафедри та вчених рад інституту й університету.
Представники академічної спільноти інших ЗВО залучаються через рецензування та публічне обговорення ОНП. Так у 2026 році М.Лишенко, д.е.н., проф., проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи Сумського

національного аграрного університету — рекомендувала посилити міжнародну складову через англомовні вибіркові дисципліни, участь аспірантів у міжнародних грантових програмах і стажуваннях. Н.Басій, к.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету та Ю.Дайновський, д.е.н., професор цієї кафедри — у спільній рецензії рекомендували використовувати відкриті датасети компаній-партнерів у межах ОК «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях» для проведення емпіричних досліджень аспірантів.
Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти: p_447_18879118.pdf
Публічного обговорення ОНП: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi

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

У ДУІКТ культура якості освіти формується через відкритість, прозорість, академічну доброчесність і постійний діалог стейкголдерів. Регулярні анонімні опитування аспірантів ОНП «Маркетинг», участь в обговоренні програми та зворотний зв'язок із викладачами й науковими керівниками забезпечують залучення здобувачів до вдосконалення якості підготовки. НПП переглядають силабуси й враховують пропозиції аспірантів, роботодавців та академічної спільноти.
Важливими складовими є професійний розвиток викладачів, поєднання навчання з дослідженнями та дотримання Кодексу академічної доброчесності. Питання наукової етики, цитування й відповідального використання ШІ опрацьовуються в ОК1, під час консультацій і тематичних заходів.
Формування культури якості освіти в академічній спільноті підтверджується результатами загальноуніверситетського опитування НПП: 97% викладачів задоволені механізмами академічної доброчесності, 95% підтверджують прозорість оцінювання та доступність критеріїв для здобувачів, 90% вважають процедури конкурсного обрання прозорими й об'єктивними, а 81% постійно враховують студентські ініціативи під час оновлення ОК. На ОНП «Маркетинг» культура якості підтримується залученням аспірантів до обговорення програми, врахуванням їхніх пропозицій та забезпеченням зворотного зв'язку з викладачами й науковими керівниками.
Моніторинг погляду НПП на якість освітньої діяльності у ДУІКТ https://surl.li/qunxqd

9. Прозорість і публічність

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

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу ДУІКТ регулюються
Статутом ДУІКТ, ухваленим загальними зборами трудового колективу ДУІКТ та затвердженим наказом МОН України від 13.06.2023р. № 728 p_949_82462133.pdf;
Концепцією розвитку ДУІКТ на 2024-2026 роки p_949_80703640.pdf ;
Положення про організацію освітнього процесу в ДУІКТ: p_447_49109699.pdf
Колективним договором ДУІКТ p_1462_63527482.pdf ,
Кодекс академічної доброчесності: p_447_96297052.pdf
Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти: p_447_18879118.pdf
договором про навчання у закладі вищої освіти та надання платної освітньої послуги між ЗВО та фізичною (юридичною) особою, контрактами з науково-педагогічними працівниками, посадовими інструкціями. Зазначені документи разом з іншими нормативно-правовими актами доступні на офіційному сайті Університету https://duikt.edu.ua/ua/949-publichna-informaciya-pro-universitet .

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

На сайті Університету у постійно відкритому доступі на сторінці Публічне обговорення освітніх програм кафедри Маркетингу розміщено проєкти ОП а також форму для зворотнього зв'язку та для отримання зауважень і пропозицій заінтересованих сторін (стейкголдерів).
Публічне обговорення освітніх програм: https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi

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

Освітньо-наукова програма та навчальні плани: https://duikt.edu.ua/ua/1079-tretiy-osvitno-naukoviy-riven-vischoi-osviti-osvitni-programi
Силабуси навчальних дисциплін: https://duikt.edu.ua/ua/3162-op-marketing-aspirantura

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

Зміст ОНП забезпечує комплексну підготовку аспірантів до розв'язання наукових і прикладних проблем у сфері маркетингу через поєднання фахової, методологічної, педагогічної та мовної підготовки.
Оволодіння глибинними знаннями зі спеціальності забезпечують обов'язкові ОК:
ОК6 «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях»-формує здатність збирати, обробляти й інтерпретувати дані, досліджувати поведінку споживачів та обґрунтовувати маркетингові рішення;
ОК7 «Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток»-забезпечує критичне осмислення стратегічних підходів, дослідження конкурентних процесів і розроблення маркетингових стратегій в умовах трансформації ринків.
Загальнонауковий світогляд, критичне мислення, навички наукової аргументації та дотримання академічної доброчесності формуються в межах ОК1 «Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс». ОК2 «Сучасні наукові дослідження та організація науки» забезпечує опанування методології досліджень, формулювання наукової проблеми й гіпотез, планування дослідницької роботи та обґрунтування достовірності отриманих результатів.
Підготовку до науково-педагогічної діяльності забезпечують ОК3 «Педагогічна майстерність та сучасні освітні технології» та ОК4 «Науково-педагогічна практика».
ОК5 «Англійська мова наукової комунікації» розвиває здатність опрацьовувати міжнародні наукові джерела, готувати публікації, презентувати результати досліджень і вести фахову дискусію англійською мовою.

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

Відповідність досліджень аспірантів науковим напрямам їхніх керівників забезпечується узгодженням тем дисертацій, спільним плануванням дослідницької роботи та участю в науковій школі маркетингового менеджменту й НДР кафедри. Зокрема, Т.Ільницький досліджує маркетингову стратегію підприємства на ринку послуг лідогенерації під керівництвом О.Виноградової; В.Павлов — цифрову стратегію просування smart-технологій під керівництвом О.Ромащенко; І.Молоков — маркетинговий механізм у соціальних мережах під керівництвом В.Дарчук.
Узгодженість напрямів підтверджують спільні публікації аспірантів і керівників:
Somkina, T., Vynogradova, O., Darchuk, V., Ilnytskyi, T., & Molokov, I. (2026). Marketing mechanisms for lead generation in social media platforms. Aposta: Revista De Ciencias Sociales, 24(113), e1045. https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1045 (WoS)
Vynogradova, O., Somkina, T., Romashchenko, O., Zhogolyev, O., & Pavlov, V. (2026). Strategic marketing management of smart technologies in the internet of things ecosystem. Aposta: Revista De Ciencias Sociales , 24(113), e1057. https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1057 (WoS)
Наукова діяльність кафедри: https://duikt.edu.ua/ua/315-naukova-diyalnist-kafedra-marketingu

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

ДУІКТ має кадровий потенціал і практ.досвід формув. разових спеціалізованих вчених рад для атест. аспірантів ОНП. На каф.працюють доктори економічних наук, професори О.Виноградова й Т.Сьомкіна, к.е.н. та інші науковці, які здійснюють дослідження у сфері маркетингу. Кандид.членів рад добираються відповідно до тематики дисерт., наук. публ. та вимог Порядку, затв. постановою КМУ від 12.01.2022 № 44. Наук. керів.не включається до складу ради свого здобувача.
Здатність ДУІКТ забезпечити атестацію здобув. підтверджується наявністю в ДУІКТ фахівців відповідного профілю — не лише каф. маркетингу, а й на суміжних каф.ДУІКТ. Їхня фахова компетентність підтверджена наук.публікац., а саме: проф. Згурська О.М. («Медіаплан.як необхідна умова підвищ. ефектив.цифр. маркетинг. діяльності бізнес-структур», «Цифрове маркетинг. забезп. на ринку мед. послуг», «Суч. тренди розв.у електр. комерції в умовах діджиталізації суспільства»); проф. Хаврова К.С. («Сист. упр-ня інтелектуалізацією діял-ті торг.підпр.», «Вплив цифровізації на процес упр-ня персон.»); проф. Легомінова С.В («Інструм.діджиталізації забезпеч. performans-маркетингу телеком.підприємств», «Діджиталізація — як інструм. удосконал. бізнес-процесів, їх оптим-ія»); проф. Капелюшна Т.В. («Роль електр. комерції в умовах формув. цифр.держави та інформатизації суспіл.», «Інтернет-торгівля: особлив. реал. товару за допомогою інтернету»)
Наук.потенціал каф.: https://duikt.edu.ua/ua/315-naukova-diyalnist-kafedra-marketingu
Пост.КМУ: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/44-2022-%D0%BF#Text

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).

