НАЦІОНАЛЬНЕ АГЕНТСТВО ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	**Херсонський національний технічний університет**
Освітня програма	**24015 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	**86**
Повна назва ЗВО	**Херсонський національний технічний університет**
Ідентифікаційний код ЗВО	**05480298**
ПІБ керівника ЗВО	**Чепелюк Олена Валеріївна**
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	**https://kntu.net.ua**

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

https://registry.edbo.gov.ua/university/86

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	**24015**
Назва ОП	**Маркетинг**
Галузь знань	**07 Управління та адміністрування**
Спеціальність	**075 Маркетинг**
Спеціалізація (за наявності)	*відсутня*
Рівень вищої освіти	**Доктор філософії**
Тип освітньої програми	**Освітньо-наукова**
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	**Магістр (ОКР «спеціаліст»)**
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	**кафедра менеджменту, маркетингу і туризму**
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	*відсутня*
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	**Тимчасово переміщена локація: вул. Інституцька, 11, м. Хмельницький, Хмельницька область, 29016. Юридична адреса (основний кампус, недоступний): Бериславське шосе, 24, м.Херсон, Херсонська область, 73008.**
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	**158333**
ПІБ гаранта ОП	**Корчевська Лілія Олександрівна**
Посада гаранта ОП	**Професор**
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	**korchevska.liliya@kntu.edu.ua**
Контактний телефон гаранта ОП	**+38(050)-556-57-04**
Додатковий телефон гаранта ОП	*відсутній*

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

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

З 2016 року в Херсонському національному технічному університеті створено нормативно-правові підстави для підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Відповідно до наказу МОН України від 30.05.2016 № 590 університет отримав ліцензію на провадження освітньої діяльності за цією спеціальністю з ліцензованим обсягом 13 осіб.
У 2020 році Вчена рада ХНТУ схвалила ОНП «Маркетинг» (протокол № 7 від 29.05.2020), яку введено в дію з 01.09.2020. Її освітня складова становила 48 кредитів ЄКТС, із яких 36 припадало на обов'язкові та 12 – на вибіркові компоненти. Програма поєднувала методологічну й фахову підготовку, вивчення маркетингових комунікацій і сучасного маркетингового інструментарію, а також практичну підготовку до науково-педагогічної діяльності. У редакції 2021 року, схваленій 25.05.2021 (протокол № 7) та введеній у дію 01.09.2021, загальний обсяг освітньої складової збережено (https://surl.li/eclymx).
Наступний етап оновлення пов'язаний із затвердженням Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня (наказ МОН України від 07.04.2022 № 313). Редакцію 2023 року схвалено Вченою радою ХНТУ 26.06.2023 (протокол № 10) та введено в дію 01.09.2023. Обсяг освітньої складової збільшено до 50 кредитів ЄКТС (35 обов'язкових і 15 вибіркових). У її структурі передбачено дисципліни з педагогіки вищої освіти, академічної доброчесності, прикладних маркетингових досліджень, цифрової аналітики, а також науковий семінар. Програмою визначено дев'ять результатів навчання.
У 2024 році робоча група кафедри менеджменту, маркетингу і туризму переглянула структуру та зміст ОНП з урахуванням вимог стандарту й дослідницької спрямованості спеціальності. Редакцію схвалено 28.05.2024 (протокол Вченої ради № 13) і введено в дію 01.09.2024. Освітню складову розширено до 58 кредитів ЄКТС (43 обов'язкові й 15 вибіркових); обсяг педагогічної практики становить 6 кредитів. Кількість програмних результатів навчання збільшено до 12. Виразніше окреслено фокус на доказовому маркетингу, застосуванні сучасних цифрових технологій для аналізу ринкових даних і розробленні адаптивних моделей ринкової поведінки.
Редакцію ОНП 2025 року приведено у відповідність до оновленого переліку галузей знань і спеціальностей: D5 «Маркетинг» галузі D «Бізнес, адміністрування та право», із урахуванням наказу МОН України від 19.11.2024 № 1625. Програму схвалено Вченою радою ХНТУ 05.06.2025 (протокол № 12) та введено в дію 01.09.2025. Збережено 58 кредитів ЄКТС освітньої складової (43 обов'язкові, 15 вибіркових), педагогічну практику обсягом 6 кредитів і 12 результатів навчання. Програма передбачає чотирирічну підготовку, виконання оригінального дисертаційного дослідження, оприлюднення його результатів і публічний захист дисертації.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року	У тому числі іноземців
			ОД	*ОД*
1 курс	2026 - 2027	5	0	0
2 курс	2025 - 2026	5	0	0
3 курс	2024 - 2025	77	0	0
4 курс	2023 - 2024	77	4	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	**18176 Рекламна діяльність та PR** **2652 Маркетинг**
другий (магістерський) рівень	**16369 Маркетинг**
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	**24015 Маркетинг**

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

самооцінювання, кв. м.

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	50993	10515
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	50993	10515
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	7970	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_075_2023.pdf*	Yp2RqCZkABNoz5Hua2nFVH+fu4+J/NZDUFnEA9dEpco=
Освітня програма	*ОНП_D5_2025.pdf*	dLNEEnThQUgmCwymJ2UFgpXHu4TfavRrId18RH3PQ/M=
Освітня програма	*ОНП_075_2024.pdf*	QHmwEIP3uZh55ZR8qylhya6rRLeJ88IWQFzCKYV/cO8=
Освітня програма	*ОНП_D5 _2026.pdf*	HmhEnqXqFIjhVRU2bhASa55XHKVNMTG2DfD2qKB+dCk=
Навчальний план за ОП	*НП 075 аспірантура ОНП Маркетинг 2023.pdf*	X3ke67AqAHmPUVmzKGdKoF9RXFMNSaHYF+RpgQz+TXQ=
Навчальний план за ОП	*НП 075 аспірантура ОНП Маркетинг 2024.pdf*	UJF+9xYVPt1FijrpJ/R91pOUiVr98C9CbUTY2qVwnZg=
Навчальний план за ОП	*НП D5 аспірантура ОНП Маркетинг 2025.pdf*	usuNxo6syxFyadwe4JOazNBil1ZanniMrQzor7DtouM=
Навчальний план за ОП	*НП D5 аспірантура ОНП Маркетинг 2026.pdf*	yOx1yuGyNUg5ptFIpSG/t4IBC7Rvvlvko/+V4iKBRAs=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*Рецензія_Ковальчук.pdf*	Oo4lzBUOUKomRs3GeKmHrJy6NQdpe4pGI/u0R/cNMes=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*Рецензія_Литвиненко.pdf*	dUuzOjOSRsDaf2B5Qn70Irx+1MYr3EuB+qw63aRnVOU=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*Рецензія_ Чукурна.pdf*	eM8JDBjYfrxhFoyTSXZHVLSF7qmu9YdS3b8JZHoS5/A=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій	*Відповідність публікацій наукових керівників напрямам (темам) досліджень здобувачів_1.pdf*	yMFdM1U4eLMWAWJGu2guLy/+aRR8HCBE4D+jE57HI8g=

наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)		

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?

ОНП «Маркетинг» розроблена на підставі Стандарту вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» (наказ МОН України від 07.04.2022 р. № 313) (https://surl.li/ejxyjm). ОНП «Маркетинг» (https://surl.li/pjytle) відповідає вимогам стандарту щодо предметної області та забезпечує досягнення визначених результатів навчання. Її структура та зміст охоплюють формування загальних (ЗК01–ЗК04) і спеціальних (СК01–СК08) компетентностей, спрямованих на розвиток дослідницького потенціалу, методологічної культури, здатності до наукової комунікації та розв'язання комплексних проблем маркетингу. Основний фокус ОНП полягає у підготовці дослідників, здатних до продукування нових знань у теорії, методології та практиці сучасного маркетингу, інтеграції міждисциплінарних підходів і розроблення інноваційних рішень. Специфічна спрямованість програми реалізується через поєднання РН01–РН04, РН06 та РН08, що забезпечують поглиблену науково-методологічну й аналітичну підготовку, із РН05, РН07 та РН09, орієнтованими на наукову комунікацію, міжнародну апробацію досліджень і науково-педагогічну діяльність. Така синергія формує фахівців, здатних не лише розвивати теоретичні засади маркетингу, а й трансформувати результати наукових досліджень у практичні та інноваційні рішення для суб'єктів ринкових відносин.

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

Для ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти відповідно до розділу IX Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня, затвердженого наказом МОН України від 07.04.2022 № 313 (https://surl.li/yiwdaf), професійний стандарт відсутній. Зміст ОНП сформовано відповідно до вимог зазначеного Стандарту вищої освіти та Національної рамки кваліфікацій (8 рівень) з урахуванням специфіки майбутньої професійної діяльності випускників. Науково-дослідна складова підготовки забезпечується формуванням ІК, СК01, СК06, СК08 та досягненням РН01, РН03, РН06, РН12; маркетингова й аналітична діяльність - СК03, СК07, СК10 та РН08, РН10, РН11; інноваційна діяльність і розроблення адаптивних моделей ринкової поведінки - СК01, СК09, СК10 та РН02, РН11; науково-педагогічна діяльність - СК04 та РН05, РН09, РН12. Дотримання принципів професійної етики, академічної доброчесності та соціальної відповідальності передбачено ЗК04, СК09 та РН05, РН06, РН09, РН11.

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

Урахування позиції здобувачів ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ забезпечується анкетуванням, обговоренням змісту ОНП, консультаціями з науковими керівниками та відкритим розглядом проєктів ОНП (https://surl.li/cjakwx). Здобувачі ОНП можуть висловлювати пропозиції щодо освітніх компонентів, результатів навчання й індивідуальної освітньої траєкторії. Проведене опитування аспірантів ОНП «Маркетинг» показує, що 40% респондентів брали участь в обговоренні, розробленні або перегляді програми; Всі опитувані ознайомлені з її метою та результатами навчання і задоволені процедурою формування індивідуальної траєкторії. Перелік вибіркових дисциплін 80% оцінили на вищій бал, 20% - надали оцінку 4; так само оцінено корисність набутих компетентностей для майбутньої діяльності. Діалог щодо наукової складової підтримується під час атестацій: аспіранти надають звіти про виконання індивідуальних планів, дослідження та публікації. Аспіранти кафедри також беруть участь у конференції «Синергія науки і бізнесу у повоєнному відновленні регіонів України» (https://surl.li/tdzsxs).

- роботодавці

Урахування запитів роботодавців під час розроблення й перегляду ОНП «Маркетинг» передбачає зовнішнє оцінювання змісту програми, обговорення професійних компетентностей і взаємодію з представниками практики. Організаційним механізмом у ХНТУ є Рада роботодавців, діяльність якої регламентує відповідне Положення (https://surl.li/wrqqmg). Роботодавці можуть подавати пропозиції через громадське обговорення проєктів ОП (https://surl.li/mxgpxh). В основу формування кола зовнішніх стейкхолдерів серед розробників ОП покладено об'єднання представників бізнес-середовища: Компанія «Turbo Marketing», ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД», ТОВ «ЮГ-АГРОМАКС», ТОВ «АРТревел.кс», ТОВ «Діадема Д» Ці представники утворили Раду роботодавців спеціальності (https://surl.li/ztavqq). Професійну спрямованість наданої ОНП підтверджують ОК9 «Прикладні аспекти маркетингових досліджень», ОК10 «Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій», ОК11 «Стратегічний маркетинг-менеджмент», а також СК09-СК10 і РН10-РН12 щодо доказових рішень та адаптивних моделей ринкової поведінки. Програмою передбачено майстер-класи представників компаній і навчальні візити на

підприємства. Приклад професійної взаємодії - зустріч здобувачів усіх рівнів спеціальності «Маркетинг» із представниками військового маркетингу, PR та медіа у березні 2026 року. Рекомендації щодо змістового наповнення освітніх компонентів роботодавці подають під час опрацювання проєкту ОНП. Обговорення цих рекомендацій відбувається на засіданнях кафедри.

- академічна спільнота

Позиція академічної спільноти враховується через роботу групи розробників ОНП «Маркетинг» і зовнішнє наукове рецензування. Згідно з наданою ОНП «Маркетинг», гарант - д. е. н., професор Лілія Корчевська; члени робочої групи - завідувач кафедри менеджменту, маркетингу і туризму Руслан Набока та доцент Олена Воскресенська. Програму переглянуто з урахуванням стандарту спеціальності (наказ МОН України від 07.04.2022 № 313). До ОНП «Маркетинг» долучено рецензії докторів економічних наук, професорів Світлани Ковальчук (Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут) та Олени Чукурної (Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку). Рецензентки відзначили відповідність змісту програми спеціальності, логічність структури та орієнтацію на дослідницьку діяльність. Механізмом подальшого врахування академічних пропозицій є громадське обговорення освітніх програм ХНТУ (https://surl.li/jfoguo). У змісті програми виокремлено доказовий маркетинг, цифрову аналітику та адаптивні моделі ринкової поведінки (СК09-СК10, РН10-РН12). Співпраця з представниками академічної спільноти здійснюється, зокрема, через участь у міжнародних науково-практичних конференціях. Викладачі й аспіранти кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ, яка забезпечує реалізацію ОНП «Маркетинг», долучаються до обговорення актуальних питань організації наукових досліджень, удосконалення підготовки фахівців, застосування інноваційних технологій та сучасних підходів до навчання.

- інші стейкхолдери

До інших стейкголдерів ОНП «Маркетинг» належать представники органів місцевого самоврядування, професійних об'єднань та науково-громадського середовища. У наданій ОНП міститься рецензія Наталії Литвиненко, начальниці управління маркетингу і туризму Херсонської міської ради. У ній відзначено актуальність підготовки маркетологів, логічність структури програми та відповідність її результатів потребам фахової діяльності. Регіональний контекст відображено у напрямах досліджень: маркетингові стратегії підприємств у кризовий і посткризовий періоди, соціально-етичний та екологічний маркетинг, управління конкурентоспроможністю. Зв'язок із професійною спільнотою підтримують членство викладачів кафедри менеджменту, маркетингу і туризму в Українській асоціації маркетингу та участь у її освітніх заходах. До кола зацікавлених сторін також віднесено органи місцевого самоврядування, зокрема Херсонську обласну державну адміністрацію та Управління маркетингу міста і туризму Херсонської міської ради. Ці установи наголошують на необхідності підготовки висококваліфікованих маркетологів для задоволення потреб регіонального ринку праці. Інші заінтересовані сторони можуть подавати пропозиції під час громадського обговорення проєктів ОНП (https://surl.li/ykurch).

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

Мета ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ (https://surl.li/pjytle) відповідає місії та стратегічним орієнтирам університету. ОНП спрямована на підготовку докторів філософії, здатних здійснювати оригінальні наукові дослідження, продукувати нові знання у сфері теорії, методології та практики сучасного маркетингу, розробляти інноваційні рішення та впроваджувати результати досліджень у наукову й освітню діяльність. Це узгоджується з місією ХНТУ щодо підготовки конкурентоспроможних, професійно компетентних, інтелектуально активних і соціально відповідальних фахівців, інтегрованих у сучасний освітній та науковий простір. Цілі ОНП також корелюють зі Стратегією розвитку ХНТУ на 2026–2030 рр. (https://surl.li/fzqzrg), зокрема з пріоритетами забезпечення якості освіти, розвитку науково-дослідної діяльності, інтернаціоналізації та використання освітнього й наукового потенціалу для сталого розвитку і відновлення регіонів України. Дослідницька спрямованість ОНП, формування методологічних, аналітичних та інноваційних компетентностей, здатності до міжнародної наукової комунікації й науково-педагогічної діяльності безпосередньо сприяють реалізації зазначених стратегічних завдань.

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

Мета та програмні результати навчання ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ (https://surl.li/pjytle) сформовані з урахуванням сучасних тенденцій розвитку маркетингової науки, трансформації ринкового середовища та актуальних напрямів науково-дослідної діяльності. ОНП орієнтована на підготовку докторів філософії, здатних критично переосмислювати сучасні теорії та методологію маркетингу, здійснювати оригінальні міждисциплінарні дослідження, продукувати нові знання й розробляти інноваційні рішення. Урахування новітніх тенденцій конкретизовано у РН01, РН02, РН04, РН06, що забезпечують теоретико-методологічну та дослідницьку підготовку; РН03 – формування здатності висувати й перевіряти наукові гіпотези, обґрунтовувати висновки із застосуванням математичного та комп'ютерного моделювання; РН08 – використання сучасних цифрових технологій, інструментів аналізу даних і спеціалізованих інформаційних систем. РН05 та РН07 спрямовані на розвиток навичок оприлюднення результатів оригінальних досліджень і міжнародної наукової комунікації, а РН09 – на формування здатності організовувати освітній процес у сфері маркетингу та забезпечувати його науково-методичний супровід. Актуалізації змісту ОНП сприяє науково-дослідна діяльність кафедри, зокрема виконання науково-дослідної теми «Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг» (№ 0121U111785).

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

Мета і РН ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ (https://surl.li/pjytle) враховують тенденції ринку праці, галузевий і регіональний контекст. ОНП готує докторів філософії до оригінальних досліджень ринків і маркетингової діяльності організацій, розроблення інноваційних рішень і науково-педагогічної діяльності із застосуванням сучасних методів та інформаційних технологій. За матрицею РН забезпечують: РН01 - ОК3, ОК8; РН02 - ОК5, ОК7-ОК9, ОК11; РН03 - ОК5, ОК9, ОК10; РН04 - ОК4, ОК5; РН05 - ОК1, ОК2, ОК4, ОК5, ОК7, ОК12; РН06 - ОК3-ОК5, ОК9; РН07 - ОК1, ОК2, ОК7, ОК12; РН08 - ОК5, ОК9, ОК10; РН09 - ОК6, ОК12; РН10 - ОК9, ОК10; РН11 - ОК8, ОК11; РН12 - ОК1, ОК2, ОК7, ОК8, ОК11, ОК12. Фахову підготовку конкретизують ОК8 «Сучасна парадигма маркетингу», ОК9 «Прикладні аспекти маркетингових досліджень», ОК10 «Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій», ОК11 «Стратегічний маркетинг-менеджмент». Регіональний контекст охоплює потреби Херсонщини й економічне середовище Хмельниччини. Релокація ХНТУ до Хмельницького на базі Хмельницького національного університету сприяла безперервності підготовки та міжуніверситетській співпраці. Угода від 10.05.2022 передбачає спільні дослідження, академічну мобільність, науково-методичний супровід і розвиток НПП, створюючи додаткові можливості для аспірантів, наукової комунікації та вибору тематики досліджень з урахуванням регіональних потреб, професійного середовища та наукових інтересів аспірантів.