ДУІКТ забезпечує аспірантам ОНП організаційні, матеріальні та інформаційні умови для виконання досліджень. Наукові керівники здійснюють консультаційний супровід, а результати роботи обговорюються під час звітування

аспірантів на кафедрі. Здобувачі залучаються до НДР кафедри, тематика яких охоплює інноваційні маркетингові технології та стратегії підприємств в умовах диджиталізації.
Для досліджень використовуються навчальні простори кафедри, оснащені комп'ютерами, мультимедійним обладнанням та цифровими інструментами маркетингової аналітики. Доступні електронна бібліотека та навчально-методичні матеріали в Google Workspace for Education.
Апробація результатів відбувається через публікації у наукових виданнях ДУІКТ, участь у конференціях і наукових обговореннях. У 2026 року аспіранти презентували свої дослідження на міжнародній конференції «Синергія інновацій: політика, економіка та менеджмент в цифровому світі»
Звітування аспірантів: https://duikt.edu.ua/ua/news-1-572-15702-naukoviy-kontrol-ta-innovaciyniy-poshuk-na-kafedri-marketingu-zasluhali-zviti-aspirantiv_kafedra-marketingu
Науковий потенціал: https://duikt.edu.ua/ua/315-naukova-diyalnist-kafedra-marketingu
Навчальні простори: https://duikt.edu.ua/ua/2804-navchalni-prostori-kafedri-materialna-baza
Конференція: https://www.duikt.edu.ua/ua/news-1-572-15592-na-hvili-digital-transformacii-aspiranti-kafedri-marketingu-prezentuvali-suchasni-naukovi-doslidzhennya_kafedra-marketingu

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

ДУІКТ забезпечує залучення аспірантів ОНП «Маркетинг» до міжнародної академічної спільноти через академічну мобільність, стажування, участь у міжнародних конференціях і підготовку наукових публікацій. Організаційною основою є Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність ; інформація про грантові програми, стипендії та міжнародні стажування розміщується на сайті університету.
Конкретними прикладами є міжнародні стажування у Польщі у 2026 році: Іллі Молокова та Тараса Ільницького в Katowice Business University. Вони сприяли обміну досвідом організації освітньої й наукової діяльності та налагодженню професійних контактів.
Аспіранти також представляють результати досліджень на міжнародних наукових заходах. Зокрема, Олексій Жоголєв і Володимир Павлов виступили на конференції «Синергія інновацій: політика, економіка та менеджмент в цифровому світі». Наукові керівники підтримують підготовку доповідей і публікацій за тематикою дисертацій, а англомовна підготовка в межах ОНП розвиває здатність до міжнародної наукової комунікації.
Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність: p_447_36289291.pdf
Грантові програми, стипендії та міжнародні стажування: https://duikt.edu.ua/ua/1271-informaciya-pro-grantovi-programi-stipendii-ta-mizhnarodni-stazhuvannya-rada-molodih-vchenih
Наукова активність: https://duikt.edu.ua/ua/315-naukova-diyalnist-kafedra-marketingu

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 ОНП «Маркетинг» беруть участь у держбюджетних і госпдоговірних НДР кафедри, результати яких оформлюються у звітах, публікуються та представляються на наукових заходах. Зокрема: «Науково-методичні засади впровадження інноваційних технологій у маркетингову діяльність» (№ 0120U101141, 2020–2024 рр.), науковий керівник — Олена Виноградова. Результати систематизовано у звіті НДР.
«Розробка науково-методичних рекомендацій з формування маркетингової стратегії підприємства в умовах диджиталізації» (№ 0125U002855, 2025 р.), керівник - Олена Виноградова. Серед виконавців — наукові керівники аспірантів Вероніка Дарчук, Олена Воскобоєва, Ольга Ромащенко та Тетяна Сьомкіна. Результати систематизовано у звіті НДР.
Госпдоговірна НДР: «Маркетингова стратегія компанії та підвищення впізнаваності бренду» (реєстраційний № 0126U004312), 2026 р. керівник — Олена Виноградова. Серед виконавців — наукові керівники аспірантів Вероніка Дарчук, Олена Воскобоєва, Ольга Ромащенко та Тетяна Сьомкіна. Результати систематизовано у звіті НДР.
Наукова діяльність : https://duikt.edu.ua/ua/315-naukova-diyalnist-kafedra-marketingu

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

Дотримання ак. доброчесності наук. керівниками й аспірантами ОНП регламентують Кодекс ДУІКТ та Полож. про запобіг. й виявл. ак.плагіату. Керівники консультують щодо цитування, авторства, достовірності даних і самостійності досліджень. Гарант Т. Сьомкіна на онлайн-лекції роз'яснила аналіз звітів подібності, відмінності між правомірними збігами й некоректними запозиченнями та неприпустимість маніпуляцій із текстом. Відповідні питання включено до ОК1, ОК2 і силабусів.
Наукові матеріали перевіряються за допомогою StrikePlagiarism.com із подальшим експертним аналізом: відсоток збігів сам по собі не доводить плагіат. Ознаки порушень розглядає Комісія з питань ак. доброчесності, забезпечуючи право на пояснення й оскарження. За підтверджені порушення застосовуються встановлені заходи відповідальності.
На сторінці каф. є спец.вкладинка, яка містить практичну Пам'ятку з академ. доброчесності для аспірантів та Проц.перевірки (покроковий алгоритм).
О.Виноградова пройшла воркшоп «Академічна доброчесність і ШІ» у червні 2026 р. https://lnk.ua/ln5m8Sgot. У 2024 році викладачі каф. прийняли участь у вебінарі «Академ. доброчесність в наук. дослідженнях», про що свідчить наявність сертифікатів.
За період реалізації ОНП підтверджених випадків порушення академ. доброчесності науковими керівниками та аспірантами не зафіксовано.