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

Мету та результати навчання ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ (редакція 2024 р.) визначено з урахуванням досвіду підготовки докторів філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» у вітчизняних ЗВО, зокрема КНУ імені Тараса Шевченка, Хмельницькому національному університеті та ХНЕУ імені Семена Кузнеця. Зіставлення цілей і змісту аналогічних ОНП дало змогу врахувати підходи до структурування освітньої складової, узгодження компетентностей і результатів навчання, спрямування підготовки на дослідницьку, аналітичну, стратегічну, управлінську та науково-педагогічну діяльність. В ОНП ХНТУ ці підходи відображено в меті, РН01–РН09 та змісті освітніх компонентів, зокрема ОК5 «Методологія та організація наукових досліджень», ОК9 «Прикладні аспекти маркетингових досліджень», ОК10 «Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій», ОК11 «Стратегічний маркетинг-менеджмент» і ОК12 «Педагогічна практика». Порівняння з програмами інших ЗВО передбачено Положенням про освітні програми ХНТУ (https://surl.li/fnrvwa). Водночас ОНП ХНТУ зберігає власний акцент на поєднанні науково-педагогічної підготовки з прикладним застосуванням маркетингового інструментарію з урахуванням галузевого та регіонального контекстів.

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

Мета та результати навчання ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ орієнтовані на підготовку до оригінальних досліджень і науково-педагогічної діяльності. Для порівняння із зарубіжною практикою підготовки докторів філософії релевантними є програми «Marketing» University of Economics – Varna (Болгарія) та «8D04104 - Marketing» Karaganda Buketov University (Казахстан). Програма університету Варни передбачає докторську підготовку з маркетингу, а програма університету Букетова акцентує сучасні методи досліджень, цифрові технології, маркетингову аналітику та прогнозування. Ці напрями співвідносяться з визначеними в ОНП ХНТУ засадами доказового маркетингу, аналізу даних і розроблення адаптивних моделей ринкової поведінки, що відображено в РН03, РН06, РН08, РН10-РН12. Їх реалізації відповідають ОК9 «Прикладні аспекти маркетингових досліджень», ОК10 «Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій», ОК11 «Стратегічний маркетинг-менеджмент», ОК12 «Педагогічна практика». Пункт 6.3.3 Положення про освітні програми ХНТУ (2024) передбачає порівняння змісту ОП із програмами інших ЗВО, насамперед закордонних.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

58

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)?

43

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

15

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

Зміст ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ, що реалізується кафедрою менеджменту, маркетингу і туризму, відповідає предметній області спеціальності. Це підтверджують об'єкт, цілі, теоретичний зміст, методи, інструменти та результати навчання. Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення економічних і соціальних інтересів. Предметну спрямованість ОНП відображають ОК8 «Сучасна парадигма маркетингу», ОК9 «Прикладні аспекти маркетингових досліджень», ОК10 «Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій» та ОК11 «Стратегічний маркетинг-менеджмент». Через них опановують маркетингові концепції, дослідження ринку, аналітику та стратегічні рішення. Теоретичний зміст предметної області охоплює поняття, принципи, функції та історичні передумови маркетингу, специфіку різних ринків, управління бізнесом і розроблення маркетингових стратегій. Його розкривають ОК8 та ОК11. Загальнонаукові й спеціальні методи та цифровий аналіз даних представлені в ОК5 «Методологія та організація наукових досліджень», ОК9 і ОК10. Застосування інформаційно-комунікаційних систем, програмних продуктів та економіко-математичних моделей узгоджується з СК03, СК10, РН08 і РН10. Серед програмних засобів ОНП - IBM SPSS Statistics, R/RStudio, Python і Power BI. Особливість ОНП - поглиблення предметної області на засадах доказового маркетингу: обґрунтування рішень і розроблення адаптивних моделей ринкової поведінки. Це конкретизують СК09 (концептуалізація й створення адаптивних моделей на засадах сталого розвитку й наукової етики), СК10 (цифрова аналітика й предиктивне моделювання), РН10 (опрацювання ринкових даних для обґрунтування гіпотез і доказових рішень), РН11 (оцінювання ефективності й ризиків моделей) та РН12 (апробація результатів та інтеграція моделей в освіту та практику). Відповідно до матриць ОНП, СК09 і РН11 підтримують ОК8, ОК11, а СК10 і РН10 - ОК9, ОК10. Цілі підготовки - розв'язання комплексних проблем маркетингу, створення нових знань і здійснення науково-педагогічної діяльності - забезпечують ОК5, ОК7 «Підготовка науково-інноваційних проєктів», ОК6 «Педагогіка та психологія у вищій освіті» й ОК12 «Педагогічна практика». ОК1 «Іноземна мова для академічних цілей», ОК2 «Українська наукова мова», ОК3 «Філософія науки» та ОК4 «Професійна етика та академічна доброчесність» формують мовну, загальнонаукову й етичну основу досліджень. Освітня складова становить 58 кредитів ЄКТС: 43 - обов'язкові компоненти (з них 6 - педагогічна практика), 15 - три вибіркові дисципліни. Структурно-логічна схема визначає послідовність навчання, вибіркові дисципліни враховують дослідницькі інтереси. Дванадцять РН співвіднесено з компонентами й компетентностями у матрицях ОНП. Атестація передбачає публічний захист дисертації з маркетингу, результати якої мають наукову новизну, теоретичне й практичне значення.

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

Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії аспірантів ОНП «Маркетинг» ХНТУ регулюється «Положенням про організацію освітнього процесу в ХНТУ» (https://surl.li/fqjary), «Положенням про порядок забезпечення права студентів і аспірантів ХНТУ на вільний вибір дисциплін» (https://surl.li/rjpkcy), «Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність в ХНТУ» (https://surl.li/zyyprp) та «Положенням про порядок формування та виконання індивідуального плану підготовки доктора філософії у ХНТУ» (https://surl.li/ywawtd). За ОНП Маркетинг аспіранти обирають три дисципліни (ВК01–ВК03) по 5 кредитів ЄКТС у другому-четвертому семестрах. Їхній загальний обсяг становить 15 із 58 кредитів ЄКТС освітньої складової (25,86%). Вибір здійснюється з каталогу дисциплін відповідно до наукових інтересів, зокрема тематики дисертації; можливий вибір дисциплін інших рівнів вищої освіти за погодженням із науковим керівником. Обрані компоненти вносять до індивідуального навчального плану. Індивідуальний план підготовки також містить план наукової роботи, що розробляється спільно з науковим керівником. Додаткові можливості персоналізації підготовки пов'язані з національною та міжнародною академічною мобільністю на основі двосторонніх угод, зокрема в межах Еразмус+. Аналіз результатів проведеного анкетування засвідчив, що всі опитані здобувачів задоволені процедурою формування індивідуальної освітньої траєкторії (https://surl.li/rxwzpu)

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

Яким чином здобувачі вищої освіти можуть реалізувати своє право на вибір навчальних дисциплін? Право аспірантів ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ на вибір дисциплін регламентують «Положення про порядок забезпечення права студентів і аспірантів ХНТУ на вільний вибір дисциплін» (https://surl.li/gsgybk) і «Положення про організацію освітнього процесу в ХНТУ» (https://surl.li/apfzrj). За ОНП «Маркетинг» вибіркова складова охоплює 15 із 58 кредитів ЄКТС (25,86%): три дисципліни ВК01-ВК03 по 5 кредитів, заплановані на 2-4 семестри. Для реалізації права вибору аспіранти ознайомлюються з каталогами та описами дисциплін, самостійно визначають компоненти з урахуванням науково-дослідних інтересів і оформлюють вибір за встановленою процедурою. На сайті ХНТУ доступні каталог загальних дисциплін (https://surl.li/bcxxzk) та фаховий каталог для ОНП «Маркетинг» (https://surl.li/prnuop). Серед фахових пропозицій - «Ефективне брендування», «Креативний маркетинг», «Маркетинговий потенціал». Обрані дисципліни відображаються в індивідуальному навчальному плані аспіранта. Результати опитування продемонстрували високий рівень задоволеності здобувачів переліком дисциплін вільного вибору (https://surl.li/rxwzpu).

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

Практична підготовка аспірантів ОНП «Маркетинг» охоплює педагогічну практику та науково-дослідну діяльність. За навчальним планом (https://surl.li/odgihe) обов'язкова ОК12 передбачена у 4-му семестрі. Її проведення регламентує «Положення про педагогічну практику здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії ХНТУ» (https://surl.li/xunysl). Практика передбачає підготовку й проведення занять під керівництвом керівника практики, розроблення навчально-методичних матеріалів, опанування методів викладання й оцінювання. Педагогічна практика здійснюється на підставі Положення про педагогічну практику здобувачів вищої освіти ступеня доктора

філософії ХНТУ (https://surl.li/adkwis), що визначає загальні засади. Зміст і порядок проходження педагогічної практики визначається її програмою (https://surl.li/kmmqqv). Термін і програму практики визначає індивідуальний план аспіранта; їх затверджує науковий керівник і погоджує завідувач кафедри. Результати відображають у звіті з педагогічної практики. Згідно з матрицями ОНП «Маркетинг», ОК12 формує ІК, ЗК02, ЗК03, СК02, СК04, СК05 і забезпечує РН05, РН07, РН09, РН12. Дослідницька складова передбачає виконання дисертаційного дослідження, участь у наукових темах, апробацію та оприлюднення результатів, застосування цифрової аналітики й принципів доказового маркетингу. За результатами анкетування аспірантів ОНП «Маркетинг» підтвердили корисність від компетентностей, для майбутньої професійної діяльності (https://surl.li/rxwzpu).

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

Розвиток соціальних навичок (soft skills) аспірантів ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ забезпечується поєднанням освітніх компонентів, педагогічної практики та наукової діяльності. Організаційні засади визначає «Положення про організацію освітнього процесу на третьому освітньо-науковому рівні вищої освіти у ХНТУ» (https://surl.li/udjjjn). Комунікативні навички, уміння аргументувати й презентувати результати українською та іноземною мовами розвивають ОК1 «Іноземна мова для академічних цілей» і ОК2 «Українська наукова мова» (СК02, РН07). Критичне мислення й наукову аргументацію формують ОК3 «Філософія науки» та ОК5 «Методологія та організація наукових досліджень». ОК4 «Професійна етика та академічна доброчесність» сприяє відповідальності й етичній поведінці (ЗК04). ОК7 «Підготовка науково-інноваційних проєктів» розвиває навички планування та обґрунтування рішень (СК05, РН02). ОК6 «Педагогіка та психологія у вищій освіті» й ОК12 «Педагогічна практика» забезпечують педагогічну комунікацію та взаємодію з аудиторією (СК04, РН09). ОК8 та ОК11 сприяють критичному оцінюванню ефективності й ризиків адаптивних моделей ринкової поведінки (РН11). Закріпленню соціальних навичок (soft skills) сприяють інтерактивні лекції, семінари, кейсові завдання, захист дослідницьких проєктів, участь у конференціях та підготовка публікацій, що комплексно сприяє розвитку критичного та креативного мислення, командної роботи, веденню переговорів та майстерності самопрезентації.

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

ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ, яку реалізує кафедра менеджменту, маркетингу і туризму, має чітку структуру, відображену в структурно-логічній схемі та матрицях. Її реалізацію регламентує «Положення про організацію освітнього процесу на третьому освітньо-науковому рівні вищої освіти у ХНТУ» (https://surl.li/eonuzg). Освітня складова становить 58 кредитів ЄКТС: 43 - обов'язкові, включно з педагогічною практикою, і 15 - вибіркові. ОК1-ОК2 забезпечують мовну підготовку, ОК3-ОК4 - загальнонаукову й етичну, ОК5-ОК7 - дослідницькі та педагогічні навички. ОК8-ОК11 охоплюють теорію маркетингу, прикладні дослідження, цифрову аналітику й стратегічне управління. Схема визначає послідовність ОК5, ОК9, ОК10-ОК11 та ОК12 «Педагогічна практика». Матриці підтверджують забезпечення РН01-РН12 освітніми компонентами. Загальнокультурний і громадянський виміри підготовки підтримують ОК3 «Філософія науки» й ОК4 «Професійна етика та академічна доброчесність», що сприяють формуванню ЗК04: системного наукового світогляду, культурного кругозору, дотримання професійної етики. Аналіз суспільно-економічних процесів у межах спеціальності ґрунтується на виявленні закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин (СК07), аналізі ринкових даних (РН10), моделюванні ринкової поведінки з урахуванням етики й соціальної відповідальності (РН11) та врахуванні соціальних, економічних і правових аспектів (РН02).

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

Співвіднесення обсягу освітніх компонентів ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ із навчальним навантаженням здійснюється за ЄКТС відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти у ХНТУ» (https://surl.li/fqjary). Один кредит ЄКТС дорівнює 30 годинам; навчальний план визначає співвідношення аудиторної та самостійної роботи. За навчальним планом обсяг освітньої складової - 58 кредитів (1740 год.): обов'язкові компоненти - 43 кредити (1290 год.), з них дисципліни - 37 кредитів (1110 год.), педагогічна практика - 6 кредитів (180 год.); вибіркові - 15 кредитів (450 год.). Аудиторні заняття становлять 480 год. (27,59%): 330 год. - обов'язкові дисципліни (116 год. лекцій, 214 год. практичних занять), 150 год. - вибіркові. На самостійну роботу, включно з практикою, передбачено 1260 год. (72,41%): 780 год. - обов'язкові дисципліни, 300 год. - вибіркові, 180 год. - педагогічна практика. Щотижневе аудиторне навантаження за 1-4 семестрами становить відповідно 14, 14, 13 і 7 год. Розподіл трудомісткості за окремими компонентами конкретизовано в навчальному плані з урахуванням змісту й очікуваних результатів навчання. За результатами опитування аспірантів ОНП «Маркетинг», було з'ясовано: обсяг навчального навантаження є незавищеним, розподіл між аудиторною та самостійною роботою є збалансованим, а час, виділений на самостійну підготовку та виконання практичних завдань, є оптимальним (https://surl.li/rxwzpu)

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» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ (кафедра менеджменту, маркетингу і туризму) забезпечується поєднанням прикладних дисциплін, наукових досліджень і педагогічної практики. ОК9 «Прикладні аспекти маркетингових досліджень» та ОК10 «Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій» спрямовані на дослідження ринку й аналіз даних, ОК11 «Стратегічний маркетинг-менеджмент» - на обґрунтування маркетингових рішень, ОК7 «Підготовка науково-інноваційних проєктів» - на проєктну діяльність. Це відповідає РН10–РН12 щодо доказових рішень, адаптивних моделей ринкової поведінки й застосування результатів досліджень. Наукова складова передбачає власне дисертаційне дослідження. За навчальним планом (https://surl.li/hdyplu) ОК12 «Педагогічна практика» є обов'язковою (6 кредитів ЄКТС, 180 годин, 8 тижнів у четвертому семестрі) та спрямована на набуття досвіду науково-педагогічної діяльності. ОНП передбачає практичні й кейсові завдання, захист дослідницьких проєктів, презентації розроблених моделей, майстер-класи фахівців і навчальні візити на підприємства. Положення про педагогічну практику оприлюднене в нормативній базі аспірантури (https://surl.li/dseyam). У ХНТУ діє «Положення про підготовку фахівців за дуальною формою здобуття освіти в ХНТУ» (https://surl.li/wkwrbw). Дуальна форма навчання за ОНП не застосовується.

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» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ формує компетентності, пов'язані з Цілями сталого розвитку (ЦСР) , проголошеними резолюцією ГА ООН № 70/1 та підтриманими Указом Президента України № 722/2019 (https://surl.li/wbbmoe). На рівні університету затверджено Стратегію сталого розвитку ХНТУ на 2026-2032 роки (https://surl.li/mwuzjl). Досягненню ЦСР 4 «Якісна освіта» сприяють ОК6 «Педагогіка та психологія у вищій освіті», ОК12 «Педагогічна практика» й РН09 щодо організації освітнього процесу. ЦСР 8 «Гідна праця та економічне зростання» і ЦСР 9 «Промисловість, інновації та інфраструктура» співвідносяться з ОК7 «Підготовка науково-інноваційних проєктів», ОК11 «Стратегічний маркетинг-менеджмент» та РН02, що передбачає розроблення інноваційних проєктів і розв'язання проблем маркетингу. Зв'язок із ЦСР 12 «Відповідальне споживання та виробництво» простежується в напрямах досліджень із соціально-етичного й екологічного маркетингу та СК09 - розробленні адаптивних моделей на засадах сталого розвитку і наукової етики. РН10 спрямований на доказове обґрунтування маркетингових рішень, РН11 - на оцінювання ефективності, ризиків і соціальної відповідальності моделей. ОК4 «Професійна етика та академічна доброчесність» закріплює етичні засади дослідницької діяльності. Міжнародна мобільність за програмою Еразмус+ на основі двосторонніх угод підтримує партнерську взаємодію (ЦСР 17).

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

Правила прийому на ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ є чіткими, зрозумілими, доступними для вступників, мають недискримінаційний характер та враховують особливості здобуття кваліфікації доктора філософії з маркетингу. Інформацію оприлюднено на офіційному сайті університету: Правила вступу до аспірантури ХНТУ (https://surl.li/zrrmkp), Програма вступного іспиту на ОНП «Маркетинг» (https://surl.li/keqgio). Вимоги до вступників передбачають наявність ступеня магістра (ОКР спеціаліста) та перевірку фахових компетентностей, необхідних для здійснення науково-дослідної діяльності у сфері маркетингу.

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

На ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ приймають осіб зі ступенем магістра (ОКР спеціаліста). Вступ регламентовано Правилами прийому до аспірантури ХНТУ (https://surl.li/zrrmkp). Заяви подають в електронній формі через особистий кабінет вступника; документи й дослідницьку пропозицію - відповідно до оприлюдненої інструкції ХНТУ. До вступних випробувань допускають осіб із результатом ЄВВ з методології наукових досліджень не менше 100 балів та ЄВІ 2023–2025 рр. не менше 150 балів за кожним компонентом. Конкурсний відбір враховує результати ЄВІ, ЄВВ, фахового іспиту й презентації дослідницької пропозиції чи досягнень. Вступники з іншої спеціальності складають додатковий фаховий іспит із результатом «склав» або «не склав». Програми основного й додаткового іспитів зі спеціальності D5 «Маркетинг» оприлюднено на сайті ХНТУ. Вони передбачають перевірку знань з маркетингових досліджень, комунікацій, товарної та цінової політики і готовності до дослідницької роботи. Програма та завдання для вступних випробувань розробляється гарантом та робочою групою ОНП, щорічно оновлюються з урахуванням змін в науковому середовищі, тенденцій економічного розвитку та пропозицій стейкхолдерів.

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?