Сторінка Акад. доброчесність: https://surl.li/ulklzr
Силабуси: https://surl.li/rliqed
Лекція про акд.доброч.: https://surl.li/hxtwrj
НПП: https://duikt.edu.ua/ua/312-naukovo-pedagogichni-pracivniki-kafedra-marketingu

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

В Університеті діє Кодекс академічної доброчесності, з вимогами якого ознайомлюють наукових керівників та аспірантів ОНП «Маркетинг». Після ознайомлення учасники освітнього процесу підписують Декларацію про академічну доброчесність. Наукові керівники забезпечують консультаційний супровід щодо самостійності досліджень, коректного цитування, дотримання авторства та достовірності наукових результатів.
Перевірка дисертацій та інших наукових матеріалів здійснюється відповідно до Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату із використанням StrikePlagiarism.com та експертним аналізом звітів подібності.
За підтверджені порушення застосовуються заходи відповідальності в установленому порядку відповідно до законодавства та нормативних документів Університету.
Кодексу академічної доброчесності ДУІКТ p_447_96297052.pdf
Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату: p_447_61575036.pdf

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони ОНП:
1. Дослідницько-інноваційна та практична спрямованість ОНП, відповідність потребам ринку праці. ОНП враховує потреби професійного середовища, відображені у професійних стандартах «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» (ГО «УАМ», 2025 р.) та «Викладач закладу вищої освіти». Педагогічна підготовка забезпечує опанування сучасних освітніх технологій, проєктування навчальних занять, оцінювання результатів навчання та дотримання академічної доброчесності. Поєднання цих напрямів формує готовність аспірантів до дослідницької, професійної та викладацької діяльності. Прозорість і культура якості забезпечуються регулярним моніторингом, відкритим обговоренням змін та участю аспірантів, роботодавців і академічної спільноти в перегляді ОНП.
https://duikt.edu.ua/ua/2772-publichne-obgovorennya-osvitnih-program-osvitni-programi
2. Інформаційна відкритість та цифровізація освітнього середовища. На сайті кафедри маркетингу сформовано структуроване інформаційне середовище, що забезпечує студентоцентрований підхід і відкритість освітнього процесу. Аспірантам доступні ОНП, зміст ОК, в т.ч. вибіркові, силабуси, форми контролю та крит. оцінювання, що сприяє усвідомленому формуванню індивідуальної освітньої траєкторії. Особливістю інформ. середовища каф.маркетингу є «Портал здобувача (від студента до лідера змін)» з окремою вкл.«Аспірантура: рівень експерта», що забезпечує комплексний інформаційний супровід аспірантів: від наукової та публікаційної активності до академічної доброчесності, можливостей мобільності й рекомендацій щодо підготовки та захисту дисертації. На сторінках викладачів представлено відомості про їхню кваліфікацію, відповідність ліцензійним умовам, сертифікати та підвищення кваліфікації.
https://duikt.edu.ua/ua/3182-aspirantura-riven-eksperta-portal-zdobuvacha-vid-studenta-do-lidera-zmin
3. Кадровий потенціал і наукове середовище. Реалізацію ОНП забезпечують НПП, які мають наук.ступені та вч. звання, входять до спец. вч. рад, НАЗЯВО і профільних ГО, ведуть активну публікаційну діяльність. Здійснюється системне підвищення кваліфікації.Аспіранти долучаються до НДР кафедри, спільних публікацій і конференцій, що забезпечує зв'язок освітньої та наукової складових.
https://duikt.edu.ua/ua/312-naukovo-pedagogichni-pracivniki-kafedra-marketingu
4. Взаємодія з бізнесом та міжнародною академічною спільнотою. Роботодавці беруть участь у перегляді ОНП, пропонують практичні завдання й напрями актуалізації підготовки. Партнерство сприяє прикладній спрямованості досліджень.
https://duikt.edu.ua/ua/1571-partneri-kafedri-kafedra-marketingu
Слабкі сторони та напрями вдосконалення. За наявності реалізованих прикладів міжнародної академічної мобільності перспективним є розширення участі аспірантів у спільних міжнародних дослідницьких проєктах і грантових програмах. Подальшого розвитку потребують внутрішня академічна мобільність та співпраця з бізнесом щодо доступу до даних для емпіричних досліджень.

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

Упродовж наступних трьох років розвиток ОНП «Маркетинг» буде спрямований на посилення дослідницько-інноваційної та педагогічної підготовки аспірантів, інтеграцію цифрової аналітики й штучного інтелекту в наукові дослідження, розширення міжнародного партнерства.
Для реалізації цих перспектив кафедра маркетингу ДУІКТ планує:
1. Актуалізацію змісту освітніх компонентів. Щорічно переглядати силабуси ОК доповнювати дослідницькі завдання сучасними методами аналізу даних і відповідального використання ШІ.
2. Розвиток академічної мобільності та міжнародних досліджень. Розширювати участь аспірантів і наукових керівників у міжнародних та внутрішніх програмах мобільності, спільних дослідницьких проєктах, грантових конкурсах і конференціях; систематизувати інформаційний та консультаційний супровід.
3. Посилення співпраці з бізнесом і педагогічної підготовки. Розширювати доступ до даних для емпіричних

досліджень та можливості апробації їх результатів.

Запевнення

Запевняємо, що уся інформація, наведена у відомостях та доданих до них матеріалах, є достовірною.

Гарантуємо, що ЗВО за запитом експертної групи надасть будь-які документи та додаткову інформацію, яка стосується освітньої програми та/або освітньої діяльності за цією освітньою програмою.

Надаємо згоду на опрацювання та оприлюднення цих відомостей про самооцінювання та усіх доданих до них матеріалів у повному обсязі у відкритому доступі.

Додатки:

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

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

***

Шляхом підписання цього документа запевняю, що я належним чином уповноважений на здійснення такої дії від імені закладу вищої освіти та за потреби надам документ, який посвідчує ці повноваження.

Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом/кваліфікованою електронною печаткою.

Інформація про КЕП

ПІБ: ШУЛЬГА ВОЛОДИМИР ПЕТРОВИЧ

Дата: 16.10.2026 р.

Таблиця 1. Інформація про освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	**Вид освітнього компонента**	**Силабус або інші навчально-методичні матеріали**		**Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього***
		Назва файла	**Хеш файла**	
Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс	навчальна дисципліна	*Силабус ОК01_ФНАЕНД.pdf*	Uu3d5K6F4C3YL9Mq/gVEHmGNjqY3Yq9sxlnnf7G4fRM=	*Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.*
Сучасні наукові дослідження та організація науки	навчальна дисципліна	*Силабус ОК02_СНДтаОН.pdf*	4/Dzb6WR6KhpeHE5ykadtZJMRzctott2+U8MZmd6v1g=	*Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.*
Педагогічна майстерність та сучасні освітні технології	навчальна дисципліна	*Силабус ОК03_ПМСОТ.pdf*	cU/qFAcwG5JdOYKkXuT7iEosjGa6hf3i7snq4vBSEIM=	*Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.*
Науково-педагогічна практика	практика	*Силабус ОК04_НПП.pdf*	RFBGLE+vVEPPHToK4olTRXhBNYTNzQkpPJFSl8jwfcU=	*Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.*
Англійська мова для наукової комунікації	навчальна дисципліна	*Силабус ОК05_АМНК.pdf*	belAlMfyG0DTv4JwXkS2IAMTWPwEcz+Vjpw8RQw3Y0I=	*Навчальна лабораторія № 405 «Мовна лабораторія» Матеріально-технічне забезпечення: 1) Комп'ютер HPG-2 MT (монітор ASUS,WiFi адаптер, TP-Linkkb, комп'ютерна мишка HP, навушники SVENAP-670 MVBlack) (2017 року) -12 шт.*