Порядок визнання результатів навчання, здобутих в інших закладах вищої освіти, визначається нормативними

документами ХНТУ, зокрема: «Положенням про організацію освітнього процесу в ХНТУ» (розділи 8, 10) (http://surl.li/sfrvr); «Положенням про організацію освітнього процесу на третьому освітньо-науковому рівні вищої освіти у ХНТУ» (п. 14) (https://surli.cc/guknos); «Положенням про порядок формування та виконання індивідуального плану підготовки доктора філософії у ХНТУ» (п. 2.6) (https://surl.li/mevejh). Доступність процедури для всіх учасників освітнього процесу забезпечується відкритим оприлюдненням зазначених нормативних документів на офіційному вебсайті ХНТУ в розділі, присвяченому положенням, що регламентують організацію освітнього процесу (http://surl.li/einbj).

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

У звітному періоді офіційних звернень та заяв від здобувачів ОНП щодо реалізації права на академічну мобільність чи перезарахування результатів з інших ОНП не надходило.

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

Визнання результатів навчання, здобутих аспірантами ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ в неформальній та/або інформальній освіті, регулюється «Положенням про порядок визнання у Херсонському національному технічному університеті результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті» (https://surl.li/ujiihx). Процедура є добровільною, поширюється на нормативні освітні компоненти з другого семестру. Обсяг перезарахування, як правило, не перевищує 10% кредитів ОНП та 5 кредитів ЄКТС протягом навчального року. У перші 10 робочих днів семестру аспірант подає декану факультету заяву з підтвердними документами або описом результатів самоосвіти. Розпорядженням проректора з навчальної роботи утворюється предметна комісія за участю декана, гаранта ОНП та викладачів відповідної дисципліни. Комісія розглядає документи, проводить співбесіду, за потреби призначає контрольні заходи, екзамен чи залік і ухвалює рішення про повне, часткове визнання або відмову. Результати оформлюються документально; негативне рішення можна оскаржити шляхом подання апеляції ректору. Доступність процедури забезпечено оприлюдненням Положення на офіційному сайті ХНТУ в розділі «Положення, які регламентують освітній процес в ХНТУ».

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

Практики прийняті рішення щодо визнання результатів навчання отриманих у неформальній та/або інформальній освіті на ОНП не було.

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 «Маркетинг» (третій освітньо-науковий рівень) кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ здійснюється відповідно до Закону України «Про вищу освіту» (https://surl.li/pptqsl), стандарту спеціальності 075 «Маркетинг» (наказ МОН № 313 від 07.04.2022; (https://surl.li/ltoolg), Ліцензійних умов і положень ХНТУ, зокрема щодо організації освітнього процесу на третьому рівні (https://surl.li/ugyael). ОНП передбачає проблемно-орієнтоване й дослідницьке навчання, лекції, семінари, практичні заняття, самостійну роботу, індивідуальні консультації та електронне навчання в Moodle (https://mdl.kntu.net.ua). Дослідницькі й аналітичні завдання ОК5 сприяють опануванню методології, формулюванню гіпотез і критичному аналізу (РН01, РН03, РН06). ОК4 формує засади академічної доброчесності. Проєктна робота ОК7 розвиває здатність реалізовувати науково-інноваційні проєкти (РН02). Аналіз маркетингових ситуацій, опрацювання даних та моделювання в ОК8-ОК11 формують фахові й цифрові дослідницькі вміння (РН04, РН08). Підготовка доповідей і презентацій, мовна підготовка (ОК1, ОК2) сприяють науковій комунікації (РН07), а ОК6 та педагогічна практика (ОК12) - набуттю викладацьких компетентностей (РН05, РН09). ОНП забезпечена доступом до наукометричних баз (Scopus, WoS), цифровими платформами (Moodle, https://mdl.kntu.net.ua, Zoom) та мультимедійними засобами презентації результатів досліджень.

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?

На ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ студентоцентрований підхід реалізується через врахування дослідницьких інтересів аспірантів, вибір дисциплін та формування індивідуальної освітньої траєкторії відповідно до положень ХНТУ (https://surl.li/ilybcm; https://surl.li/pvncom). Самостійність і дослідницьку активність підтримують ОК5, ОК7 та ОК9-ОК10. ОК1 та ОК2 розвивають наукову комунікацію. ОК3 й ОК4 формують науковий світогляд та відповідальність. ОК8 та ОК11 забезпечують фаховий складник; ОК6 й ОК12 - педагогічний. ОНП «Маркетинг» передбачає проблемно-

орієнтоване й дослідницьке навчання, інтерактивні та мультимедійні лекції, семінари, практичні заняття, ситуаційні завдання, аналітичні доповіді, презентації, індивідуальні консультації й роботу в Moodle. Такі форми сприяють самостійності здобувачів, розвитку дослідницьких компетентностей і врахуванню тематики їхніх дисертацій. Зворотний зв'язок отримують шляхом анонімного онлайн-анкетування. Студентоцентрований підхід підкріплюється регулярним моніторингом задоволеності здобувачів (опитування розміщено на сторінці випускової кафедри ((https://surl.li/rxwzpu)) та на сторінці відділу «Аспірантура та докторантура ХНТУ» (https://surl.li/nxdrcv), результати яких безпосередньо впливають на оновлення змісту та методів викладання. Доступ до міжнародних баз (Scopus, WoS) та сучасного ПЗ надає аспірантам необхідний інструментарій для самореалізації.

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

Академічна свобода на ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ реалізується через самостійність здобувачів і НПП у межах ОНП та положень університету (https://surl.li/iggyvj; https://surl.li/rpqdbd). здобувачі вищої освіти обирають три вибіркові компоненти (15 кредитів ЄКТС), формують індивідуальний план з урахуванням теми дисертації; його погоджують із науковим керівником і гарантом та затверджують на вченій раді. ОК5 «Методологія та організація наукових досліджень», ОК9 «Прикладні аспекти маркетингових досліджень» і ОК10 «Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій» сприяють вибору методів дослідження, перевірці гіпотез та аналізу даних (РН03, РН08, РН10). ОК7 «Підготовка науково-інноваційних проєктів» та ОК11 «Стратегічний маркетинг-менеджмент» створюють основу для розроблення власних проєктів і маркетингових рішень. Викладачі обирають методи й навчальні матеріали в межах робочих програм; ОНП передбачає інтерактивні лекції, кейсові завдання, наукові дискусії, консультації та Moodle. Цифрові платформи (Moodle, Zoom) та доступ до баз Scopus/WoS надають свободу у виборі часу, місця та джерел для досліджень, що є фундаментом наукової автономії. Результати опитування http://surl.li/fpeoq, http://surl.li/sfsnf свідчать, що в ХНТУ забезпечуються принципи академічної свободи всіх учасників освітнього процесу (https://surl.li/rxwzpu).

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 про цілі, зміст, очікувані результати навчання, порядок і критерії оцінювання ОК на ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ надається системно через офіційний сайт, сторінки кафедри та аспірантури (https://surl.li/ocacqo, https://surl.li/qzamtv), он-лайн комунікації (https://surl.li/aaqvmw), Moodle (https://mdl.kntu.net.ua) та консультації викладачів. До початку навчання здобувачі можуть ознайомитися з ОНП і навчальним планом (https://surl.li/fnalko); зміст, завдання й оцінювання дисциплін конкретизовано в робочих програмах і силабусах (https://surl.li/imufye, https://surl.li/advjrw). На першому занятті викладач роз'яснює форми поточного контролю та повідомляє про розміщення силабусу, робочої програми й методичних матеріалів у віртуальному середовищі. Критерії оцінювання доводять протягом перших двох тижнів семестру. Надалі строки виконання завдань і вимоги до робіт уточнюють під час занять та індивідуальних консультацій. Процедури інформування й оцінювання регламентовані положеннями ХНТУ (https://surli.cc/bhwklr). Результати опитування здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (https://surl.li/tolytq) свідчать, що усім аспірантам в ХНТУ своєчасно надається доступна і зрозуміла інформація щодо цілей, змісту, програмних результатів навчання, порядку і критеріїв оцінювання в межах окремих дисциплін.

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

Поєднання навчання і досліджень на ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ є наскрізним принципом підготовки доктора філософії. За ОНП «Маркетинг» освітня складова становить 58 кредитів ЄКТС (43 обов'язкових і 15 вибіркових), тривалість підготовки - 4 роки. Навчальна та наукова складові інтегруються в індивідуальному плані здобувача, який погоджується з науковим керівником і гарантом ОНП та затверджується вченою радою. Індивідуальний план наукової роботи охоплює обґрунтування теми дисертації, визначення мети, завдань, гіпотез, методів, етапів дослідження, апробацію й оприлюднення результатів (https://surl.li/koopby). Вибір дисциплін дозволяє поглиблювати підготовку відповідно до дослідницьких інтересів аспіранта. Дослідницькі компетентності формуються послідовно: ОК3 «Філософія науки» й ОК4 «Професійна етика та академічна доброчесність» розвивають науковий світогляд та етичні засади досліджень; ОК5 «Методологія та організація наукових досліджень» сприяє опануванню методології, формулюванню й перевірці гіпотез; ОК7 «Підготовка науково-інноваційних проєктів» — набуттю навичок проєктної діяльності. Фахову підготовку забезпечують ОК8 «Сучасна парадигма маркетингу», ОК9 «Прикладні аспекти маркетингових досліджень», ОК10 «Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій» та ОК11 «Стратегічний маркетинг-менеджмент». Їхній зміст пов'язаний з аналізом ринкових даних, доказовим маркетингом і розробленням адаптивних моделей ринкової поведінки (РН03, РН06, РН08, РН10, РН11). Навчання на основі досліджень передбачає виконання ситуаційних і кейсових завдань, підготовку аналітичних доповідей, захист дослідницьких проєктів, презентацію результатів моделювання. ОК1 «Іноземна мова для академічних цілей» та ОК2 «Українська наукова мова» сприяють розвитку наукової комунікації (РН07); ОК6 «Педагогіка та психологія у вищій освіті» й ОК12 «Педагогічна практика» поєднують дослідницьку підготовку з набуттям викладацьких компетентностей (РН05, РН09). ОНП передбачає взаємодію аспірантів із науковими керівниками, участь у науково-дослідних темах, конференціях та підготовці публікацій. Ресурсне забезпечення програми охоплює Moodle, аналітичне ПЗ (SPSS, R, Python, Power BI) та наукометричні бази Scopus і Web of Science. Дослідницьке середовище кафедри представлене, зокрема, НДР «Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг» (№ 0121U111785, 2021–2025 рр.). Підсумком підготовки є самостійне наукове дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне й практичне значення, та публічний захист дисертації.

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

Викладачі ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ оновлюють зміст освітніх компонентів на основі власних наукових результатів, участі в НДР, професійного розвитку та сучасних практик маркетингу. Здобуті знання використовуються для перегляду наукових джерел, тематики лекцій, практичних кейсів, методів дослідження та завдань у межах відповідних ОК. Зв'язок наукового доробку НПП зі змістом дисциплін підтверджують конкретні публікації. Для ОК5 «Методологія та організація наукових досліджень» науково-методичним підґрунтям є праця В.В. Шукліної «Цілі розробки та коригування SMM-методології підприємства в цифровому середовищі», що стосується формування й удосконалення дослідницького інструментарію. Тематика ОК7 «Підготовка науково-інноваційних проєктів» оновилась завдяки дослідженням Н.В. Шандової «Концептуальні засади активізації інноваційної діяльності підприємств», а також завдяки її практичному досвіді менторства у проєкті UNIDO/ГЕФ. Для ОК8 «Сучасна парадигма маркетингу» джерелами оновлення стали публікації О.Є. Воскресенської «Social media marketing in the business interaction system of the enterprise» , «The evolution of marketing research in the context of digital transformation of society» та праця «Маркетинг впливу (influencer marketing) як ефективний інструмент формування споживчих переваг». Для ОК10 «Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій» джерелами оновлення стали дослідження Р.Н. Набоки «Ways to use artificial intelligence to improve the personalisation of marketing strategies and improve the effectiveness of communication with consumers», «Ключові аспекти застосування кореляційно-регресійного аналізу для проведення маркетингових досліджень» та «Аналіз використання Big Data у розробці ефективних маркетингових кампаній». Для ОК11 «Стратегічний маркетинг-менеджмент» його праця «Аналіз маркетингових стратегій, рекламних кампаній та методів збуту продукції з урахуванням ринкових тенденцій, споживчої поведінки та цінової політики» створила підґрунтя для опрацювання практичних ситуацій зі стратегічного управління. Зміст ОК також вдосконалюється завдяки підвищенню кваліфікації НПП кафедри: В.В. Шукліна опанувала програму «Міжнародний досвід використання штучного інтелекту в освітньому процесі» (60 год / 2 кредити ЄКТС, сертифікат № ES21885); О.Є. Воскресенська — «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» (120 год / 4 кредити ЄКТС, свідоцтво № 72) та «Соціально-відповідальний маркетинг для викладачів ЗВО» (180 год / 6 кредитів ЄКТС, свідоцтво № ADV 06-1003-MaSi); Р.М. Набока — «Маркетинг ІТ-продуктів» (60 год / 2 кредити ЄКТС, сертифікат № 018/0302-2025) та «Аналітика у продуктовому ІТ» (60 год / 2 кредити ЄКТС, сертифікат № 111/1107-2025). Також для оновлення змісту ОК використовуються ресурси електронного репозитарію ХНТУ (https://surli.cc/xxhcuf), Scopus і Web of Science.

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

Навчання, викладання й наукові дослідження на ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ пов'язані з інтернаціоналізацією через академічну мобільність, міжнародні освітні проєкти, стажування, наукові публікації та іншомовну комунікацію. ОНП передбачає міжнародну кредитну мобільність у межах Erasmus+ за двосторонніми договорами із закордонними ЗВО; порядок її реалізації регламентовано положенням ХНТУ (https://surl.li/btqreg). ОК1 «Іноземна мова для академічних цілей» забезпечує мовну підготовку аспірантів, а РН07 передбачає представлення результатів досліджень іноземною мовою та публікації в провідних міжнародних виданнях. Конкретними прикладами інтернаціоналізації є участь Р.М. Набоки в міжнародному проєкті Erasmus+ QUARSU щодо визнання кваліфікацій, А.В. Лебедєвої - у проєкті Erasmus+ MultiEd, В.В. Шукліної - у програмі підвищення кваліфікації з використання ШІ за участю Люблінського науково-технологічного парку (Польща). Науковий складник підтверджують публікації Р.М. Набоки й О.Є. Воскресенської у виданнях, індексованих Scopus. ОНП передбачає доступ до Scopus і Web of Science, що створює умови для залучення міжнародного наукового доробку до навчання та досліджень. Інформацію про міжнародні проєкти, мобільність і грантові можливості оприлюднено на сайті ХНТУ.

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?

Досягнення результатів навчання (РН) здобувачами ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ, що реалізується кафедрою менеджменту, маркетингу і туризму, визначається через систему поточного та семестрового контролю, оцінювання педагогічної практики й виконання наукової складової програми. Нормативною основою є ОНП «Маркетинг» (https://surl.li/qxkrde) ПУСТО і документи ХНТУ, зокрема Положення щодо освітнього процесу (https://surl.li/dscycb) та Положення про оцінювання навчальних досягнень (https://surl.li/gnxbmy). Форми й строки контролю передбачаються навчальним планом, а перелік завдань, критерії та розподіл балів конкретизуються в робочих програмах дисциплін і доводяться до відома аспірантів на початку їх вивчення. Відповідність завдань змісту освітніх компонентів та визначеним РН дає змогу оцінити не лише відтворення знань, а й здатність застосовувати наукові методи, працювати з даними, обґрунтовувати висновки та розв'язувати дослідницькі проблеми маркетингу. Поточне оцінювання здійснюється під час практичних і самостійної роботи. Відповідно до специфіки дисципліни застосовуються усні й письмові відповіді, тестування, практичні та ситуаційні завдання, аналітичні доповіді, презентації результатів досліджень і виступи на заняттях. Ці інструменти дозволяють простежити поступове набуття компетентностей, оцінити аргументованість дослідницьких рішень і якість виконання індивідуальних завдань. Семестровий контроль проводиться у формі екзамену або заліку

відповідно до навчального плану. Екзаменаційні завдання охоплюють теоретичні питання й практичні проблеми в межах робочої програми дисципліни та можуть виконуватися письмово або шляхом комп'ютерного тестування. Для дисциплін із заліком враховуються результати поточної роботи. Оцінювання результатів навчання здійснюється за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС та національною шкалою відповідно до нормативних документів ХНТУ. Сформованість педагогічних компетентностей перевіряється під час педагогічної практики та захисту звіту про її проходження. Виконання наукової складової відстежується через звітування й атестацію аспірантів, зокрема щодо проведених досліджень, участі в конференціях та підготовки публікацій. Підсумковою формою атестації за ОНП є публічний захист дисертації. Отже, взаємопов'язані результати контролю за дисциплінами, практичної підготовки та наукової роботи дають змогу встановити ступінь досягнення РН як за окремими освітніми компонентами, так і за програмою загалом.

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

Чіткість і зрозумілість контрольних заходів та критеріїв оцінювання аспірантів ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ забезпечуються нормативною визначеністю вимог, попереднім інформуванням і зворотним зв'язком. Усі форми контролю та критерії оцінювання зафіксовані в робочих програмах навчальних дисциплін та силабусах, які розміщені на офіційному сайті університету https://surl.li/fdiqaj, та на платформі дистанційного навчання Moodle https://mdl.kntu.net.ua/. Це дозволяє здобувачу заздалегідь ознайомитися з вимогами до кожної ОК ще до початку її вивчення. На першому занятті викладач повідомляє форми поточного контролю, а впродовж перших двох тижнів семестру доводить до відома здобувачів критерії оцінювання. Пояснюються вимоги до завдань, терміни їх виконання та порядок нарахування балів. Диференційовані критерії дають змогу оцінити змістовність наукових доповідей, якість аналізу й аргументованість висновків; результати контролю повідомляються аспірантам, передбачено консультації. Форми оцінювання педагогічної практики регламентуються «Положенням про педагогічну практику ХНТУ» https://surli.cc/gjeltw та Програмою педагогічної практики https://surl.li/exceuv.

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

Інформація про форми контрольних заходів і критерії оцінювання є доступною для здобувачів та відображається у навчальних планах, робочих програмах освітніх компонентів і силабусах (https://surl.li/nynrdl). НЕ ПРАЦЮЄ На початку кожного семестру, під час першого заняття, викладач ознайомлює здобувачів із формами контролю, критеріями оцінювання та порядком нарахування балів. Відповідна інформація також розміщується на інформаційних сайтах факультету та кафедри. Результати поточного контролю і кількість набраних балів доводяться до відома здобувачів у формах, передбачених «Положенням про організацію освітнього процесу на третьому рівні» (https://surl.li/euiqzn). Критерії оцінювання, затверджені кафедрою, доводяться до аспірантів упродовж перших двох тижнів семестру. Терміни заліково-екзаменаційних сесій установлюються графіком освітнього процесу аспірантури (https://surli.cc/rqmmem), а строки індивідуальних робіт визначає викладач. Результати поточного контролю повідомляються на останньому занятті. Додатковим каналом зворотного зв'язку є опитування здобувачів (https://surli.cc/zosofy).