				2) Колонки MICROLAB 2.0 B-56 Black, 1комплект. 3) Лінгафонне обладнання. 4) Відеопроектор OrtomaDS 346, проекційний екран AVScreen 3V100MMV, (2017 року) - 1шт. Програмне забезпечення: 1. OlejniczakM. Englishfor Information Technology (1). Vocational English Course Book 1 [Мультимедійний підручник] / Maja Olejniczak. Pearson Education ESL, 2015. – 80р. http://www.dut.edu.ua/ua/702-702 2. HillD. English for Information Technology (2). Vocational English Course Book 2 [Мультимедійний підручник] / David Hill. – Pearson Education ESL, 2015. – 80р
Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях	навчальна дисципліна	*Силабус ОК06_ЦАМД.pdf*	L28yrZNsttnqSKzlfaKzE5FdTn6trkwCYF966MgEFWY=	*Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.*
Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток	навчальна дисципліна	*Силабус ОК07_МСКР.pdf*	6UisG6qPed0F8kkZ8NB2vOyhpNEpms6ii8mP+v25eyI=	*Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.*

* 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)
180331	Виноградова Олена Володимирівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Менеджменту та підприємництва	Диплом спеціаліста, Донецький інститут радянської торгівлі, рік закінчення: 1986, спеціальність: Організація механізованої	31	Сучасні наукові дослідження та організація науки	1. Освіта: Донецький інститут радянської торгівлі, спеціальність: 1718 «Організація механізованої обробки економічної інформації»; кваліфікація – інженер-економіст (ЛВ №428496)

				обробки економічної інформації, Диплом доктора наук ДД 005663, виданий 15.03.2007, Атестат доцента ДЦ 000212, виданий 22.06.2000, Атестат професора 12ПР 005166, виданий 24.12.2007			2. Науковий ступінь: доктор економічних наук, спеціальність 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами (диплом 12ПРN№005166) 3. Вчене звання: професор за кафедрою міжнародної економіки (атестат 12 ПР № 003997) 4. Наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат № СС00493014/002129-24 від 03.04.2024р. про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Вебінарі «Академічна доброчесність в наукових дослідженнях» (2 год. / 0,05 кред.) 2. Отримано сертифікат від 14.11.2024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Вебінарі «Дисертація: від планування до використання». Customer Success Consultant, Clarivate.. (1 год./ 0,03 кред.) 3. Отримано сертифікат від 28.11.2024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Вебінарі «Границі чи обмеження Web of Science Core Collection. Чому це має значення?». Customer Success Consultant, Clarivate.. (1 год./ 0,03 кред.) 4. Отримано сертифікат № IAR-WSSG-070/2025-2 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Програмі Міжнародного стажування «Використання сучасних цифрових технологій у освітньому процесі» на базі Європейської асоціації інноваційної освіти (Україна) у

							співпраці з Вищою соціально-економічною школою (Польща), 12.04-31.05.2025.(180 год/ 6 кред.) 5. Отримано сертифікат № 2505-008 від 16.05.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Міжнародному науковому семінар «Виклики та можливості міжнародного наукового та методологічного співробітництва» у Варшавському університеті наук про життя (Warsaw University of Life Sciences, WULS-SGGW). Варшава, Польща, 16 05 2025. (6 год./ 0,2 кред.) 6. Отримано сертифікат від 30.06.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Навчальній програмі «Штучний інтелект і бізнес: тенденції та практичні кейси». Київська ТПП, Департамент промисловості та розвитку підприємництва КМДА. 29-30 липня 2025. (15 год./ 0,5 кред.) 7. Отримано сертифікат від 27.08.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Вебінарі «Академічна доброчесність та етика наукових досліджень в епоху відкритої науки». ДНТЮ України. (3 год. /0,1 кред.) 8. Отримано сертифікат від 14.11.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами стажування в рамках Програми міжнародної мобільності (Akademia Górnośląska im. Wojciecha Korfantego w Katowicach, 14.10-14.11.2025) з проходженням курсу «Вивчення сучасних навчальних програм та методів викладання маркетингових дисциплін», а також вивчення досвіду та

							практики «Академії електронного маркетингу» та інших програм післядипломної освіти. (90 год/ 3 кред.) 9. Отримано сертифікат № КПК 654 від 05.01.2026 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання «Менторство, фасілітація, тренерство у закладах вищої освіти». Інститут підвищення кваліфікації ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет». 03.12-10.12.2025. (30 год./1 кред.). 10. Отримано сертифікат № КПК 634 від 05.01.2026 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання «Новітні інструменти розроблення та впровадження інтерактивних онлайн-курсів в освітній процес». Інститут підвищення кваліфікації ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет». 03.12-10.12.2025. (30 год./1 кред.) 11. Отримано сертифікат № КК 11-20.02/14-2026 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Нейротехнології та їх застосування в різних видах контенту, методи нейровимірювання (ЕЕГ,fMRI)», 11.02 - 20.02.2026. Маркетингова агенція «K&K consulting». Тренери: Олена Крамарєва та Юлія Кузнецова. Захист роботи на тему: «Можливості fMRI для вивчення процесів прийняття рішень у споживачів». (35 год./1,2 кред.) 12. Отримано сертифікат 0209/2026 (454) від 17.06.2026. про підвищення кваліфікації експерта НАЗЯВО із написання звіту експертної групи

							(30 год/ 1.0 кред.). 13. Отримано сертифікат ІТК-26/2708 від 01 липня 2026 р. про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Воркшопі «Академічна доброчесність і ШІ: як розробити політику закладу освіти відповідно до нових вимог законодавства» у межах проекту Tech Edu Up, який організовано 24 - 26 червня 2026 р. ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» спільно з НАЗЯВО на міжнародній освітній платформі Ukraine Global Faculty. (15 год./ 0,5 кред.). 5. керівництво (консультування) дисертації на здобуття наукового ступеня за спеціальністю, що була захищена в Україні або за кордоном: Підготувала 5 докторів наук, 9 кандидатів наук та одного доктора філософії, у т.ч.: Дрокіна Н. І. (2020); Євтушенко Н.О. (2019); Карпенко О.О. (2017); Барна М. Ю. (2016); Сердюк В. М. (2013). 9 кандидатів наук : Пілігрім К.І. (2017 р.); Кондрашов О.А. (2015 р.); Дарчук В.Г. (2014 р.); Гавріш К.С. (2014 р.); Литвинова О. В. (2013 р.); Стельмах О.А. (2012 р.); Вереітіна І.Ю. (2008 р.); Фабрая І.М. (2006 р.); Ластовенко О.В. (2005 р.). Недопако Наталія Миколаївна - ступінь доктора філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р.). 6. щонайменше п’ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п’яти років: 1. Vynogradova, O., Voskoboeva, O., Kondrashov, O., Yencheva, O., Koliadko,