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» третього (освітньо-наукового) рівня ХНТУ, що реалізується кафедрою менеджменту, маркетингу і туризму, відповідає Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» (https://surl.li/lgsxqj), затвердженому наказом МОН України від 07.04.2022 № 313. Відповідно до ОНП «Маркетинг» (https://surl.li/vyoqpq) атестація здійснюється у формі публічного захисту дисертації. Дисертаційна робота є самостійним дослідженням, спрямованим на розв'язання наукової задачі у сфері сучасного маркетингу або на межі спеціальностей. Її результати повинні характеризуватися науковою новизною, теоретичним і практичним значенням, становити оригінальний внесок у розвиток спеціальності та бути оприлюдненими в рецензованих наукових виданнях. Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фабрикації чи фальсифікації та підлягає оприлюдненню на сайті ХНТУ. Атестація здобувачів вищої
освіти ступеня доктора філософії здійснюється разовою спеціалізованою вченою радою на підставі публічного захисту наукових досягнень у формі дисертації. Нормативна база щодо вимог оформлення дисертації відображено на сторінці https://surl.li/whaivf.

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

Порядок проведення контрольних заходів за ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ регламентують Положення про організацію освітнього процесу в ХНТУ (https://surl.li/ursxdw) та Положення про організацію освітнього процесу на третьому рівні (https://surl.li/xrhgms). Особливості контролю виконання освітньої й наукової складових визначають також положення про формування та виконання індивідуального плану підготовки доктора філософії і про атестацію здобувачів ступеня доктора філософії, оприлюднені в нормативній базі аспірантури (https://surl.li/tclgea). Форми поточного й семестрового контролю передбачаються навчальним планом і конкретизуються в робочих програмах дисциплін та силабусах (https://surl.li/ehagwv). Нормативні акти доступні всім учасникам освітнього процесу на офіційному сайті ХНТУ; на сайті кафедри є розділ силабусів (https://surl.li/itvvyu) , а навчальні матеріали доступні зареєстрованим

користувачам Moodle (https://mdl.kntu.net.ua/). Форми контролю та критерії оцінювання роз'яснюють викладачі. Додаткові консультації надають науковий керівник, гарант ОНП, працівники відділу аспірантури та докторантури й викладачі дисциплін.

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

Об'єктивність оцінювання аспірантів ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ забезпечується завчасно визначеними критеріями, єдиною шкалою оцінювання та дотриманням принципів академічної доброчесності (https://surl.li/ztmaua) . Відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу на третьому рівні» (https://surl.li/bnlync) екзамени проводяться письмово за білетами або шляхом комп'ютерного тестування. Повторне складання для ліквідації академічної заборгованості здійснюється перед комісією, що обмежує суб'єктивний вплив окремого екзаменатора. Запобігання та врегулювання спірних ситуацій регламентує «Положення про політику та процедуру врегулювання конфліктних ситуацій у ХНТУ» (https://surl.li/wyeipu), а конфлікту інтересів — законодавство про запобігання корупції. Передбачено неформальне врегулювання суперечностей або подання письмової скарги з її розглядом відповідною комісією. Механізми подання, перевірки та розгляду звернень визначає «Порядок розгляду звернень» (https://surl.li/wazyly). За час дії ОНП «Маркетинг» оскарження процедури, результатів проведення контрольних заходів не було.

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів аспірантами ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ визначено «Положенням про організацію освітнього процесу на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти у ХНТУ» (https://surl.li/cbanbw). Процедура спрямована на забезпечення об'єктивності оцінювання та права здобувачів ліквідувати академічну заборгованість. Аспіранти, які отримали незадовільний результат семестрового контролю й не підлягають відрахуванню, можуть перескласти контрольні заходи за затвердженим графіком, якщо кількість заборгованостей не перевищує 50 % передбачених на семестр екзаменів і заліків. Екзамен або залік із дисципліни проводиться не більш як двічі: вперше - викладачем за розкладом семестрового контролю; вдруге - комісією з ліквідації академічної заборгованості. Склад комісії та графік її роботи затверджує проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків за поданням завідувача кафедри. Комісійне перескладання здійснюється письмово для комплексної перевірки знань і вмінь. Члени комісії фіксують оцінки та дату контролю на роботі аспіранта; результат є остаточним. Прикладом застосування встановленого порядку може бути повторне складання екзамену перед комісією за затвердженим графіком. За час дії ОНП «Маркетинг» повторне проходження контрольних заходів не здійснювалося.

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 аспірантами ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ визначено «Положенням про організацію освітнього процесу на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти у ХНТУ» (https://surl.li/fvakvj), зокрема пп. 9.6.19-9.6.21. У разі незгоди з оцінкою аспірант має право подати письмову апеляцію проректору з наукової роботи та міжнародних зв'язків. Проректор створює апеляційну комісію не пізніше наступного робочого дня після надходження заяви. До її складу, як правило, входять гарант ОНП, представники кафедри, профільний викладач і представник студентського парламенту або Ради молодих вчених. Комісія розглядає апеляцію в присутності здобувача не пізніше наступного робочого дня після подання. Оцінка за результатами розгляду може залишитися без змін або бути підвищеною, але не зниженою. Рішення фіксується в письмовій роботі та протоколі й повідомляється аспіранту. Звернення щодо порушень процедури можуть подаватися згідно з «Порядком розгляду звернень» (https://surl.li/mgupft). За період реалізації ОНП «Маркетинг» випадків оскарження процедури або результатів контрольних заходів не зафіксовано.

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

Політика, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності аспірантами ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ визначаються «Положенням про систему забезпечення академічної доброчесності у ХНТУ» (https://surl.li/byubxc) та «Положенням про організацію освітнього процесу на третьому рівні» (https://surl.li/bjrydg). Організаційні механізми запобігання порушенням, їх розгляду та відповідальності встановлює «Положення про Раду з академічної доброчесності та уповноважених осіб з питань академічної доброчесності ХНТУ». Правила застосування штучного інтелекту визначає «Політика використання систем штучного інтелекту в ХНТУ». Документи оприлюднені в реєстрі нормативної бази університету (https://surl.li/weccos). Запобігання академічному плагіату та перевірка письмових робіт здійснюються відповідно до нормативного забезпечення ХНТУ (https://surl.li/eaccuc). Для виявлення текстових запозичень використовується комплексна система перевірки письмових робіт (https://surl.lt/mtebvq). Моніторинг дотримання академічної доброчесності є складовою внутрішньої системи забезпечення якості освіти ХНТУ (https://surl.li/jgpzuv).

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

На ОНП «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня кафедри менеджменту, маркетингу і туризму ХНТУ для протидії порушенням академічної доброчесності передбачено використання загальноуніверситетської системи перевірки письмових робіт. Виявлення текстових збігів здійснюється із застосуванням платформи Anti-Plagiarism (https://surl.li/xdupch), до якої університет має онлайн-доступ за моделлю SaaS на умовах ліцензійної угоди. Перевірка робіт регламентується «Положенням про запобігання плагіату та забезпечення академічної доброчесності у навчальній роботі учасників освітнього процесу у ХНТУ» (https://surl.li/imdioj) та «Порядком застосування комплексної системи перевірки на наявність плагіату у 2025–2026 навчальному році» (https://surl.li/brdghb). Електронне зберігання та відкритий доступ до наукових і освітніх матеріалів забезпечує Інституційний репозитарій ХНТУ (https://surl.li/zzlaua), де створено розділ «Дисертації» (https://surl.li/pbehov). Технологічні засоби доповнюються індивідуалізацією завдань, поточним і підсумковим контролем, що сприяє запобіганню списуванню й несанкціонованим запозиченням.

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

У ХНТУ популяризація академічної доброчесності серед аспірантів ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму поєднує інформування про нормативні вимоги, навчально-методичний супровід і профілактику порушень. Здобувачів ознайомлюють із «Положенням про систему забезпечення академічної доброчесності у Херсонському національному технічному університеті» (https://surl.li/qzfhhd), правилами самостійного виконання робіт, цитування, оформлення посилань і декларування використання ШІ. Під час занять, консультацій та наукового керівництва розглядають принципи академічного письма, достовірності результатів досліджень і недопущення плагіату. Застосування комплексної системи перевірки письмових робіт регламентовано оприлюдненими документами (https://surl.li/kovcdq). Прикладом практичної популяризації стала участь аспірантів спеціальності «Маркетинг» і викладача кафедри у Всеукраїнському вебінарі 26.09.2025, присвяченому, зокрема, доброчесності досліджень та етичному використанню ШІ (https://surl.li/nzwqlr). Таким чином, популяризація академічної доброчесності поєднує нормативне інформування, навчання академічному письму та практичне застосування інструментів перевірки робіт.

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

Порядок реагування на ймовірні порушення академічної доброчесності здобувачами ОНП «Маркетинг» кафедри менеджменту, маркетингу і туризму визначають «Положення про систему забезпечення академічної доброчесності у Херсонському національному технічному університеті» (https://surl.li/rabunj) та «Положення про Раду з академічної доброчесності та уповноважених осіб з питань академічної доброчесності ХНТУ» (https://surl.li/oblzld). Повідомлення про можливе порушення реєструють, попередньо перевіряють і розглядають Радою або уповноваженою особою з дотриманням презумпції доброчесності, права на пояснення й оскарження рішення. Письмові, зокрема кваліфікаційні, роботи перевіряють на текстові збіги із застосуванням комплексної системи перевірки на плагіат (https://surli.cc/amyyfa). Залежно від установленого порушення передбачено попередження, незарахування роботи, повторне виконання завдання чи оцінювання, повторне проходження освітнього компонента, позбавлення академічної стипендії або відрахування. За наданими для самооцінювання відомостями, протягом реалізації ОНП «Маркетинг» випадків, що потребували застосування зазначених заходів, не зафіксовано.

6. Людські ресурси

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

Формування викладацького складу ОНП здійснюється у чіткій відповідності до нормативно-правових норм та вимог чинного законодавства України у галузі вищої освіти. Відповідність освітньої та/або професійної кваліфікації викладачів освітньому компоненту визначається, згідно п.37 Ліцензійних вимог, на підставі документів встановленого зразка про вищу освіту чи присудження наукового ступеня, або щонайменше п’ятьма публікаціями у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до міжнародних наукометричних баз Scopus, Web of Science Core Collection), протягом останніх п’яти років. Всі викладачі, які забезпечують освітній процес на ОП, відповідають вимозі про наявність не менше чотирьох досягнень у професійній діяльності за останні п’ять років, як передбачено п.38 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності (табл. 2). Оцінка відповідності науково-педагогічного працівника профілю ОК базується на інтегральному аналізі окреслених критеріїв, що гарантує високу якість освітнього процесу та гарантоване набуття здобувачами програмних компетентностей.

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

Процедури конкурсного відбору викладачів на ОНП є прозорими, недискримінаційними, дають можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної її реалізації та послідовно застосовуються в академічному середовищі ХНТУ. Відповідно до принципів кадрової політики ХНТУ «Положення про Конкурсну комісію щодо заміщення вакантних посад НПП ХНТУ» (https://lnk.ua/vCCexGP7y) та «Положення про порядок

проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП та укладання з ними трудових договорів (контрактів) ХНТУ» (https://lnk.ua/pW2kqbW1l). Рівень професіоналізму забезпечується відбором на основі аналізу переліку документів, встановлених Положеннями, а також показників професійної активності за пп. 37, 38 Ліцензійних умов. При цьому неприпустимі жодні обмеження за віком, статтю чи іншими ознаками. Ці правила єдині для всіх. Процедуру складають обов'язкові етапи, від подачі документів та розгляду на кафедрі, до фінального колегіального рішення таємним голосуванням Вченою радою ХНТУ. До уваги беруться звіт про навчальну, наукову, методичну, організаційну та виховну роботу, результати відкритого заняття (https://surl.gd/grtkfw), показники рейтингу НПП (https://surl.li/smbcyo). Протягом 2023-2026 р. відповідну процедуру пройшли 3 викладачі ОНП: проф. Шандова Н.В., доц. Набока Р.М., доц. Шукліна В.В. Конкурсні процедури є публічними та регламентованими, що забезпечує належний професійний рівень НПП, залучених до реалізації ОНП.

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 та експерти галузі залучаються до реалізації ОНП за кількома напрямами. Насамперед, участь роботодавців у освітньому процесі ХНТУ закріплена у Статуті (https://lnk.ua/NjHUrLsvr) та реалізується через Раду роботодавців (https://surl.li/eealih). Роботодавці беруть участь у проектуванні, щорічному перегляді та рецензуванні ОНП (Протокол №9 від 25.04.2025). В рамках меморандумів та угод про співпрацю (Компанія «Turbo Marketing», ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД», ТОВ «ЮГ-АГРОМАКС», ТОВ «АРТревел.кс», ТОВ «Діадема Д») роботодавці популяризують ОП, долучаються до проведення занять та захисту звітів з педагогічної практики (членом комісії був комерційний директор ТОВ «АГРІНА ТРЕЙД» Фалько О.В.). На ОПП аналізується зворотний зв'язок від здобувачів освіти щодо участі роботодавців (https://surl.lt/aobgqp). За результатами опитування здобувачів, залучення практиків дає відчутні результати: понад 80,0% опитаних підтвердили, що їхня підготовка відповідає сфері майбутньої професійної діяльності; близько 100,0% впевнені, що наповнення ОНП забезпечить їм успішне працевлаштування (https://surl.li/mijtdh).Такий підхід сприяє підвищенню прикладної орієнтації підготовки здобувачів. https://surli.cc/xnigkh

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

ХНТУ сприяє професійному розвитку викладачів, визнає право і обов'язок членів трудового колективу постійно підвищувати свій професійний рівень, кваліфікацію і педагогічну майстерність відповідно до «Положення про підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників ХНТУ» (https://surl.li/qtocyy) та згідно з Колективним договором ХНТУ (https://surl.li/kojtdy). Кожні 5 років весь НПП проходить підвищення кваліфікації в вітчизняних і закордонних закладах освіти. Підвищення кваліфікації та науково-педагогічне стажування НПП забезпечується керівництвом університету шляхом укладення угод про співпрацю з іншими ЗВО та установами. Результати підвищення кваліфікації враховуються під час обрання на посаду за конкурсом чи укладення трудового договору. Викладачі ОНП систематично проходять курси підвищення кваліфікації та наукове стажування (табл. 2), в т.ч. за кордоном. Як інструмент стимулювання професійного зростання використовується рейтингове оцінювання (https://surl.li/zyvkyj). Рейтинг генерує орієнтири для професійного зростання, високі бали в рейтингу враховуються при конкурсному відборі, є підставою для преміювання і мотивують до покращення показників професійної діяльності. За публікацію в Скопус премійована доц. Воскресенська О.Є. Сприяють професійному розвитку викладачів нематеріальні форми мотивування, такі як занесення на дошку пошани (https://surl.li/qefcnh), подяки і грамоти за досягнення (https://surl.li/crvold).

Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності

З метою заохочення розвитку викладацької майстерності, виявлення та підтримки креативних викладачів в ХНТУ у 2025 р. започатковано щорічний Конкурс інноваційного викладання серед НПП (Наказ ХНТУ №249 від 22.10.2026 р.); на офіційному сайті з метою громадського обговорення оприлюднено Положення про щорічний конкурс з інноваційного викладання. Розвитку викладацької майстерності сприяє участь викладачів ОНП в ГО Прогресильні, серед завдань якої - розвиток професійного потенціалу, визначення напрямку особистого професійного розвитку (https://surl.li/aakxny). Колективний договір (https://surl.li/gxbkac) надає соціальні гарантії, фінансову підтримку та гарантує виплату надбавок і премій за вагомі досягнення (захист дисертацій, отримання вчених звань, публікаційна активність). Для відзначення найкращих працівників діє Положення про порядок занесення на електронну дошку пошани ХНТУ (https://surl.li/bhxuyz). У 2023 р. тут було відзначено викладача ОНП доц. Набоку Р.М. (https://surl.li/wupdok). Функціонування інституціоналізованої системи публічного визнання та популяризації професійних досягнень виступає дієвим стимулом до безперервного саморозвитку викладацької майстерності НПП і сприяє трансферу передового науково-методичного досвіду в межах освітньо-наукової програми.

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-методичне забезпечення, фінансові та матеріально-технічні ресурси (програмне забезпечення,

обладнання, бібліотека, інша інфраструктура тощо) ОНП забезпечують досягнення визначених мети та програмних результатів навчання. Досягнення мети та ПРН забезпечується через синергію сучасної інфраструктури, фахового контенту та фінансової стабільності. Навчально-методичне забезпечення ОНП сформоване як цілісний комплекс цифрових та друкованих ресурсів, де кожен освітній компонент підкріплений дистанційним курсом на платформі Moodle https://mdl.kntu.net.ua/, що надають здобувачам необхідний методологічний інструментарій для розв'язання комплексних маркетингових проблем, що безпосередньо забезпечує досягнення результатів щодо здатності до наукового пошуку та автономної дослідницької діяльності. Інформаційні ресурси https://surl.li/pyjuys, репозитарій https://surl.li/aqtbnu та бібліотечний фонд, зокрема, доступ до міжнародних наукометричних баз Scopus та Web of Science, повнотекстова платформа (електронних книг) ScienceDirect забезпечують інтеграцію здобувачів у світовий науковий простір, що дозволяє досягти ПРН у частині вільного володіння сучасною термінологією, знання світових економічних трендів та здатності представляти результати своїх досліджень на міжнародному рівні. Фінансові ресурси закладу спрямовуються на створення стимулюючого середовища через підтримку мобільності, фінансування публікаційної активності та стале оновлення технологічної бази.

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

Викладачі та здобувачі мають безоплатний доступ до інфраструктурних та інформаційних ресурсів для навчання, викладацької та наукової діяльності в межах ОНП відповідно до законодавства. ХНТУ активно впроваджує новітні інструменти цифрової трансформації, можливості інституційної платформи електронного навчання (https://surl.li/apwoqu) та офіційних комунікаційних порталів (https://surl.li/ygwvqr). Здобувачі мають вільний безоплатний доступ до матеріально-технічного обладнання, швидкісної мережі Інтернет, фондів бібліотеки і платформи Springer Nature (https://surli.cc/fktykc). Задля безпечного здійснення освітньої діяльності в навчальному корпусі (ХНУ) функціонує облаштоване сховище, пристосоване для проведення аудиторних занять. В освітньому процесі для реалізації цифрової аналітики, моделювання та концептуалізації доказового маркетингу у межах ОНП використовується аналітичне та спеціалізоване ПЗ RStudio, Orange Data Mining, Jamovi, Draw.io, VOSviewer і Zotero; збір первинної інформації, аналіз поведінки користувачів та побудова інтерактивних дашбордів здійснюються за допомогою хмарних сервісів Google Forms, LimeSurvey, Google Analytics 4, Microsoft Clarity та Looker Studio. ПЗ за договором з ТОВ «Jsolutions»; інструменти автоматизованої двокрокової перевірки на академічну доброчесність Anti-Plagiarism/StrikePlagiarism (https://surl.li/wcfhmb). Відкритий доступ до міжнародних аналітичних баз Scopus, Web of Science та джерел відкритого доступу (https://surl.li/olagus).

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

ХНТУ забезпечує здобувачам безпечні та комфортні умови навчання відповідно до положень Статуту університету ((https://surl.li/cclznl) та встановленим вимогам технічної та санітарної безпеки. Самоврядування реалізує запити здобувачів у підготовці заходів (https://surli.cc/dhpjqg; (https://surl.li/jnvcik). Організація освітнього процесу супроводжується інструктажами з охорони праці, техніки безпеки та пожежної безпеки згідно з НД (https://surl.li/fehpvlm). У ХНТУ приділяється належна увага ментальному здоров'ю учасників освітнього процесу. Організовуються тренінги з розвитку психоемоційної стійкості, профілактики стресу та професійного вигорання. Функціонує психологічна служба (https://surl.li/twescn) Положення (http://surl.li/crhxgh); діє гаряча лінія з питань протидії булінгу та надання психологічної підтримки (http://surl.li/uiofrb). Для попередження конфліктних ситуацій і забезпечення дотримання принципів академічної доброчесності затверджено низку внутрішніх нормативних актів: Положення про політику та процедури врегулювання конфліктів (https://surl.li/nnmwvc), Порядок розгляду звернень здобувачів освіти (http://surl.li/agjcif) та Положення про запобігання сексуальним домаганням і дискримінації (https://surl.li/bghdpl). Для забезпечення зворотного зв'язку електронна форма звернень (http://surl.li/eimpw) для пропозицій, зауважень або скарг. Враховуються потреби осіб з інвалідністю та інших уразливих категорій здобувачів (https://surl.li/osmhmj).

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.

Освітню, організаційну, інформаційну, консультативну й соціальну підтримку забезпечують відповідні підрозділи ХНТУ, які мають ефективні механізми. Мобільний застосунок е-ХНТУ інформує про навчальні тижні, розклад занять і дзвінків, календарний план та інші актуальні для здобувачів дані (https://surl.li/ckesyl). У межах реалізації ОНП функціонує комплексна система підтримки здобувачів, спрямована на створення сприятливих умов навчання, професійного становлення та збереження фізичного й психічного здоров'я. Важливу роль у підтримці освітньої та наукової активності відіграють Наукове товариство студентів та аспірантів (https://surl.li/obedss), які залучають здобувачів до участі в дослідницькій діяльності, наукових конференціях та інших академічних заходах, сприяючи їх інтеграції в наукове середовище. Організація комунікації та інформаційного супроводу здійснюється із використанням сучасних цифрових інструментів, зокрема корпоративної електронної пошти, месенджера «Чат ХНТУ», платформи дистанційного навчання Moodle, електронної бібліотеки та інституційного репозитарію (https://surli.cc/hnbzdp), а також офіційних вебресурсів університету і кафедри (http://kntu.net.ua, https://surl.li/pjlasw) для постійного доступу до навчальних матеріалів, оперативного інформування та ефективної взаємодії між учасниками освітнього процесу. Здобувачі отримують індивідуальну підтримку з боку викладачів, адміністрації факультету та інших структурних підрозділів університету. Для оперативного зворотного зв'язку використовуються електронна пошта (https://surl.li/hazvyq), середовище Moodle (https://surl.li/judmdx) та групи у

месенджерах (https://surl.li/dkdlyt). Соціальна інфраструктура ХНТУ включає гуртожитки, медичний пункт і забезпечує доступність освітнього процесу для осіб з особливими освітніми потребами. Значна увага приділяється підтримці психоемоційного стану здобувачів: функціонують телефон довіри, скринька довіри та електронні сервіси психологічної допомоги (https://surl.li/whynzm). Університет організовує тренінги, семінари та інформаційні заходи з питань психічного здоров'я, стресостійкості та профілактики професійного вигорання. Результати регулярних опитувань свідчать про високий рівень задоволеності системою підтримки https://surl.li/vcgout; https://surl.li/awooka) і відсутність конфліктних ситуацій у процесі реалізації ОНП, що підтверджує ефективність комплексного супроводу учасників освітнього процесу.

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)

В ХНТУ освітні послуги здобувачам надаються на рівній основі, без дискримінації та з урахуванням індивідуальних особливостей навчально-пізнавальної діяльності. Діє план побудови безбар'єрного освітнього середовища (https://surl.li/udltyd) та є «Положення про надання здобувачам ХНТУ індивідуального графіка відвідування занять» (https://surl.li/eaevbl), що надає можливість навчатися за індивідуальним графіком студентам з обмеженими фізичними можливостями. ХНТУ створює достатні умови підтримки в освітньому процесі осіб з особливими освітніми потребами, з метою забезпечення їх права на освіту, поліпшення стану здоров'я та якості життя, сприяння розвитку особистості, підвищення рівня участі у житті громади. Умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами забезпечуються Статутом ХНТУ (https://surl.li/zoilex) п. 3.16.1. Для всіх здобувачів організовано індивідуальну та групову роботу на базі мережевих ресурсів ХНТУ https://surl.gd/xlytjb . Право на освіту особами з особливими освітніми потребами реалізується завдяки розробленому Порядку супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ХНТУ https://surl.li/jdehmv , в якому визначено дії працівників університету щодо забезпечення зручності та комфортності перебування в університеті особам, які потребують допомоги. На даний час особи з особливими потребами на ОНП не навчаються

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 ХНТУ політики запобігання корупції, цькування, дискримінації, сексуальних домагань та інших конфліктних ситуацій декларуються в Стратегії розвитку та інституційних політиках університету (https://surl.li/ydyszn). Антикорупційну політику оприлюднено на офіційному сайті ЗВО (https://surl.li/lkgjof), а її практична реалізація здійснюється відповідно до Антикорупційної програми ХНТУ на 2025–2028 роки (https://surl.li/ubdcyz) та плану загальних антикорупційних заходів (https://surl.li/bvdnwk). Програма передбачає оцінку корупційних ризиків, роз'яснення антикорупційного законодавства та механізми запобігання конфлікту інтересів. У межах протидії, запобігання та виявлення правопорушень функціонує згідно Положення Комісія з оцінки корупційних ризиків у діяльності ХНТУ (https://surl.li/gljokd . Відповідно до її регламенту проводиться ознайомлення стейхолдерів ОНП та вживаються заходи щодо недопущення хабарництва, поборів чи зловживання службовим становищем. Результати оцінки ризиків за участю Уповноваженої особи з питань запобігання та виявлення корупції Т. Драгомерецької (https://surl.li/vhfikv) висвітлюються на засіданнях Вченої ради (https://surl.li/zdkczw), а плани та звіти оприлюднюються на спеціалізованій сторінці «Антикорупція та доброчесність» (https://surl.li/bxlnrd). Політику та процедуру врегулювання конфліктних ситуацій затверджено Положенням (https://surl.li/aolzgf). Політику протидії булінгу врегульовано Порядком реагування на випадки цькування (https://surl.li/rdynqf) та Порядком застосування заходів виховного впливу (https://surl.li/rtiobh). У разі виявлення протиправних дій здобувач може подати звернення до адміністрації ЗВО. Норми професійної етики, порядок і заходи щодо вирішення конфліктів також деталізовано в Кодексі честі студента (https://surl.li/aqwokl) та у плані заходів, спрямованих на запобігання та виявлення корупції (https://surl.li/petyza). У разі виявлення здобувач може подати до адміністрації ЗВО. Норми професійної етики, дотримання академічної чесності, порядок і заходи щодо вирішення конфліктних ситуацій врегульовано в Положенні про систему забезпечення академічної доброчесності в ХНТУ (https://surl.li/rdcvzs) та Кодексі честі студента (https://surl.li/aqwokl) з планом заходів, спрямованих на запобігання та виявлення корупції (https://surl.li/petyza). Утворено Раду з академічної доброчесності ХНТУ https://surl.li/ljcaqz та затверджено її персональний склад та призначені Уповноважені осот ХНТУ (наказ №236 від 29.09.2026). Усі учасники ОНП згідно з цими НД мають право на захист честі та гідності від будь-яких форм експлуатації й насильства, а також на оскарження дій органів управління, посадових осіб, НПП і ПП у порядку, визначеному законодавством. В ХНТУ функціонує «скринька довіри», зазначено телефони гарячої лінії та діє Центр правової допомоги. За час існування ОНП випадків корупції, булінгу, дискримінації чи домагань не зареєстровано. Все свідчить про повну доступність цих політик для всіх учасників ОНП.

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 регулюються рядом

положень, зокрема:
«Положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти ХНТУ» (https://surl.lt/uxihvy), Положенням про освітні програми ХНТУ (https://surl.li/lqfwfw); Положенням про проектні і робочі групи освітніх програм ХНТУ (https://surl.li/szquzr); Положенням про гаранта освітньої програми ХНТУ (https://surl.li/fymbrt); Положенням про Центр забезпечення якості вищої освіти ХНТУ (https://surl.li/hcxaeh). Всі зазначені документи оприлюднені у відкритому доступі на офіційному вебсайті ХНТУ (https://surl.li/pixbnn).

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

Система внутрішнього забезпечення якості ХНТУ та Положення про освітні програми ХНТУ (https://surl.li/lqfwfw), передбачають щорічний моніторинг і перегляд ОНП з урахуванням актуальності їх змісту, результатів реалізації, тенденцій розвитку спеціальності, потреб ринку праці, змін нормативно-правової бази та пропозицій НПП, здобувачів, випускників і роботодавців. За результатами перегляду ОНП може бути оновлена, модернізована або продовжена на наступний навчальний рік без змін. ОНП «Маркетинг» систематично оновлювалася. Протягом 2023-2025 р. еволюція програми полягала у переході від початкової структури 2023 р. (50 кредитів ECTS із загальним навантаженням обов'язкових компонентів 35 кредитів ECTS) до оновленого формату 2024–2025 р. (збільшення загального обсягу освітньої складової до 58 кредитів, розширенням обов'язкових компонентів до 43 кредитів, введення ОК2 «Українська наукова мова», збільшення обсягу педагогічної практики з 3 до 6 кредитів та підвищення ваги фахових дисциплін до 4 кредитів кожна), що забезпечило посилення мовної, педагогічної й базової фахової підготовки здобувачів. Галузь знань приведено у відповідність до оновленого ДК та змінено на D «Бізнес, адміністрування та право» задля дотримання ліцензійних умов.
Модернізація ОНП у редакції 2026 р. суттєво змінила розподіл кредитів та зміст ОК з метою фокусування на прикладних дослідженнях і засадах доказового маркетингу та застосуванні цифрової аналітики для розробки адаптивних моделей ринкової поведінки. Обсяг загальнонаукових та мовних компетентностей скорочено з 8 до 6 кредитів. Введено ОК2. «Філософсько-світоглядні засади сучасної науки й цивілізації» (4 кредити ECTS) для поглиблення методологічної та світоглядної підготовки. Складова універсальних навичок за обсягом збільшено з 10 до 12 кредитів. Впроваджено обов'язкові ОК3 «Застосунки цифрової науки у наукових дослідженнях» (2 кредити) та ОК5 «Управління науковими проєктами» (2 кредити). Додано наскрізні компоненти ОК6 «Виконання дисертаційного проєкту» (2 кредити) та ОК7 «Аспірантський методологічний семінар» (2 кредити). Упровадження цифрових інструментів підкріплює використання сучасної аналітики (СК10, ПРН10), розвиток навичок проєктного менеджменту для супроводу науково-інноваційних ініціатив (СК10), семінар і проєктні сесії гарантують систематичну апробацію та висвітлення результатів досліджень (ПРН12). За складовою глибинних знань навантаження оптимізовано з 16 до 15 кредитів ECTS та переорієнтовано на здатність до адаптивного моделювання доказового маркетингу (СК10), створення авторських концепцій та їх інтеграції в практику й навчальний процес (ПРН10–ПРН12). Загальний обсяг обов'язкових ОК зменшено з 43 до 41 кредиту ECTS, збалансувавши аудиторне навантаження на користь індивідуальної науки. Водночас вибіркову частину укрупнено за запитом здобувачів (ОК по 7 кредитів ECTS) для забезпечення індивідуальної траєкторії здобувачів у межах обраної унікальної наукової ніші (протокол №9 від 25.04.2025 р.).

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 вищої освіти залучені до процесу періодичного перегляду ОНП та інших процедур забезпечення її якості. Входять до складу Вченої ради факультету Міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу, Вченої ради ХНТУ, де відбувається погодження ОНП. Також процедурами залучення здобувачів до процесу періодичного перегляду ОНП та інших процедур забезпечення її якості є анонімне анкетування та колективне обговорення (https://surl.li/yrzrwk). На ОНП застосовується системний підхід: анкетування на рівні університету https://surl.li/apxvsn та членами робочої групи https://surl.li/juakop. Висновки за результатами моніторингу ОНП, зауваження та пропозиції щодо внесення змін або їх перегляду розглядаються й ухвалюються вченою радою ХНТУ. За пропозицією здобувача Іващенко С. оптимізували обсяг вибіркових ОК для забезпечення індивідуальної траєкторії наукового пошуку здобувача з обсягом по 7 кредитів кожна (https://surl.li/hocyeh) (протокол №9 від 25.04.2025 р.). Також під час особистої комунікації із гарантом, науковими керівниками, під час проходження проміжної і річної атестації (https://surl.li/ffcewe; https://surl.li/uvbkjv), участі у заходах науково-практичного характеру (https://surl.li/lyiyrh ; https://surl.li/zusswx) здобувачі активно надають пропозиції. Всі здобувачі вищої освіти мають можливість надавати свої пропозиції щодо змісту проєкту ОНП (https://surl.li/mkzfuc).

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

Участь студентського самоврядування у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОНП має системний та дієвий характер. Відповідно до студентоцентрованого підходу – ЗВО є ключовими суб’єктами освітнього процесу ОНП, які співпрацюють із робочою групою та гарантом. Статутом ХНТУ (https://surl.li/lqqgvg) визначається і регулюється діяльність органів студентського самоврядування: Конференція студентів, Студентський парламент, сектори студентського самоврядування та студентська виборча комісія. Згідно Положення про органи студентського самоврядування ХНТУ (https://surl.lt/iqfdar) та «Положенням про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти ХНТУ» (https://surl.li/wibrgv) вони здійснюють представництво та безпосереднє прийняття рішень, участь у щорічному моніторингу та опитуваннях, ініціювання змін до ОНП. Освітньо-науковий сектор самоврядування забезпечує участь ЗВО у системі внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, взаємодіє з адміністрацією з цих питань. Студентське самоврядування є повноцінним партнером в усіх процесах забезпечення якості в ХНТУ.

Представники студентського самоврядування входять до складу Вченої ради факультету і університету (https://surl.li/bxnsbm), на яких періодично розглядаються питання внутрішнього забезпечення якості ОНП. Рада молодих учених ХНТУ (https://surl.li/klsncp) узагальнює зауваження та пропозиції здобувачів щодо організації освітнього процесу і звертається до Вченої ради ХНТУ з пропозиціями щодо їх вирішення.

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

У ХНТУ діє Рада роботодавців (https://surl.li/saiqfx), укладено меморандуми про партнерство. В межах укладених договорів реалізуються такі форми співпраці з роботодавцями, як: експертиза ОНП (https://surl.li/xdrlcw); проведення спільних засідань проєктної групи щодо обговорення змісту та тематичних зустрічей з досвідченими фахівцями – керівниками служб підприємств-роботодавців (https://surl.li/nodnyd), спікерами щорічної науково-практичної конференції кафедри «Професійне становлення молоді в умовах інтеграційного розвитку України» (https://surl.li/eiyons). Пропозиції роботодавців збираються шляхом отримання відгуків, участі в засіданнях кафедри, участі у Раді роботодавців Університету, конференціях, гостьових лекціях тощо. За підсумками зустрічей з роботодавцями внесено зміни в склад освітніх компонент (введено ОК3 «Застосунки цифрової науки у наукових дослідженнях») (протокол №9 від 25.04.2025 р.), враховано пропозиції щодо набуття навичок адміністрування проєктів для супроводу науково-інноваційних ініціатив.