							B., & Karolyi, H. (2026). Innovations in intellectual and human capital management: aspects of sustainable enterprise development and marketing strategies' effectiveness. Aposta: Revista De Ciencias Sociales, 24(113), e1187. DOI: https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1187(WoS) 2. Пронько, Л., Пузирьова, П., Собчишин, В., Варава, Л., Захаров, Д., & Виноградова, О. (2025). Інноваційне управління трудовим потенціалом у системі диджиталізації фінансово-економічної безпеки смартекономіки. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 1(60), 554–569. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.60.2025.4694 (Scopus, WoS) 3. Дименко, Р. А., Виноградова, О. В., Сьомкіна, Т. В., & Ляліна, Н. П. (2026). Організація наукових досліджень у прикладних науках – політика та практика. Актуальні питання економічних наук, (20). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.18725445 4. Vynogradova O.V., Lehominova S.V., Goloborodko A.Yu., Nosova T.I. (2025) Modeling of business processes for managing integrative digital development of enterprises. Academy Review. № 1 (62) С.193 – 210. DOI: https://doi.org/10.32342/3041-2137-2025-1-62-14 (WoS) 5. Виноградова О. В., Легомінова С. В., Капелюшна Т. В., Голобородько А. Ю. (2025). Забезпечення функціонування підприємства в умовах невизначеності: параметрична оцінка. Technology audit and production reserves. 6/4(86), 14–21. DOI: https://doi.org/10.15587/2706-5448.2025.344903 6. Виноградова О. В., Сьомкіна Т. В., Кондрашов О.А. (2025). Методика дослідження споживчої оцінки

							привабливості атрибутів комплексу послуг інтернет-маркетингу торговельного підприємства. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту, № 1- 2 URL: https://ir.nasoa.edu.ua/collections/734f6590-ab82-48f1-931c-642ed6cc348f DOI: https://doi.org/10.31767/nasoa.1-2-2025.07 7. Виноградова О.В., Дарчук В.Г., Дарчук С.С., Ільницький Т.Р. (2025). Лідогенерація, як метод дослідження ефективності маркетингової діяльності підприємства. Інвестиції: практика та досвід. Економічні науки. № 3. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5766/5820 8. Дименко Р., Виноградова О., Кондрашов О. (2025). Групова динаміка та ефективність команди в організаціях. Інвестиції: практика та досвід. Економічні науки. № 2. URL: https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/5468/5522
260262	Сидоренко Тетяна Михайлівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Менеджменту та підприємництва	Диплом спеціаліста, Ніжинський державний педагогічний університет імені Миколи Гоголя, рік закінчення: 1999, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Українська мова і література, Диплом магістра, Державний університет телекомунікацій, рік закінчення: 2023, спеціальність: 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа, Диплом доктора наук ДД 014341, виданий 26.02.2026,	21	Педагогічна майстерність та сучасні освітні технології	1. Освіта: Державний університет телекомунікацій Державний університет телекомунікацій, спеціальність: «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», кваліфікація магістр з інформаційної, бібіліотечної та архівної справи (М23 № 003731) 2. Науковий ступінь: доктор педагогічних наук, спеціальність 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти (диплом ДД № 014341) 3. Вчене звання: доцент кафедри української мови (атестат 12 ДЦ № 033326) 4. Наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності):

				Диплом кандидата наук ДК 033561, виданий 15.12.2005, Атестат доцента 033326, виданий 30.11.2012			1. Отримано сертифікат № SZFL-001858, від 20.03.2022 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Fundraising and organization of project activities in educational establishments European experience and has developed the educational project on the topic Information and Communication Technology Education Hub (Польша – Україна), тема: «Інформація, документація, технології». (180 год./6,0 кред.) 2. Отримано сертифікат № KW-240622/090, від 24.06.2022 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами наукового стажування «Академічна доброчесність» українсько-польського проекту ІМАНС, тема: «Академічна доброчесність як компонент наукової етики та освітнього процесу в закладах вищої освіти». (180 год./6,0 кред.) 3. Отримано свідоцтво про підвищення кваліфікації № 10168 за результатами успішного завершення програми навчання (18.11 – 16.12.2023), з курсу з комунікативних навичок ідентифікації та нейтралізації ІПСО (інформаційно-психологічних спецоперацій) «ІПСО: розуміємо і протидіємо» (6 год./0,2 кред.) 4. Отримано свідоцтво про підвищення кваліфікації № СП 35830447/ 1156-24 від 21.06.2024 у Національній академії педагогічних наук України ДЗВО «Університет менеджменту освіти», тема підсумкової роботи «Цифрові технології в управлінні закладом вищої освіти» (180 год./6,0 кред.) 5. Отримано сертифікат № GU35107 від 27 червня 2024 р про підвищення кваліфікації, виданий за результатами

							успішного завершення програми навчання з курсу для керівників закладів вищої освіти з менеджменту та управління на прикладі IT-індустрії – «IT for Uni: Bootcamp 2.0» від Асоціації «IT Ukraine» (45 год./1,5 кред.). 6. Отримано сертифікат № IAR-WSSG 093/2025-2 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами наукового стажування «Moderr EdTech in the Educational Process of Higher Education Institutions» українсько-польського проекту IMAHC, (12.04-31.05.2025), Польща – Україна (180 год./6,0 кред.) 7. Отримано сертифікат від 14.11.2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами стажування в рамках Програми міжнародної мобільності (Akademia Górnośląska im. Wojciecha Korfantego w Katowicach, 14.10-14.11.2025.), з проходженням курсу «Вивчення сучасних навчальних програм та методів викладання маркетингових дисциплін» (90 год/ 3 кред.) 6. щонайменше п’ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п’яти років: 1. Sydorenko T. (2024). Critical Evaluation of Modern Strategies and Methods of Formation of Communicative Competency in the System of Continuing Education of Document Managers. Futurity of Social Sciences. 2(1), pp. 28-55. URL: https://futurity-social.com/index.php/journal/article/view/12 2. Nataliia Kostusiak, Maryna Navalna, Oleksandr Mezhov, Tetiana Sydorenko, Olesia Skliarenko, Serhii Tarasenko, Svitlana Dubrova, Iryna Maidaniuk, Iryna

Levchuk, Tetiana Danyliuk-Tereshchuk. (2024). Processes of neologization in mass media texts during the period of the Russian-Ukrainian War. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. Vol. 14, Issue 2, Spec. Issue XLIII. P.19 – 25. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140243/PDF/140243.pdf

3. Ohrynchuk, O., Sydorenko, T., Luzhanytsia, O., Golub, I., & Onipko, Z. (2024). Incorporating contemporary technologies into higher education pedagogy: Exploring mastery and innovative implementation. Multidisciplinary Reviews, 7. spe0014. DOI: https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe014.

4. Bulakh, T., Karpenko, O., Martiukhyna, K., Mazhnyk, L., Sydorenko, T. (2024). Publishing Podcasts: An Analysis of the Innovative Component of the Ukrainian Market. Amazonia Investiga, eISSN 2322-6307. 13(82), 298–307. DOI: https://doi.org/10.34069/AI/2024.82.10.24 URL: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:001389760000024

5. Sydorenko T., Kostusiak N., Navalna M., Skliarenko O., Masytska T., Pryimachok O., Holoiukh L. (2023). Expression of Negation in Media Texts During the Russian-Ukrainian War. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. Vol. 13, Issue 1, Spec. Issue XXXIV. P. 123–131. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130134/papers/A_18.pdf

6. Ridei, N., Tytova, N., Sydorenko, T., Tsymbal, S., & Liashenko, M. (2023). Changes in the semantic profile to evaluate the quality and safety of life. Amazonia Investiga, 12 (71), P. 242-251. DOI: https://doi.org/10.34069/AI/2023.71.11.21

URL: https://www.amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/view/2599/3852
7. Сидоренко Т. (2023). Методичний органайзер педагогічного дослідження теоретичних аспектів формування комунікативної культури фахівців сфери діловодства. Молодь і ринок. № 11–12 (219–220), 2023. С. 81-87.
8. Ridei, N., Tytova, N., Kanova, L., Sydorenko, T., Romanenko, N. (2023). Methodology of Scientific Knowledge of Educational Axiology of Europeanisation: Journal of Education, Technology and Computer Science. № 4 (34). P. 9-18.
9. Сидоренко Т. М. (2022). Академічна доброчесність як складова наукової етики та освітнього процесу у вищій школі. Перспективи та інновації науки (Серія «Педагогіка») № 7(12). С.390-405. URL: http://perspectives.pp.ua/index.php/pis/issue/view/61/88.
10. Sydorenko T., Isaikina O., Dybkova L, Yaremenko S, Mashkova I, Ovsiienko A. (2022). Information resourcesand featureso fcommunicativ einteractionin themodernin for mationspace of Ukraine. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. Vol. 12, Issue 1, Spec. Issue XXVII. P. 47-53. URL: http://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120127/papers/A_10.pdf
11. Sydorenko T., Navalna M., Mezhov O., Skliarenko O., Ovsiienko A., Polovyk D. (2022). Peculiarities of the functioning of metaphors in the texts of the internet publication «Ukrainska pravda». AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. Vol. 12, Issue 1, Spec. Issue XXVII. P. 59-67. URL: http://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120127/papers/A_08.pdf
12. Sydorenko T., Kravchenko O. .,

							Vakaliuk I., Kuzmych O., Pereverten N. (2022). El concepto de “argot” en el discurso de la comunicación juvenil por internet en inglés y chino. Revista de Investigación Apuntes Universitarios. Vol. 12(4). P.414 – 433. URL: https://apuntesuniversitarios.upeu.edu.pe/index.php/revapuntes/article/view/1254.
487740	Колісниченко Анна Віталіївна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Інформаційних технологій	Диплом спеціаліста, Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, рік закінчення: 2006, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Українська мова і література та мова і література (англійська), Диплом кандидата наук ДК 044200, виданий 11.10.2017, Атестат доцента АД 015082, виданий 24.04.2024	20	Англійська мова для наукової комунікації	1. Освіта: Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, спеціальність – Педагогіка і методика середньої освіти. Українська мова і література та мова і література (англійська); кваліфікація – української мови і літератури та мови (англійської) і зарубіжної літератури (диплом ЕН № 30323893) 2. Науковий ступінь: Кандидат філологічних наук, спеціальність: 10.01.04 – Література зарубіжних країн (диплом ДК № 044200) 3. Вчене звання: Доцент кафедри іноземних мов і перекладу, (атестат доцента АД 015082) 4. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п’яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат про підвищення кваліфікації на тему «Наука повсякденного мислення» (2021 р.) (80 год. / 2,6 кред.) 2. Отримано сертифікат про підвищення кваліфікації на тему ««Підвищення кваліфікації педагогічних працівників: нові вимоги и можливості» (2022 р.) (60 год. / 2 кред.) 3. Отримано сертифікат №ADV-030735-KPSI від 13.08.2023р. про Всеукраїнське науково-педагогічне

							підвищення кваліфікації на тему «Формування резильєнтних компетенцій здобувача освіти в період трансформацій, сучасних викликів та кризових станів суспільства» (03.07.2023 - 13.08.2023) у Навчально-реабілітаційному закладі вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут» і Центрі українсько-європейського наукового співробітництва й школі менеджменту інформаційних систем, м. Кам'янець-Подільський (180 год. / 6 кред.) 4. Отримано сертифікат № FSI-041405-ISMA від 14. 01. 24 р.про підвищення кваліфікації, виданий за результатами закордонного стажування на тему «Similarities and differences in teaching philological disciplines in Ukraine and Latvia» («Схожість і відмінність у викладанні філологічних дисциплін в Україні та в Латвійській Республіці» зі спеціальності «Філологія» (грудень 2023-січень 2024) у Вищій школі менеджменту інформаційних систем (ISMA) у м. Рига, Латвійська Республіка (180 год. / 6 кред.). 5. Отримано сертифікат №ADV-010706-PSAU від 11. 08. 2024 р. про Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації на тему «Дизайн-мислення в освітній діяльності» (01. 07. 2024 - 11. 07. 2024) у Полтавському державному аграрному університеті та Центрі українсько-європейського наукового співробітництва (180 год. / 6 кред.) 6. Отримано сертифікат про підвищення кваліфікації, виданий

							за результатами успішного завершення освітнього курсу на тему «Дослідницька доброчесність» (07. 03. 2025 - 12. 06. 2025) у Міжнародному Європейському університеті (90 год. / 3 кред.) 7. Отримано сертифікат ККПК № 1055-2015 від 15. 12. 2025 р. про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення курсу за програмою «Викладач як громадянин: розвиток громадянської зрілості в освітньому середовищі» за категорією: Керівники, науково-педагогічні, педагогічні працівники закладів вищої освіти (27. 11. 2025 - 15. 12. 2025) у ДЗВО «Університет менеджменту освіти» (90 год. / 3 кред.) 8. Отримано сертифікат про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення курсу «Фінансова грамотність для освітян» (2025 р.) на платформі онлайн-освіти Prometheus (30 год. / 1 кред.) 9. Отримано сертифікат про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення курсу «Протидія та попередження булінгу (цькуванню) в закладах освіти» (2025 р.) на платформі онлайн-освіти Prometheus (80 год. / 2,6 кред.) 6. щонайменше п'ятьма публікаціями у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Anna Kolisnychenko, Svitlana Kharytska. (2023). Indian myths as the basis of Hart Crane's mythmaking. Alfred Nobel University Journal of Philology. Vol. 2 (26/1). Dnipro. P. 89-104. DOI: 10.32342/2523-4463-

							2023-2-26/1-7 (Scopus) 2. Харицька С.В., Колісниченко А.В., Конопляник Л.М. (2025). Національна складова стандартизації перекладних словників у процесі формування національної термінології і галузевих наукових тезаурусів. Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «Педагогіка. Психологія». Вип. 7. Вінниця, С. 246-253. 3. Колісниченко А. В., Харицька С. В. (2025). Художня ретрансляція етноментальних констант та сучасної соціально-історичної конкретики в імагінативному просторі ліричної творчості Анни Малігон. Рідне слово в етнокультурному вимірі. № 10. Дрогобич. С. 231-247 4. Харицька С. В., Колісниченко А. В. (2023). Search-informational competence of future biomedical engineers and economists as an important component of adjustment of safety professional activity standards. Перспективи та інновації науки. Серія «Педагогіка». Серія «Психологія». Серія «Медицина». № 15(33). Київ. С. 38-54. https://doi.org/10.52058/2786-4952-2023-15(33)-38-54 5. Харицька С. В., Колісниченко А. В. (2022). Інтенсифікація концепції інклюзії в сучасних соціально-педагогічних доктринах та літературних студіях дизабіліті. Актуальні питання гуманітарних наук. Випуск 47. Том 1. Дрогобич. С. 207-213. https://doi.org/10.24919/2308-4863/47-1-31 6. Харицька С. В., Колісниченко А. В. (2022). Проблема адаптації форм виховних заходів до сучасних вимог дистанційного навчання. Перспективи та інновації науки. Серія: Педагогіка.