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

У ХНТУ функціонує комплексна система моніторингу працевлаштування випускників, яка координується навчально-методичним відділом, який цілеспрямовано супроводжує кар'єрне становлення здобувачів і випускників, партнерство з бізнесом, організовує ярмарки вакансій, презентації підприємств, виробничі екскурсії, тренінги та відкриті лекції . Зібрані дані про кар'єрні траєкторії випускників ретельно аналізуються для оцінки відповідності набутих компетентностей потребам ринку праці та вимогам роботодавців. Робоча група та кафедра регулярно обговорюють результати цього аналізу на засіданнях, отримані висновки та рекомендації враховуються при подальшому оновленні ОНП. Зазначена практична діяльність повністю відображає Положення про організацію освітнього процесу в ХНТУ (http://surl.li/einbj), яке закріплює обов'язкове залучення випускників і ринку праці до забезпечення якості ОНП та коригування освітньої політики відповідно до актуальних трендів. На кафедрі менеджменту, маркетингу і туризму побудовано неперервний комунікативний зв'язок із випускниками задля моніторингу та обміну досвідом. Відкриті дані про працевлаштування та досягнення випускників кафедри публічно представлені на (https://surl.lt/exkasm). Залучення випускників до академічного процесу носить системний характер, забезпечуючи прозорість процедур внутрішнього забезпечення якості та постійне вдосконалення ОНП на основі реального досвіду

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

Система забезпечення якості в ХНТУ здатна вчасно реагувати на результати моніторингу ОНП та/або освітньої діяльності з її реалізації, зокрема здійснений через опитування заінтересованих сторін. Моніторинг системи забезпечення якості освіти ХНТУ (https://surl.li/xlohzp) передбачає процедури забезпечення якості за час реалізації ОНП. Моніторинг ОНП здійснюється на рівні робочої групи спільно з гарантом ОНП, випускової кафедри, деканату та загально університетському рівнях, що дає можливість гарантувати відповідність надання освітніх послуг і формує сприятливі умови для здобувачів. У ХНТУ існує практика проведення різного формату опитувань (анкетувань) з метою виявлення рівня задоволеності здобувачів якістю ОНП, а саме змістовним наповненням, ефективністю викладання освітніх компонент, забезпеченістю навчально–методичними та сучасними матеріально–технічними ресурсами. Результати анкетування здобувачів (https://surl.lt/bagnau; https://surl.li/yvrawb) затверджуються і оприлюднюються. З метою виявлення недоліків в ОНП та забезпечення можливості внесення змін до неї проводиться анкетування здобувачів про якість освітнього процесу (https://surl.li/yggmes, https://surl.li/vpzngm) результати яких аналізуються гарантом, викладачами та завідувачем кафедри, науково-методичною радою факультету, науково- методичною радою ХНТУ, що дозволяє формувати системні заходи для підвищення якості освітньої діяльності, впровадження нових освітніх компонент і методів навчання. Реагування на будь які недоліки в ОНП та/або освітній діяльності з її реалізації, що виявляються у ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості, здійснюється згідно Положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти ХНТУ (https://surl.li/jwhxkh). За час реалізації ОНП зауважень у ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості зафіксовано не було. Доказом дієвості цього механізму є практичне оновлення ОНП у 2026 році. Унаслідок публічних обговорень і перегляду запитів стейкхолдерів інтегровано ОК: ОК2. «Філософсько-світоглядні засади сучасної науки й цивілізації», ОК3 «Застосунки цифрової науки у наукових дослідженнях», ОК5 «Управління науковими проєктами», ОК6 «Виконання дисертаційного проєкту», ОК7 «Аспірантський методологічний семінар»; оптимізовано кредитне навантаження на обов'язкові і вибіркові ОК (https://surl.li/fgshtg). Це переконливо доводить, що думка заінтересованих сторін трансформується у реальні структурні та змістові зміни.

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?

Результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти є обов'язковими для модернізації ОНП «Маркетинг».

Оновлена редакція ОНП за новою класифікацією спеціальності D5 «Маркетинг» набула чинності 01.09.2025 (затверджена протоколом №12 від 05.06.2025). Прямих зауважень, приписів органів контролю за дотриманням ліцензійних умов або скарг фізичних чи юридичних осіб щодо діяльності за цією програмою не надходило. Водночас робоча група під керівництвом гаранта ОНП системно аналізує рекомендації та зауваження, наведені у звітах експертних груп і висновках НАЗЯВО за результатами акредитацій інших освітньо-наукових програм ХНТУ та споріднених програм зі спеціальності «Маркетинг» провідних ЗВО України. Це дозволило реалізувати низку якісних змін під час оновлення ОНП у 2026 році: посилено дослідницький фокус і мінімізовано дублювання ОК другого (магістерського) рівня; інтегровані сучасні маркетингові тренди в зміст дисциплін за рахунок включення тем з MarTech, Marketing Analytics, AI в маркетингу та поведінкової економіки; введено в перелік вибіркову дисципліну «Стратегічний брендинг суб'єктів глобального ринку» з суміжної галузі; удосконалено механізм зворотного зв'язку (анкетування) зі здобувачами («виявлено — змінено»); інституціоналізовано заходи з доброчесності впровадженням двокрокової системи; підсилено галузеву унікальність фокусуванням підготовки на розробці адаптивних моделей ринкової поведінки.

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

У ХНТУ функціонує система забезпечення якості вищої освіти (https://surl.li/vorykh) відповідно Закону України «Про вищу освіту». Згідно з «Положенням про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти ХНТУ» (https://surl.li/qlruux), представники академічної спільноти (АС) беруть системну участь у процедурах внутрішнього моніторингу та вдосконалення ОНП на різних рівнях управління. АС, яка залучена до процедур внутрішнього забезпечення якості ОНП, складається з ЗВО партнерів ХНТУ та ЗВО-партнерів міжкафедральної співпраці з Державним університетом інтелектуальних технологій і зв'язку, Державним торговельно-економічним університетом, Національним технічним університетом України «КПІ імені Ігоря Сікорського», Хмельницьким національним університетом. Академічна спільнота бере активну участь у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОНП, здійснюючи експертизу ОНП (https://surl.li/smmyir), обговорюючи ОНП і НП. Колегіальний розгляд пропозицій учасників освітнього процесу здійснюється Науково-методичною радою та Вченою радою ХНТУ (https://surl.li/jbqekv). Питання змістового наповнення освітніх компонент систематично вивчаються на науково-методичній раді факультету, засіданнях робочих груп, кафедри. Для належного внутрішнього забезпечення якості ОНП відбувається безперервний професійний розвиток викладачів (https://surl.li/pcgfxb); комплекс науково-методичних заходів різного рівня, участю у тематичних онлайн-конференціях (https://surl.li/eiqkcd).

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

У межах реалізації ОНП формується системна культура якості освіти, що базується на принципах професійної відповідальності, прозорості, академічної доброчесності та безперервного вдосконалення освітнього процесу. Нормативною основою якої є Положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти (https://surl.li/ysfynp) та Положення про запобігання плагіату і забезпечення академічної доброчесності в навчальній і науково-дослідній діяльності (https://surl.li/iobqgm), що регламентують дотримання етичних стандартів, відповідальність учасників освітнього процесу, об'єктивність оцінювання та механізми запобігання академічним порушенням. Розвиток культури якості забезпечується через функціонування внутрішньої системи моніторингу, до якої залучені гарант ОНП, проєктна група, кафедра, Центр забезпечення якості освіти, здобувачі та роботодавці, що дозволяє здійснювати постійний аналіз і вдосконалення освітнього процесу з урахуванням різних векторів сприйняття. Важливим чинником підтримки культури є безперервний професійний розвиток НПП, що регламентується Положенням про підвищення кваліфікації НПП ХНТУ (https://surl.li/arfyyt) та сприятлива надихаюча академічна атмосфера, яка заохочує до творчого пошуку, відкритих дискусій, взаємної підтримки, академічної свободи та неперервного обміну передовим досвідом між викладачами і здобувачами

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 регулюються наступними нормативними документами ХНТУ: Статут ХНТУ (https://surl.li/wcjmwu); Колективний договір ХНТУ (https://surl.li/zrpllx), Положення, які регламентують освітній процес в ХНТУ (https://surl.li/kdvmgl), Положення про структурні підрозділи та дорадчі органи ХНТУ (https://surl.li/wydvcp), Правила внутрішнього розпорядку (https://surl.li/ckukpi), Положення про конкурсну комісію щодо заміщення вакантних посад науково-педагогічних працівників ХНТУ (https://surl.li/ezhhtz), Положення про студентське самоврядування (https://surl.lt/zovnoj), Кодекс честі студента ХНТУ (https://surl.li/rgvyso), Положення про систему забезпечення академічної доброчесності у ХНТУ (https://surl.li/kjweff), Положення про політику та процедуру врегулювання конфліктних ситуацій в ХНТУ (https://surl.li/guoinz).
Вся інформація щодо електронного навчання у системі Moodle ХНТУ знаходиться за посиланням (https://surl.li/guoinz) . Вільний доступ всіх учасників освітнього процесу до усіх документів забезпечується на офіційному сайті ХНТУ (http://kntu.net.ua).
Про розробку, впровадження та затвердження цих документів чи внесення змін до них відбувається систематичне та своєчасне інформування здобувачів вищої освіти, НПП та стейкголдерів.

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

https://surl.li/yjhrgb

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

Інформація про ОНП у обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства, оприлюднена у відкритому доступі на офіційному сайті ХНТУ (https://surl.li/ovhzyq).

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

Змістове наповнення ОНП (https://surl.li/slzqkc) забезпечує синергію фундаментальних знань із прикладними методами академічного пошуку. Її структура відповідає вимогам НРК (8 рівень) (https://surl.li/vdxxds) та Стандарту вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг» освітньо-наукового рівня (https://surl.li/obdfgk), що передбачають новітні методи ідентифікації наукових проблем і добору дослідницького інструментарію у галузі маркетингу та інноваційному пошуку з оприлюдненням у наукових статтях і дисертаційній роботі. Програма гармонізує науково-дослідницьку, фахову та педагогічну підготовку здобувачів. ОК: ОК5 Методологія та організація наукових досліджень, ОК9 Прикладні аспекти маркетингових досліджень, ОК11 Маркетингова аналітика на основі сучасних ІТ, ОК7 Підготовка науково-інноваційних проєктів формує компетентності, пов'язані з етапами реалізації і обґрунтування наукових й прикладних проєктів у сфері маркетингу, що відповідає сучасним вимогам до інноваційної діяльності. За результатами вивчення ОК6 Педагогіка та психологія у вищій школі та проходженню педагогічної практики (ОК12), здобувачі формують компетентності для ефективного здійснення викладацької діяльності у ЗВО. Програма забезпечує можливість індивідуального вибору дослідницького напряму в межах широкого спектра тем (https://surl.li/wmmacc), що дозволяє зосередитися на найбільш актуальних, а зміст вибіркових компонентів (https://surl.li/xgrvdy) дозволяє поглибити знання в обраному напрямі.

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

На ОНП наукова діяльність аспірантів відповідає напряму досліджень наукових керівників. Згідно Положення про наукового керівника/консультанта ступеня доктора філософії/доктора наук у ХНТУ (https://surl.li/kinorh) вибір наукового керівника здійснюється з урахуванням його наукового доробку, публікаційної активності та НДР. Теми дисертацій здобувачів ОНП затверджуються ВР ХНТУ (https://surl.li/ltevml) після підтвердження того, що обраний напрямок дослідження інтегрований у межах загальної наукової тематики випускової кафедри. Теми наукових досліджень аспірантів ОНП визначаються у межах актуальних наукових проблем маркетингу, які відповідають науковим інтересам і публікаційній активності керівників (https://surl.li/meogpr). Такий підхід дозволяє здобувачам інтегруватися в існуючі дослідницькі проєкти кафедри, працювати над темами, які вже мають наукове підґрунтя (https://surl.li/tttbbw). Залучення здобувачів до НДР кафедри, підготовки спільних наукових публікацій, їхня участь у конференціях та семінарах є формою практичної реалізації наукової взаємодії здобувача і керівника. Спільні публікації аспірантів з керівниками (https://surl.li/tnposk) мають один об'єкт дослідження та відрізняються предметом, що дозволяє здобувачу зосередитися на власному науковому завданні та сформувати результати з високою новизною. Систематичний моніторинг публікаційної активності керівника за напрямом дисертації у звітній документації кафедри забезпечує належну якість наукового супроводу здобувача.

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

Здатність формувати разові спеціалізовані вчені ради для атестації здобувачів ступеня доктора філософії за ОНП забезпечується кадровим потенціалом трьох кафедр факультету міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу, науково-дослідного сектору ХНТУ і підтверджується наявністю трьох докторів наук: д.філос.н. Берегова Г.Д., д.е.н. Джерелюк Ю.О., д.е.н. Шандова Н.В. НПП мають високу публікаційну активність, в т.ч. у виданнях, що індексуються у Scopus та WoS. Всі науковці активно презентують результати на міжнародних конференціях, мають широку академічну мережу партнерства, що охоплює наукові установи та ЗВО України, країн ЄС. На ОНП є позитивний досвід д.е.н. Шандової Н.В. як голови разових спеціалізованих вчених рад PhD з економіки та менеджменту: здобувачів Осадча Т. та Билим О, які захистили дисертації у 2026 та 2021 р. (https://surl.li/lwauna; https://surl.li/kcdhwr). Інформація кафедри про можливих членів Разових спеціалізованих вчених рад

(https://surl.li/iczwje), надає змогу ефективно формувати їх склад, здійснювати вибір опонентів та рецензентів. Здатність ХНТУ формувати разові спеціалізовані вчені ради для атестації аспірантів (https://surl.li/pihzzc) забезпечується нормативною базою (https://surl.lt/ufitvm), в т.ч. Положенням про порядок присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення (https://surl.li/ejrmdb).

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).

ХНТУ системно та повною мірою забезпечує належні організаційні, інфраструктурні та матеріально-технічні умови для проведення наукових досліджень і апробації результатів здобувачів ступеня доктора філософії. Щорічно випусковою кафедрою проводяться науково-практичні конференції в т.ч. для аспірантів (https://surl.lt/hvagma), а також на факультеті проводяться міжнародні та всеукраїнські наукові заходи за спорідненими спеціальностями з представленням секцій маркетингового спрямування. Університет надає аспірантам можливість під керівництвом наукових керівників брати участь у розробці наукових тем кафедри, госпдоговірних проєктів на замовлення стейкголдерів (https://surl.li/dxfyph). Результати напрацювань у межах НДР кафедри держреєстрація №0121U111785, 2021-2025 рр. Здобувачі апробують на щорічній науково-практичній конференції та публікують у її матеріалах (https://surl.li/xxnquf). Університет надає можливість здобувачам публікувати результати досліджень у періодичному науковому виданні категорії Б «Вісник Херсонського національного технічного університету» (Наказ МОН України від 17.03.2020 № 409) https://surli.cc/kwlszf. Публікація тез доповідей на конференціях кафедри, факультету, оформлення статей на кафедрі відбуваються на безоплатній основі. Бібліотека університету надає для здобувачів постійний безкоштовний доступ до наукометричних баз Scopus і Web of Science https://surl.li/tvevfh); до наукових та освітніх матеріалів в репозитарії ХНТУ (https://surl.li/dtdhov).

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

ХНТУ системно інтегрує здобувачів ОНП до міжнародної академічної спільноти через організаційну та інформаційну підтримку. Відділ з навчально-наукової роботи і міжнародної діяльності в структурі Університету забезпечує розширення й поглиблення міжнародних зв'язків академічної спільноти, сприяє залученню здобувачів до міжнародної взаємодії у сфері освіти та науки. Реалізація Стратегії інтернаціоналізації передбачає залучення здобувачів до міжнародних дослідницьких проєктів (https://surl.li/tylqdw), стажувань та академічної мобільності (https://surl.li/kziqur), міжнародних програм партнерів (https://surl.li/jymiju). Здобувачі долучилися до лекцій професора глобальної безпеки Марка Сигел (Dr. Marc Siegel) Державного Університету Сан-Дієго (San Diego State University, USA) (https://surl.li/jkusta). Завдяки членству НПП і кафедри в Українській асоціації маркетингу (УАМ), яка об'єднує професійну спільноту дослідників та маркетологів за участю міжнародних партнерів і є членом світових професійних інституцій, здобувачі мають можливості залучитися до міжнародних дослідницьких проєктів, панельних дискусій та майстер-класів іноземних експертів https://surl.li/szhczu; https://surl.li/hypvfr. Здобувачі під егідою УАМ беруть участь у міжнародних наукових заходах від European Advertising Standards Alliance (EASA), European Marketing Confederation (EMC) мають доступ до аналітичних звітів та консультаційного супроводу для публікації у виданнях, що індексуються у Scopus та Web of Science.

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

НПП кафедри менеджменту, маркетингу і туризму активно розширюють міжнародне співробітництво через розробку та подання грантових заявок за програмою Erasmus+. Це сприяє формуванню стійких міжнародних дослідницьких груп для спільного проведення наукових пошуків, обміну емпіричними даними та підготовки публікацій у виданнях Scopus/WoS. Наукові керівники аспірантів є керівниками та/або виконавцями кафедральних бюджетних науково-дослідних проєктів: Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг (№ 0121U111785) (https://surl.li/llfwit); Соціально-економічний розвиток регіонального бізнес-середовища на засадах туристичного пріоритету СМАРТ-спеціалізації території (№0120U103700) (https://surl.li/jsxsmf); Розроблення механізму управління інноваційно-інвестиційними екосистемами в умовах міжнародної інтеграції (№0121U111055) (https://surl.li/pfwvxk) та досліджень в межах ініціативних тем та госпдоговірних робіт. Завідувач кафедри, доц. Набока Р.М. приймав участь у міжнародному освітньому проєкті ERASMUS+ «QUARSU» «Qualifications Recognition Support for Ukrainian Universities» (https://surl.li/zltbmj). Професор кафедри Корчевська Л.О. приймала участь у міжнародному освітньому проєкті «Регіональний акселератор GCIP» від ООН з промислового розвитку UNIDO (https://surl.li/cyuqgh).

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

ХНТУ забезпечує дотримання академічної доброчесності у професійній діяльності наукових керівників та аспірантів ОНП через комплексний механізм нормативного регулювання, превентивних заходів та автоматизованого контролю. Фундаментом інституційної системи є: Положення про систему забезпечення академічної доброчесності в ХНТУ (https://surl.li/gtxwmg), «Положення про Раду з академічної доброчесності та уповноважених осіб з питань

академічної доброчесності ХНТУ», «Політика використання систем штучного інтелекту в ХНТУ». Документи оприлюднені в реєстрі нормативної бази університету (https://surl.li/weccos). Запобігання академічному плагіату та перевірка письмових робіт здійснюються відповідно до нормативного забезпечення ХНТУ (https://surl.li/eaccuc). Для виявлення текстових запозичень функціонує двокрокова система перевірки (https://surl.li/gpfhqb). Координацію роботи, постійний моніторинг і розгляд звернень забезпечує Рада з академічної доброчесності ХНТУ (https://surl.li/pjixam; https://surl.li/tedkkr). Політика академічної доброчесності є складовою внутрішньої системи забезпечення якості освіти (https://surl.li/zyxghd). Проводяться семінари (курси) з авторського права, запобігання фальсифікації даних та етичного використання інструментів ШІ. Дотримання принципу академічної доброчесності є складовою культури якості освітньо-наукової діяльності учасників Програми, що об'єднує аспірантів і викладачів навколо спільних цінностей чесності, прозорості та відповідальності.