							Психологія. Медицина. Випуск №8 (13). С. 306-315. https://doi.org/10.52058/2786-4952-2022-8(13)-306-315 7. Колісниченко. А. В. (2021). Конфлікт культур крізь призму індійської національної свідомості у оповіданні Порошурама «Сватання». Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71). №2. С. 178-182. https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.2-2/31
226117	Ромащенко Ольга Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Менеджменту та підприємництва	Диплом магістра, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені МихайлаТуган-Барановського, рік закінчення: 2008, спеціальність: 050107 Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 038335, виданий 29.09.2016, Атестат доцента АД 014636, виданий 21.02.2024	12	Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях	1. Освіта: Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, спеціальність – Економіка підприємства, кваліфікація – магістр економіки (диплом НК № 35149599) 2. Науковий ступінь: кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством (диплом ДК № 038335) 3. Вчене звання: Доцент за кафедрою маркетингу (атестат АД №014636) 4. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п’яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат № XV-16-293849248-22 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у On Being a Scientist Course of European Academy of science and research. Hamburg.Germany. 2022 р. (8 год./ 0,3 кред.) 2. Отримано свідоцтво № CSO22-074 від 18.05.2022 р. Центр сертифікованого навчання ТОВ «Проком» про підвищення

							кваліфікації, виданий за результатами участі у вебінарі «Способи забезпечення потреб в BAS ERP». (4 год./0,1 кред.) 3. Отримано сертифікат № СС00493014/002546-24 від 03.04.2024 р. про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Вебінарі «Академічна доброчесність в наукових дослідженнях» (2 год. / 0,05 кред.). 4. Отримано сертифікат № 005424 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Практичний курс для викладачів та маркетологів по стратегії лончування продуктів в сучасний період». ТОВ "Фармаперсонал". 2024 р. (30 год. / 1 кред.) 5. Отримано сертифікат від 12.11.2024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Бізнес-форумі про цифровізацію ритейлу та електронної комерції #drf2024 (DIGITAL RETAIL FORUM 2024). (10 год./ 0,3 кред.) 6. Отримано сертифікат № 2603/1986-25 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Тренінгу ТОВ "Compressors International" «Performance marketing. Сучасні навички маркетолога». 10-14 січня 2025 р. (30 год./ 1 кред.) 7. Отримано сертифікат № ДМ 236742/2025 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Практичний курс по основам динамічних процесів в диджиталізації на сучасному ринку маркетингових послуг». ТОВ «ПРОФІТМАЙНЕР» 14.07-18.07.2025р. (30 год./1 кред.)

							8. Отримано сертифікат № 302727-25 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Інформаційні системи та технології в діяльності маркетолога». ТОВ "СетАп". 2025 р.. (30 год./1 кред.) 9. Отримано сертифікат № 36931-25 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми «Цифровий простір в освіті: навчання, мотивація, штучний інтелект і кібербезпека». Український державний університет імені Михайла Драгоманова. 19.11.2025р. – 24.11.2025 року (3 год / 0,1кред.) 5. керівництво (консультування) дисертації на здобуття наукового ступеня за спеціальністю, що була захищена в Україні або за кордоном: Підготувала 1 доктора філософії: Снітко Артем Сергійович – ступінь доктора філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2026 р.). 6. щонайменше п’ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п’яти років: 1. Vynogradova O., Zaiats O., Romashchenko O. (2026) Digital marketing management and marketing analytics in the system of ensuring the competitiveness of enterprises. Актуальні проблеми економіки. № 8 (302). С.157-168. https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/08/8.26._topic_Olena-Vynogradova-Olga-Zaiats-Olga-Romashchenko-158-168.pdf

2. Виноградова О., Ромащенко О., Снітко А. (2026). Ефективність використання інтернет-інструментів як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств в інтернет-середовищі. Економіка та суспільство, Вип. 85. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/
3. Романенко О.В., Ромащенко О.С. (2026). Методичні засади побудови системи цифрового моніторингу для обґрунтування стратегічних рішень компанії. Економічний простір. № 213.С.159-166. https://doi.org/10.30838/EP.213.159-166
4. Ромащенко О. С., Воскобоєва О. В., Снітко А. С. (2025). Оцінка результативності інтернет-маркетингу як індикатор стратегії розвитку підприємства. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. праць. № 3– 4. 2025. https://ir.nasoa.edu.ua/handle/123456789/2049
5. Kolisnichenko, P., Vynogradova O., Somkina, T., Romshchenko, O., & Darchuk, V. (2025). Integrated assessment of internet marketing effectiveness in the digital economy. Economics, Finance and Management Review, (3(23), 81–93. https://doi.org/10.36690/2674-5208-2025-3-81-93
6. Ромащенко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. (2025). Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. Бізнес Інформ. 2025. №1. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2025&abstract=2025_1_0_471_479
7. Воскобоєва О.В., Ромащенко О.С., Гуріненко Д.А., Манукян К.А. (2025).

							Маркетинговий аудит як інструмент контролю маркетингової діяльності підприємств малого бізнесу. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». №1. URL: https://www.inter-nauka.com/uploads/public/17372880805503.pdf 8. Ромащенко О.С., Єсмаханова А. У. (2022). Управління маркетиговими ризиками телекомунікаційних підприємств. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 1-2. С. 46-51. https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2710/2603
226117	Ромащенко Ольга Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Менеджменту та підприємництва	Диплом магістра, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені МихайлаТуган-Барановського, рік закінчення: 2008, спеціальність: 050107 Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 038335, виданий 29.09.2016, Атестат доцента АД 014636, виданий 21.02.2024	12	Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток	1. Освіта: Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, спеціальність – Економіка підприємства, кваліфікація – магістр економіки (диплом НК № 35149599) 2. Науковий ступінь: кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством (диплом ДК № 038335) 3. Вчене звання: Доцент за кафедрою маркетингу (атестат АД №014636) 4. наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): 1. Отримано сертифікат № XV-16-293849248-22 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у On Being a Scientist Course of European Academy of science and research. Hamburg.Germany. 2022 р. (8 год./ 0,3 кред.) 2. Отримано свідоцтво № CSO22-074 від 18.05.2022 р. Центр сертифікованого

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

							«ПРОФІТМАЙНЕР» 14.07-18.07.2025р. (30 год./1 кред.) 8. Отримано сертифікат № 302727-25 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Інформаційні системи та технології в діяльності маркетолога». ТОВ "СетАп". 2025 р.. (30 год./1 кред.) 9. Отримано сертифікат № 36931-25 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами успішного завершення програми «Цифровий простір в освіті: навчання, мотивація, штучний інтелект і кібербезпека». Український державний університет імені Михайла Драгоманова. 19.11.2025р. – 24.11.2025 року (3 год / 0,1кред.) 5. керівництво (консультування) дисертації на здобуття наукового ступеня за спеціальністю, що була захищена в Україні або за кордоном: Підготувала 1 доктора філософії: Снітко Артем Сергійович – ступінь доктора філософії в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2026 р.). 6. щонайменше п’ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п’яти років: 1. Vynogradova, O., Somkina, T., Romashchenko, O., Zhogolyev, O., & Pavlov, V. (2026). Strategic marketing management of smart technologies in the internet of things ecosystem. Aposta: Revista De Ciencias Sociales , 24(113), e1057. https://doi.org/10.23900/ra.Ed.Esp.v24i113.1057 (WoS) 2. Nechyporenko V.,