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

ХНТУ вживає системні заходи для унеможливлення здійснення наукового керівництва особами, які вчинили порушення академічної доброчесності. Всі наукові керівники ознайомлені з Положенням про систему забезпечення академічної доброчесності в ХНТУ (https://surl.li/gtxwmg), де визначено загальні види санкцій для категорії працівників НПП, ПП, НП. Академічна відповідальність передбачає, крім іншого, позбавлення права керівництва. Наукові керівники усвідомлюють важливість та необхідність дотримання академічної доброчесності, популяризують серед здобувачів. Відповідно до Положення про наукового керівника у ХНТУ (https://surl.li/qyivwo) особи, в яких виявлено порушення академічної доброчесності, не допускаються до керівництва аспірантами. ХНТУ вживає превентивних заходів запобігання порушення академічної доброчесності, зокрема, керівники проходять навчання з професійного розвитку в т.ч. в контексті етики досліджень, цитування, авторського права (https://surl.li/ohahon; https://surl.li/ivticr); створено можливість для повідомлення про порушення академічної доброчесності (https://surl.li/cvcfcl). На ОНП не виявлено фактів порушень академічної доброчесності серед науково-педагогічних, наукових, педагогічних працівників. Атмосфера безкомпромісного неприйняття недоброчесності в ХНТУ унеможливлює керівництво аспірантами особами з порушеннями академічної доброчесності

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони ОНП:
цілі та зміст відповідають стратегії розвитку ХНТУ, враховують галузевий та регіональний контекст, інтереси стейкхолдерів, а також орієнтовані на формування здобувачами здатності продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми в маркетингу, здійснювати наукові дослідження з науковою новизною, теоретичною та практичною значущістю. Унікальність програми визначається її концептуальним фокусом на доказовому маркетингу та цифровій аналітиці для розробки адаптивних моделей предиктивності ринкових систем суб'єктів господарювання в умовах високої невизначеності. Таке спрямування безпосередньо відповідає стратегічним імперативам інноваційного розвитку, трансформації бізнес-середовища та підвищенню конкурентоспроможності підприємств регіону;
відсутність попередніх аналогічних галузевих розробок із доказового маркетингу стимулює створення штучного середовища для апробації авторських методичних підходів здобувачів, що забезпечує високий рівень наукової новизни їхніх дисертаційних робіт та орієнтує освітній процес на розв'язання складних нетипових завдань;
освітньо-науковий процес забезпечується провідним науково-педагогічним складом із належною академічною доброчесністю та вагомим репутаційним капіталом; дослідницька результативність підтверджена публікаційною активністю у виданнях Scopus, Web of Science і фахових періодичних виданнях України;
програма орієнтована на девелопмент дослідницько-інноваційних компетентностей здобувачів, формування здатності до генерування нових знань, розв'язання синергетичних завдань і реалізації самостійних наукових розвідок з науковою новизною та практичною значущістю
адаптивність освітнього процесу до надзвичайних умов переміщення ХНТУ: освітній процес не втратив якості завдяки оперативному реагуванню НПП, розвитку віртуального освітнього середовища, забезпеченню доступності навчальних матеріалів і використанню сучасних інтерактивних технологій та засобів дистанційного навчання;
Слабкі сторони ОП:
потенціал залучення науково-педагогічних працівників і здобувачів вищої освіти до конкурсних відборів науково-дослідних проєктів державного фінансування реалізується не в повному обсязі;
інституційні інструменти міжнародної академічної мобільності та закордонних стажувань здобувачів залишаються недостатньо інтенсифікованими внаслідок безпекових та правових обмежень;
практика залучення фахівців-стейкхолдерів із бізнес-середовища та аналітичних центрів до безпосереднього проведення занять і майстер-класів у межах фахових дисциплін потребує подальшої інтенсифікації та системного розширення.

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

Перспективи розвитку освітньо-наукової програми «Маркетинг» тісно детерміновані безпековими викликами воєнного стану, що зумовлює необхідність посилення інституційної адаптивності, цифрової стійкості освітнього середовища та орієнтації наукових розвідок на вирішення завдань повоєнної відбудови економіки. У цьому контексті заплановано реалізацію таких заходів:

–розширення використання дистанційних технологій і хмарних інфраструктур для забезпечення безперервності та безпеки освітньо-наукового процесу в умовах тимчасового переміщення,
–фокусування наукових досліджень здобувачів на адаптації маркетингових стратегій бізнесу до умов викликів воєнного стану та розробці моделей відновлення ринкового середовища,
–активізація залучення здобувачів до міжнародних віртуальних проєктів та грантових програм із метою компенсації обмежень фізичної академічної мобільності;
–поглиблення співпраці з переміщеними підприємствами та регіональними суб'єктами господарювання для вирішення прикладних завдань збереження та розвитку їхнього ринкового потенціалу;
–впровадження гнучких графіків консультацій і заходів психолого-педагогічної підтримки суб'єктів освітнього процесу задля мінімізації впливу деструктивних чинників воєнного стану;
організація системного залучення провідних фахівців-практиків у сфері цифрової аналітики до проведення майстер-класів і гостьових лекцій у межах фахових дисциплін

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: Чепелюк Олена Валеріївна

Дата: 03.11.2026 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	
Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій	навчальна дисципліна	*ОК10 Силабус Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій.pdf*	koVDDXx8+F/fUWB6oxrMVnMuFXNy1sUApCdZTFaEV2Y=	*Ноутбук DELL Inspiron 15 3520 (12 th Gen Intel Core i5-1235U 1,3 GHz, DDR3 8 GB) – 1 шт. (2024р.); мультимедійний проектор Toshiba TDP-S8; екран для мультимедійних презентацій. Віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Moodle, Messenger, Carbonio), Google Meet, Zoom.*
Стратегічний маркетинг-менеджмент	навчальна дисципліна	*ОК 11 Силабус_Стратегічний маркетинг-менеджмент.pdf*	aPTpJKcCt+FbSk3GAV6rmZetVmNfoia5kbfWhFwibFg=	*Ноутбук DELL Inspiron 15 3520 (12 th Gen Intel Core i5-1235U 1,3 GHz, DDR3 8 GB) – 1 шт. (2024р.); мультимедійний проектор Toshiba TDP-S8; екран для мультимедійних презентацій. Віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Moodle, Messenger, Carbonio), Google Meet, Zoom.*
Педагогічна практика	практика	*075 ОК12 Програма педагогічної практики.pdf*	SeRNoD+zRHFa2lZiZDR81Ve7WHByLDNpfeJ4ClZoR/Q=	*Корпоративні ресурси підприємств-баз практики, Інтернет-ресурси, віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Messenger, Carbonio), Електронна бібліотека ХНТУ*
Іноземна мова для академічних цілей	навчальна дисципліна	*075 ОК1 Силабус Іноземна мова для академічних цілей.pdf*	UAzlBCnM6EJSfJEJylyL4D9xMJZcb/w3QXN3zbaW6Uo=	*Ноутбук Lenovo Idea Pad 110-15IBR, 80T7004VRA -1 шт.; ноутбук DELL Inspiron 15 – 1 шт.; мультимедійний проектор Toshiba TDP-S8; екран для мультимедійних презентацій. Віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Moodle, Messenger, Carbonio), Google Meet, Zoom*
Українська наукова мова	навчальна дисципліна	*075 ОК2 Силабус Українська наукова мова.pdf*	SySZpoIauPCRaVQMciEr/gKll/xdGYz/IEN/CCSQe4Q=	*Ноутбук DELL Inspiron 15 3520 (12 th Gen Intel Core i5-1235U 1,3 GHz, DDR3 8 GB) – 1 шт. (2024р.); мультимедійний проектор Toshiba TDP-S8; екран для мультимедійних презентацій. Віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Moodle, Messenger, Carbonio), Google Meet, Zoom.*
Філософія науки	навчальна дисципліна	*075 ОК3 Силабус Філософія науки.pdf*	TnLpBy1SA43iNrNp9lmG8TuRQx+qjHIbScUQEbEOreA=	*Ноутбук DELL Inspiron 15 3520 (12 th Gen Intel Core i5-1235U 1,3 GHz, DDR3 8 GB) – 1 шт. (2024р.); мультимедійний проектор Toshiba TDP-S8; екран для мультимедійних презентацій. Віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Moodle, Messenger, Carbonio), Google Meet, Zoom.*
Професійна етика та академічна доброчесність	навчальна дисципліна	*075 ОК 4 Силабус_Професійна етика та академічна доброчесність.pdf*	uxoK8RUdF5Nq8POYWG3W5Ax6wJwUxQaQLzimalBvN1U=	*Ноутбук DELL Inspiron 15 3520 (12 th Gen Intel Core i5-1235U 1,3 GHz, DDR3 8 GB) – 1 шт. (2024р.); мультимедійний проектор Toshiba TDP-S8; екран для мультимедійних*

				презентацій. Віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Moodle, Messenger, Carbonio), Google Meet, Zoom.
Методологія та організація наукових досліджень	навчальна дисципліна	*075 ОК5 Силабус Методологія та організація наукових досліджень.pdf*	yuN/hKSG7SOr+pzbNBv6jVTOTQzKrCfWEByqzyFxEjs=	*Ноутбук DELL Inspiron 15 3520 (12 th Gen Intel Core i5-1235U 1,3 GHz, DDR3 8 GB) – 1 шт. (2024р.); мультимедійний проектор Toshiba TDP-S8; екран для мультимедійних презентацій. Віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Moodle, Messenger, Carbonio), Google Meet, Zoom.; Наукові пошукові, бібліографічні та реферативно-інформаційні ресурси відкритого доступу: Google Scholar, OpenAlex, DOAJ, Crossref*
Педагогіка та психологія у вищій освіті	навчальна дисципліна	*075 ОК6 Силабус Педагогіка та психологія у вищій освіті.pdf*	NWIfCT7fiH5Ruom8DJ9cnZaSm+B5Aoa2P/GoxAmb6yY=	*Ноутбук DELL Inspiron 15 3520 (12 th Gen Intel Core i5-1235U 1,3 GHz, DDR3 8 GB) – 1 шт. (2024р.); мультимедійний проектор Toshiba TDP-S8; екран для мультимедійних презентацій. Віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Moodle, Messenger, Carbonio), Google Meet, Zoom.*
Підготовка науково-інноваційних проєктів	навчальна дисципліна	*075 ОК7 Силабус Підготовка науково-інноваційних проєктів.pdf*	hjB9xlAt7lxjSp8c6PMl6XeNg0YXlnw0dtIwPcjotLE=	*Ноутбук DELL Inspiron 15 3520 (12 th Gen Intel Core i5-1235U 1,3 GHz, DDR3 8 GB) – 1 шт. (2024р.); мультимедійний проектор Toshiba TDP-S8; екран для мультимедійних презентацій. Віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Moodle, Messenger, Carbonio), Google Meet, Zoom.*
Сучасна парадигма маркетингу	навчальна дисципліна	*075 ОК8 Силабус Сучасна парадигма маркетингу.pdf*	x71326k8Yjbh1GokrfGTdEDt4Mg6hXPf4QpVXoNFVYI=	*Ноутбук DELL Inspiron 15 3520 (12 th Gen Intel Core i5-1235U 1,3 GHz, DDR3 8 GB) – 1 шт. (2024р.); мультимедійний проектор Toshiba TDP-S8; екран для мультимедійних презентацій. Віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Moodle, Messenger, Carbonio), Google Meet, Zoom.*
Прикладні аспекти маркетингових досліджень	навчальна дисципліна	*075 ОК9 Силабус Прикладні аспекти маркетингових досліджень.pdf*	bryQenepDfbDR2DfWdgYARp9q2R+382axTferfT7cQk=	*Ноутбук DELL Inspiron 15 3520 (12 th Gen Intel Core i5-1235U 1,3 GHz, DDR3 8 GB) – 1 шт. (2024р.); мультимедійний проектор Toshiba TDP-S8; екран для мультимедійних презентацій. Віртуальні навчальні ресурси ХНТУ (Moodle, Messenger, Carbonio), Google Meet, Zoom.*

* 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)
21228	Джерелюк Юлія Олександрівна	Професор, Основне місце роботи	Міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу	Диплом спеціаліста, Херсонський індустріальний інститут, рік закінчення: 1994, спеціальність: Автоматизація технологічних процесів і виробництв, Диплом спеціаліста, Херсонський державний технічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: Менеджмент організацій, Диплом магістра, Херсонський національний технічний університет, рік закінчення: 2017, спеціальність: 8.18010016 бізнес-адміністрування, Диплом доктора наук ДД 008942, виданий 15.10.2019, Диплом кандидата наук ДК 015663, виданий 11.09.2002, Атестат доцента 02ДЦ 000936, виданий 19.02.2004	29	Стратегічний маркетинг-менеджмент	Підвищення кваліфікації: 1. Навчальний курс «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» у рамках весняного циклу тренінгів Української Асоціації Маркетингу з 5 березня по 21 травня 2025 року в обсязі 120 годин (4 ECTS), сертифікат №89 від 22.05.2025 р. https://surl.li/ehgyjm 2. Навчальний курс в онлайн зимовій школі «Стратегічні пріоритети ЄС 2024-2029: нові можливості та виклики для європейського союзу і України» в рамках проєкту ERASMUS+ Модуль Жан Моне «EU strategies for competitiveness, growth and prosperity for study programmes in Alfred Nobel University», з 19 по 21 лютого 2025 року, обсяг: 2 кредити (60 годин), сертифікат №4948 від 21.02.2025. https://surl.li/rkoatd 3. Освітній онлайн-курсі «Inside the Business» від консалтингово-аудиторської компанії «Deloitte в Україні» (з 22.11.2024 р. по 06.12.2024 р, 0,33 кредити). Тема: Корпоративні фінанси, прогнозування, форензік, створення вартості. https://surl.li/pbbppl 4. Навчальна програма від дистанційної платформи громадянської освіти «ВУМ online» (Відкритого Університету Майдану) за курсом «Стратегічне маркетингове управління бізнес- і соціальними проєктами», сертифікат №107534 від 20.03.2024 р. 5. Міжнародне науково-педагогічне стажування на тему: «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління» в обсязі 180 годин/ 6 кредитів

							(з 11 травня по 21 червня 2026 року). Сертифікат Serija C 20260612. Кваліфікація відповідно п.38 Ліцензійних умов: П.1. 1. Гудзь Ю., Джерелюк Ю., Кравчик Ю. Етапи формування маркетингової стратегії підприємства. Innovation and Sustainability. 2023. No1. С. 197–203. Категорія «Б». https://ins.vntu.edu.ua/index.php/ins/article/view/172/163 DOI: https://doi.org/10.31649/ins.2023.1.197.203 2.Джерелюк Ю.О., Новіцький М. В. Теоретичні аспекти прогнозування економічної стійкості підприємства в умовах динамічного середовища функціонування. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2025. Вип. 1(92). Ч.2. С. 258-263. Категорія «Б». DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2025.1.2.36 3. Джерелюк Ю., Кравчик Ю., Гарафонова О., Каткова Т. Оцінювання конкурентоспроможності продукції машинобудівного підприємства як інтегральна характеристика ефективності його маркетингової діяльності. MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS, 2022(2), 101–108. Категорія «Б». URL: https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-13. 4. Джерелюк Ю. О., Новіцький М. В. Маркетингове обґрунтування товарної політики в системі управління економічною стійкістю підприємства. Наукові інновації та передові технології. 2026. № 4(56). С. 422–432. Категорія «Б». DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2026-

							4(56)-422-432 5. Джерелюк Ю. О., Попович Н. Н. Маркетингова стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства на основі формування інноваційного потенціалу. Наукові інновації та передові технології. 2025. № 6(46). С. 381–397. Категорія «Б». URL: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-6(46)-381-397 П.3. Джерелюк Ю. О. Методичні підходи до ціноутворення у сфері туризму. Соціально-економічний розвиток регіонального бізнес-середовища на засадах туристичного пріоритету СМАРТ-спеціалізації території : колективна монографія / під ред. Г.Г. Савіної. Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2021. С. 98–128 (співавтор – 1,52 авт. арк). Протокол Вченої ради ХНТУ №4 від 21.12.2021 р. http://eir.kntu.net.ua/jspui/handle/123456789/999 П.8. 1. Науковий керівник наукової теми: «Соціально-економічний розвиток регіонального бізнес-середовища на засадах туристичного пріоритету Смарт-спеціалізації території» (номер державної реєстрації 0120U103700, 2021–2025 рр.). 2. Відповідальний виконавець наукової теми: «Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг» (номер державної реєстрації 0121U111785, 2021–2025 рр.). 3. Членкиня редакційної колегії наукового видання «Вісник Херсонського національного технічного університету», який включено до Переліку наукових фахових видань України категорії «Б». http://surl.li/rojlw. П.12.

							1. Джерелюк Ю.О., Маляренко К. С. Оцінювання конкурентоспроможності підприємства туристичних послуг за показниками комплексу маркетингу. Управління підприємствами в умовах сучасних глобальних викликів: збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції (м. Херсон – м. Хмельницький, 18 травня 2023 року). С. 113–117. URL: http://surl.li/npvry 2. Джерелюк Ю. О., Попович Н. Н. Формування лояльності споживачів як напрям підвищення конкурентоспроможності підприємства торгівлі. Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, 23–24 лютого 2024 р. Рівне : О. Зень, 2024. С. 34–37. https://www.rshu.edu.ua/images/nauka/zb_stpstp_2024.pdf 3. Джерелюк Ю.О. Метод оцінювання маркетингових ризиків на підприємстві в умовах невизначеності. Фінансові інструменти сталого розвитку держави в умовах системної економічної трансформації : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (20 червня 2024 р., м. Хмельницький м. Херсон).– Херсон : Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2024. – С. 293–296. URL: https://surl.gd/euknuu 4. Джерелюк Ю.О., Гайко О.М. Сучасні підходи до формування маркетингової стратегії підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг: матеріали II Всеукраїнської наук.-

							практ. Інтернет-конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених (05 грудня 2024 р., м. Хмельницький, м. Херсон) / за ред. Р.М. Набоки. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2024. С. 112–116. http://surl.li/nnpfkx 5. Джерелюк Ю. О., Шостак Я. О. Інтеграція маркетингових і логістичних інструментів як чинник підвищення ефективності інтегрованих бізнес-формувань в умовах цифрової трансформації. Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг: матеріали III Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених (04 грудня 2025 р., м. Хмельницький, м. Херсон) / за ред. Р.М. Набоки. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2025. С. 59–63. https://surl.li/lfdcrd П.14. 1. Наукове керівництво здобувачем (Куриленко Олександр), який зайняв призове місце на II турі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за першим рівнем вищої освіти. Диплом III ступеня. (Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 27.06.2024 р.). http://surl.li/vdrxpi (диплом) http://www.xktei.km.ua/naukova-diyalnist/vseukrayinskij-konkurs-z-marketingu/ 2. Наукове керівництво здобувачкою (студентка Сенюк Богдана), яка зайняла призове місце на