							Darchuk V., Romashchenko O. (2026). International marketing management and product promotion management in digital markets. Актуальні проблеми економіки. № 7 (301). С.729-741 https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/07/7.26._topic_Valentyna-Nechyporenko-Veronica-Darchuk-Olga-Romashchenko-729-741.pdf 3. Vynogradova O., Zaiats O., Romashchenko O. (2026) Digital marketing management and marketing analytics in the system of ensuring the competitiveness of enterprises. Актуальні проблеми економіки. № 8 (302). С.157-168. https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/08/8.26._topic_Olena-Vynogradova-Olga-Zaiats-Olga-Romashchenko-158-168.pdf 4. Виноградова О., Ромащенко О., Снітко А. (2026). Ефективність використання інтернет-інструментів як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств в інтернет-середовищі. Економіка та суспільство, Вип. 85. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/ 5. Романенко О.В., Ромащенко О.С. (2026). Методичні засади побудови системи цифрового моніторингу для обґрунтування стратегічних рішень компанії. Економічний простір. № 213.С.159-166. https://doi.org/10.30838/EP.213.159-166 6. Виноградова, О., Сьомкіна, Т., Воскобоєва, О., Ромащенко, О., & Снітко, А. (2026). Вдосконалення системи стратегічного управління підприємством в інтернет-середовищі. Актуальні питання економічних наук, (20). https://doi.org/10.5281

/zenodo.18731577
7. Ромащенко О. С., Воскобоєва О. В., Снітко А. С. (2025). Оцінка результативності інтернет-маркетингу як індикатор стратегії розвитку підприємства. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. праць. № 3– 4. 2025. https://ir.nasoa.edu.ua/handle/123456789/2049
8. Ромащенко О.С., Качмала В.І., Павлов В.А., Грачов Б.О. (2025). Особливості формування стратегії SMM-просування: сучасні підходи та інструменти ефективності. Журнал Бізнес-навігатор. №1(78). С.309-314. http://business-navigator.ks.ua/journals/2025/78_2025/53.pdf
9. Ромащенко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. (2025) .Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. Бізнес Інформ. 2025. №1. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2025&abstract=2025_1_0_471_479
10. Romaschenko O., Sukhomlinova B. (2023). Formation of the marketing strategy of SMB communication enterprises. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 3.С.69-74. URL: https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2898/2796
11. Romashchenko O., Spatar D. (2023). The use of digital technologies in the development of a strategy for the promotion of services at the enterprise. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 1. С.65-70. URL: https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/issue/view/177
12. Ромащенко О.С., Єсмаханова А. У. (2022). Управління маркетиговими ризиками телекомунікаційних підприємств. Економіка.

							Менеджмент. Бізнес. № 1-2. С. 46-51. https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2710/2603
464347	Шкіль Людмила Леонідівна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут Телекомунікацій	Диплом спеціаліста, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 2005, спеціальність: 0301 Філософія, Диплом магістра, Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, рік закінчення: 2021, спеціальність: 053 Психологія, Диплом кандидата наук ДК 064212, виданий 22.12.2010, Атестат доцента 12ДЦ 037329, виданий 17.01.2014	17	Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс	1. Освіта: Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, спеціальність – «Психологія»; кваліфікація: «Психолог. Викладач психології закладу вищої освіти» (М21 № 051396) 2. Науковий ступінь: кандидат філософських наук, спеціальність 09.00.05 – Історія філософії (диплом ДК № 064212) 3. Вчене звання: : доцент за кафедрою філософської антропології (атестат 12 ДЦ № 037329) 4. Наявність досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): Отримано сертифікат № SZFL – 003024 про підвищення кваліфікації, виданий за результатами участі у Програмі Міжнародного стажування «Fundraising and organization of project activities in educational establishments: european experience and has developed the educational project on the topic digitalization of the educational process of higher education institutions in the context of higher education reform in Ukraine», організованого кафедрою польсько-українських студій Ягеллонського університету в Кракові, Центром розвитку кар'єри ГО «Соборність» та Луганським обласним інститутом післядипломної педагогічної освіти. У межах стажування розроблено освітній проєкт «Цифровізація освітнього процесу закладів вищої освіти в контексті реформи вищої освіти в Україні». Краків,

							Польща, 04.11.2023–10.12.2023рр. (180 год./ 6 кред.) 1. Отримано сертифікат № 056/1002. від 07.12.2021 р. про підвищення кваліфікації у програмі стажування в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка. «Антропологічний контекст філософії французького Постмодернізму» (180 год. / 6 кред.) 2. Отримано сертифікат № ADV-041264- PSAU- від 14.01.2024 р. про підвищення кваліфікації за програмою «Різновиди інтелекту та їх роль в освітньому процесі XXI століття» у центі українсько-європейського наукового співробітництва (180 год. / 6 кред.) 3. Отримано сертифікат № 70197961 від 12.02.2025 р про підвищення кваліфікації за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Діловий етикет». Освітній хаб міста Києва (3 год./ 0,1 кред.) 4. Отримано сертифікат № 23d4411260504340ad5d8abaf7301a17 про підвищення кваліфікації за результатами успішного завершення програми навчання з курсу «Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів». Платформа масових відкритих онлайн-курсів Prometheus (60 год./ 2 кред.) 6. щонайменше п’ять публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п’яти років: 1. Yana Chaika, Oksana Patlaichuk, Olga Stupak, Alla lazareva, Oksana Voitsekhovska, Liudmyla Shkil. (2022). Professional Activities

							of Practical Psychologists: Philosophical Counseling in the Context of Postmodernism. Postmodern Openings. Volume 13. Issue 4, p. 69 -83. DOI: https://doi.org/10.18662/po/13.4/506 (Web of Science) 2. Ковтун Н., Шкіль Л. (2025). Відчуження від мови як фактор руйнування ідентичності: теоретико-методологічні та антропологічні аспекти. Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. Випуск 58. с. 86-93. DOI: https://doi.org/10.30970/PPS.2025.58.10 3. R. Kuzmenko, S. Krylova, L. Shkill. (2024). Critical thinking development in foreign language learning at higher education institutions: philosophical and anthropological dimensions. Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія. № 1 (39), с. 47-51 DOI: https://doi.org/10.18372/2412-2157.39.18455 4. Павловська О.В., Шкіль Л.Л. (2022). Екзистенціалістський фемінізм Сімони де Бувуар. Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія. Збірник наукових праць. Вип. 1 (35). К.: НАУ. с. 72 – 76 5. Tetiana Krasnoboka, Liudmyla Shkil. (2022). Ageing: socio-cultural dynamics. Visnyk of the Lviv University. Series Philos.-Political Studies. Issue. No 43. p. 87–92. URL: http://eprints.zu.edu.ua/35773/1/11.pdf 6. T. Krasnoboka, O. Bilobrovets, L. Shkil. (2022). Socio-cultural dynamics of population ageing in a globalized society. Вісник львівського університету. серія філософські науки. Випуск 30. с. 50-58. URL: http://eprints.zu.edu.ua/35772/1/6.pdf

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**