							Всеукраїнському конкурсу кваліфікаційних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за другим рівнем вищої освіти. Диплом ІІ ступеня. (Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 23.06.2023 р.). http://surl.li/rgwnr П.19. 1. Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу», сертифікат №538 (з 08.02.2021 р. по теперішній час). 2. Членкиня Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (УАРМБО), свідоцтво №1437 (з 29.12.2023 р. по теперішній час).
205335	Воскресенська Олена Євгеніївна	Доцент, Основне місце роботи	Міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу	Диплом спеціаліста, Херсонський національний технічний університет, рік закінчення: 2005, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом магістра, Херсонський державний університет, рік закінчення: 2009, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Мова та література (англійська), Диплом кандидата наук ДК 018805, виданий 17.01.2014	13	Прикладні аспекти маркетингових досліджень	Підвищення кваліфікації: 1.Свідоцтво про підвищення кваліфікації № 72 від 22.05.2025р. за програмою: Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси. (120 годин/ 4 кредити ЄКТС) 2.Свідоцтво про підвищення кваліфікації № ADV 06-1003-MaSi від 16.11.2025 за програмою: Соціально-відповідальний маркетинг для викладачів ЗВО (180 годин/ 6 кредитів ЄКТС) Кваліфікація відповідно п.38 Ліцензійних умов: П.1. 1. Voskresenska O, Social media marketing in the business interaction system of the enterprise / O. Voskresenska , V. Shuklina, O. Zaitseva//Scientific journal "SCIENTIA FRUCTUOSA". - №2 (148). - 2023. - P. 39-48 DOI: https://doi.org/10.31617/1.2023(148)04 URL: https://surl.li/zesgsu

							2.Shumkova, O., Liulchak, Z., Naboka, R., Voskresenska, O. and Petrychuk, S. (2023). The Value of Marketing Research for the Creation and Successful Implementation of Effective Strategies in the Field of Marketing. Economic Affairs, 68 (03), pp. 1629-1642. (Scopus) DOI: https://doi.org/10.4685 2/0424-2513.3.2023.28 URL: https://surl.li/zufhip 3.Кокорєва О.В., Набока Р.М., Воскресенська О.Є. Рекламна діяльність як засіб підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2023. № 3 (86). С. 143-148. DOI: https://doi.org/10.3554 6/kntu2078-4481.2023.3.18 URL: https://surl.li/saeekl 4.Tetiana Diadyk, Tetiana Dronova, Oleh Burdyak, Vitalii Nestor, Olena Voskresenska. The evolution of marketing research in the context of digital transformation of society // Edelweiss Applied Science and Technology. – Vol. 8 No. 6 (2024), pp. 3351-3360. (Scopus) DOI: https://doi.org/10.5521 4/25768484.v8i6.2715 URL: https://surl.li/lsmgwn 5.Воскресенська О.Є.,Бурдяк О. М., Середа Н. М. Маркетинг впливу (influencer marketing) як ефективний інструмент формування споживчих переваг//Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". – 2025. – № 12. DOI:https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-12-11723 URL: https://surl.li/zppyse П.8. Відповідальний виконавець наукової теми: «Міжгалузеві

							бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг» (державний реєстраційний номер 0121U111785) – з 2021 по 2025 рр. П 12. 1. Воскресенська О.Є., Максименко Ю.М. Цифрові технології як сучасний рушій конкурентоспроможності. Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених (05 грудня 2024 р., м. Хмельницький, м. Херсон) / за ред. Р.М. Набоки. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2024. С. 141–143. URL: https://surl.li/ratoyh 2. Воскресенська О.Є., Томашевська В.В. Особливості впровадження сучасних SMM інструментів задля підвищення конкурентоспроможних позицій підприємства на ринку. The Future of Science, Technology and Economy: Collection of Scientific Papers "International Scientific Unity" with Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference. March 19-21, 2025. Sofia, Bulgaria.P. 225-228. URL:https://surl.li/hlbwfg 3. Воскресенська О.Є., Понідзельський І.В.Персоналізований маркетинговий підхід до кожного клієнта щодо підвищення фективності управлінням туристичними підпиємствами. Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених (05 грудня 2024 р., м. Хмельницький, м. Херсон) / за ред. Р.М. Набоки. – Херсон: Книжкове

							видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2024. С. 108–111. URL: https://surl.li/rkldog 4. Воскресенська О.Є., Куцалаба І.М. Використання сучасних інструментів маркетингових комунікацій. Цифровізація науки та сучасні тренди її розвитку: матеріали VIII Міжнародної студентської наукової конференції, м. Вінниця, 7 березня, 2025 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». — Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2025. — С. 31-34. URL: https://surl.li/aikugp 5. Воскресенська О.Є. Діджиталізація як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених (05 грудня 2024 р., м. Хмельницький, м. Херсон) / за ред. Р.М. Набоки. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2024. С. 144–147. https://surl.li/efoltc П 14. 1. Робота у складі журі Всеукраїнської студентської олімпіади з Маркетингу, проведеної на базі кафедри менеджменту, маркетингу і туризму у 2023-2024 н.р. (Наказ ХНТУ №53 від 04.03.2024 р.). 2. Керівництво здобувачкою освіти (Прохорова Дарія), яка посіла ІІІ місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг», 2024 р. (Наказ ХНТУ №78 від 09.04.2024 р.). 3. Керівництво здобувачкою освіти (Мисан Анастасія), яка зайняла ІІ місце на І етапі Всеукраїнського конкурсу студентських

							наукових (творчих) робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» (ОПП «Маркетинг»), 2024 р. (Наказ ХНТУ №118 від 27.05.2024 р.). 3.Керівництво здобувачкою освіти (Мисан Анастасія), яка зайняла ІІ місце у Міжнародному конкурсі студентських наукових (творчих) робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» (ОПП «Маркетинг»), який відбувся 24-25 квітня 2025 р. П.19. Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу» (2018 р. – до ц.ч.). Сертифікат № 287 від 25.09.2018 р.
205335	Воскресенська Олена Євгеніївна	Доцент, Основне місце роботи	Міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу	Диплом спеціаліста, Херсонський національний технічний університет, рік закінчення: 2005, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом магістра, Херсонський державний університет, рік закінчення: 2009, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Мова та література (англійська), Диплом кандидата наук ДК 018805, виданий 17.01.2014	13	Сучасна парадигма маркетингу	Підвищення кваліфікації: 1.Свідоцтво про підвищення кваліфікації № 72 від 22.05.2025р. за програмою: Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси. (120 годин/ 4 кредити ЄКТС) 2.Свідоцтво про підвищення кваліфікації № ADV 06-1003-MaSi від 16.11.2025 за програмою: Соціально-відповідальний маркетинг для викладачів ЗВО (180 годин/ 6 кредитів ЄКТС) Кваліфікація відповідно п.38 Ліцензійних умов: П.1. 1. Voskresenska O, Social media marketing in the business interaction system of the enterprise / O. Voskresenska , V. Shuklina, O. Zaitseva//Scientific journal "SCIENTIA FRUCTUOSA". - №2 (148). - 2023. - P. 39-48 DOI: https://doi.org/10.31617/1.2023(148)04 URL: https://surl.lt/szdgqs 2.Shumkova, O., Liulchak, Z., Naboka, R., Voskresenska, O. and Petrychuk, S. (2023). The Value of

							Marketing Research for the Creation and Successful Implementation of Effective Strategies in the Field of Marketing. Economic Affairs, 68 (03), pp. 1629-1642. (Scopus) DOI: https://doi.org/10.4685 2/0424-2513.3.2023.28 URL: https://surl.li/xacnuc 3.Кокорєва О.В., Набока Р.М., Воскресенська О.Є. Рекламна діяльність як засіб підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2023. № 3 (86). С. 143-148. DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.3.18 URL: https://surl.li/xhmmnd 4.Tetiana Diadyk, Tetiana Dronova, Oleh Burdyak, Vitalii Nestor, Olena Voskresenska. The evolution of marketing research in the context of digital transformation of society // Edelweiss Applied Science and Technology. – Vol. 8 No. 6 (2024), pp. 3351-3360. (Scopus) DOI: https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2715?utm_source=chatgpt.com 5.Воскресенська О.Є., Середа Н., Ефендієв А. Compliance-орієнтований директ-маркетинг як фактор довгострокової конкурентоспроможності// Соціальний Розвиток:економіко-правові проблеми. №14. 2026 DOI: https://doi.org/10.70651/3083-6018/2026.2.10?utm_source=chatgpt.com П.8. Відповідальний виконавець наукової теми: «Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг» (державний реєстраційний номер 0121U111785) – з 2021

							по 2025 рр. П 12. 1. Воскресенська О.Є., Мисан А.В. Цифровий маркетинг: персоналізація як ключ до успіху Proceedings of the 2nd international scientific and practical conference «Scientific innovation: theoretical insights and practical impacts» (march 10-12, 2025 Naples, Italy) collection of scientific papers. section: marketing and advertising p. 169-173. URL:https://surl.li/oekwug 2. Воскресенська О.Є., Мисан А.В. Використання 3D-технологій в маркетингу. Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених (05 грудня 2024 р., м. Хмельницький, м. Херсон) / за ред. Р.М. Набоки. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2024. С. 104–107. URL: https://surl.li/fgarqq 3. Воскресенська О.Є., Понідзельський І.В.Персоналізований маркетинговий підхід до кожного клієнта щодо підвищення фективності управлінням туристичними підпиємствами.Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених (05 грудня 2024 р., м. Хмельницький, м. Херсон) / за ред. Р.М. Набоки. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2024. С. 108–111. URL: https://surl.li/ynpsjh 4. Воскресенська О.Є., Куцалаба І.М. Використання сучасних інструментів маркетингових комунікацій.

							Цифровізація науки та сучасні тренди її розвитку: матеріали VIII Міжнародної студентської наукової конференції, м. Вінниця, 7 березня, 2025 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». — Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2025. — С. 31-34. URL: https://surl.li/sbhsza 5. Воскресенська О.Є., Ніколайчук В.Д. Методи оцінки ефективності маркетингової діяльності. Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених (28 листопада 2023 р., м. Хмельницький, м. Херсон) / за ред. Р.М. Набоки. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2023. С. 56–61. URL: https://surl.li/tstvsh П 14. 1. Робота у складі журі Всеукраїнської студентської олімпіади з Маркетингу, проведеної на базі кафедри менеджменту, маркетингу і туризму у 2023-2024 н.р. (Наказ ХНТУ №53 від 04.03.2024 р.). 2. Керівництво здобувачкою освіти (Прохорова Дарія), яка посіла ІІІ місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг», 2024 р. (Наказ ХНТУ №78 від 09.04.2024 р.). 3. Керівництво здобувачкою освіти (Мисан Анастасія), яка зайняла ІІ місце на І етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових (творчих) робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» (ОПП «Маркетинг»), 2024 р. (Наказ ХНТУ №118 від 27.05.2024 р.). 3.Керівництво здобувачкою освіти

							(Мисан Анастасія), яка зайняла ІІ місце у Міжнародному конкурсі студентських наукових (творчих) робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» (ОПП «Маркетинг»), який відбувся 24-25 квітня 2025 р. П.19. Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу» (2018 р. – до ц.ч.). Сертифікат № 287 від 25.09.2018 р.
23747	Шандова Наталія Вікторівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу	Диплом спеціаліста, Московський ордена Леніна і ордена Жовтневої Революції енергетичний інститут, рік закінчення: 1987, спеціальність: електротерміч ні установки, Диплом доктора наук ДД 004741, виданий 29.09.2015, Диплом кандидата наук ДК 028990, виданий 11.05.2005, Атестат доцента 12ДЦ 025969, виданий 01.07.2011, Атестат професора АП 002021, виданий 24.09.2020	30	Підготовка науково-інноваційних проєктів	Підвищення кваліфікації: 1.Навчання за курсом «Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів». Кількість годин – 60 (2 кредити ЄКТС). Сертифікат Prometheus про закінчення, виданий 09.03.2022 р. 2.Навчання за програмою підвищення кваліфікації «Google Digital Tools for Education / Цифрові інструменти Google для освіти», організоване Міністерством освіти і науки України за підтримки Google Україна (30 годин / 1 кредит ЄКТС). Сертифікат про участь у вебінарі “Рішення Google for Education для автоматизації оцінювання та формування підсумкових документів і звітів” №ЦІРАОПД-6981 від 15.05.2023 р. 3.Навчання за програмою підвищення кваліфікації «Google Digital Tools for Education / Цифрові інструменти Google для освіти», організоване Міністерством освіти і науки України за підтримки Google Україна: -Сертифікат про завершення базового рівня курсу “Цифрові інструменти Google для освіти” №GDTfE-10-E-03867 від 14.05.2023 р. (15 годин / 0,5 кредиту ЄКТС); -Сертифікат про завершення

							середнього рівня курсу “Цифрові інструменти Google для освіти” № GDTfE-10-C-00243 від 21.05.2023 р. (15 годин / 0,5 кредиту ЄКТС). 4.Навчання за програмою Всеукраїнського форуму «Дні освітнього лідерства» – з 01.06.2023 р. по 03.06.2023 р. на базі Національного університету «Запорізька політехніка» за підтримки МОНУ, Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, Національного агентства кваліфікацій, Інституту вищої освіти та Інституту цифровізації освіти Національної академії педагогічних наук України, ГС «Прогресильні», ГС «Українська асоціація освіти дорослих» та Education USA в Україні (30 годин / 1 кредит ЄКТС). Сертифікат АР 912/0207-23 від 03.06.2023 р. 5.Проходження програми в Зимовій економічній школі «Україна-ЄС, кроки до вступу: регіональний вимір» від ВГО «Українська Асоціація Економістів-міжнародників» та Хмельницького національного університету (30 годин / 1 кредит ЄКТС). Сертифікат від 25-31.04.2024 р. 6.Проходження навчального онлайн-курсу «Рецензування в епоху відкритої науки: нові виклики та можливості» – з 25.06.2024 р. по 16.07.2024 р. (30 годин / 1 кредит ЄКТС). Сертифікат 25062024/348 від 29.07.2024 р. 7.Навчання в рамках прослуховування лекції професора Роуз Лаккін, почесного професора Університетського коледжу Лондона (Великобританія) на тему: «Зміцнення української вищої освіти: орієнтація в революції ШІ у

							викладанні та навчанні», присвяченій інтеграції штучного інтелекту в освіту (3 години / 0,1 кредиту ECTS). Сертифікат від 10.12.2024 р. 8.Навчання за програмою Всеукраїнського форуму «Дні освітнього лідерства» – з 10.06.2025 р. по 11.06.2025 р. (15 годин / 0,5 кредита ЄКТС). Сертифікат АР № 6225/0126-25. 9.Проходження онлайн-курсу підвищення кваліфікації «Професійні та освітні кваліфікації: актуальні методичні підходи для закладів вищої освіти», розробленого Національним агентством кваліфікацій за підтримки проєкту Skills4Recovery (45 годин / 1,5 кредита ЄКТС). Сертифікат № 0386 від 23.10.2025 р.
							П. 1. 1. Шандова Н. В., Тарасюк А. В. Концептуальні засади активізації інноваційної діяльності підприємств. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Економічна». 2023. № 104. С. 68-78. DOI: https://doi.org/10.26565/2311-2379-2023-104-08 2. Шандова Н.В., Дежкунов Ю.О., Яковлєв О.О. Інструменти та напрями модернізації стратегій конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах цифрової трансформації. Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій, 2025. 2(16), С.347-358. DOI: http://doi.org/10.32750/2025-0232 3. Шандова Н. В., Сенчин О. В., Рибась Д. Є. Концептуальні підходи до оцінювання ефективності цифровізації

							підприємств малого та середнього бізнесу. Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій. 2024. Том 2. № 14. С. 389-398. DOI: http://doi.org/10.32750/2024-0235 4. Шандова Н.В., Годунов С.Є. Стратегічна спроможність постконфліктного регіону в системі довгострокового економічного розвитку Modern Economics. 2026. № 55(2026). С. 286-294. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V55(2026)-40 5.Шандова Н.В., Годунов С.Є. Релокаційна трансформація регіональної економічної структури України в умовах війни: просторові диспропорції та наслідки. Економічні горизонти, 2026. № 2(35) С.68-84 DOI: https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(35).2026.359173 URL: https://surl.li/oyuzvt П. 3. 1.Шандова Н.В. Формування економічної компетентності майбутніх інженерів в умовах цифровізації та невизначеності. Теорія і методика викладання у технічних закладах вищої освіти: монографія / за ред. Г. Д. Берегової. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2025. С. 431-449 (1,7 друк.арк). Рекомендовано вченою радою Херсонського національного технічного університету (протокол No7 від 30.12.2025 р.) URL: https://drive.google.com/file/d/1PdO9sOlQFNLPPWxuOA54FTJD1lpoK9OJ/view 2.Шандова Н. В., Мєшкова-Кравченко Н. В., Латкіна С. А. Основи аналітики :

							навч. посіб. для студентів закладів вищої освіти. Херсон : Книжкове вид-во ФОП Вишемирський В.С., 2023. 120 с. (9,74 а.а.). Рекомендовано Вченою радою ХНТУ (протокол № 4 від 21.02.2023 р.). (ISBN 978-617-7941-91-9 (електронне видання)). (власний внесок – 3,25 а.а.). URL: https://eir.kntu.net.ua/jspui/handle/123456789/1016 П. 8. 1.Науковий керівник та відповідальний виконавець наукової теми «Управління інноваційною діяльністю підприємств в умовах невизначеності» (держ. реєстр. № 0118U001347 від 23.03.2018 р.) – з 23.03.2018 р. по 31.12.2023 р. URL: https://surl.li/lwdryt 2.Науковий керівник наукової теми «Відновлення та модернізація економічних процесів і систем в умовах глобальної нестійкості» (держ. реєстр. № 0123U101497 від 07.03.2023 р.) – з 07.03.2023 р. по 31.12.2028 р. URL: https://surl.li/twqmoz П. 10. Участь у виконанні міжнародного проєкту 160246 «Глобальна інноваційна програма чистих технологій CIP для малих та середніх підприємств (МСП) в Україні», що реалізується в рамках програми Організації Об'єднаних Націй з промислового розвитку (UNIDO) та Глобального Екологічного Фонду (ГЕФ) – ментор, тренер Бізнес-академії «Регіональний акселератор GCIP для інновацій, технологій та стартапів у Херсонській області» (2021 р., 2022 р., 2024 р.). Договір № 9 від 03.04.2023 р. (Херсонський національний технічний університет) на участь

							у виконанні міжнародного проєкту. URL: https://surl.li/gcdivi П. 12. 1. Шандова Н. В., Ткаченко А. Г. Інновації та гнучкість як основа конкурентоспроможності українського бізнесу. Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Херсон – м. Хмельницький, 17-18 квітня 2025 р., ХНТУ). Херсон : Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2025. С. 112-114. URL: https://surl.li/iuopsq 2. Шандова Н. В., Олійник О. М. Проблеми інноваційного розвитку вітчизняних підприємств. Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Херсон – м. Хмельницький, 27-28 квітня 2023 р., ХНТУ). Херсон : Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2023. С. 163-166. URL: https://bit.ly/3NyOERm 3. Шандова Н.В., Ткаченко А.Г. Інновації та гнучкість як основа конкурентоспроможності українського бізнесу. Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Херсон – м. Хмельницький, 17-18 квітня 2025 р.). Херсон : Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2025. С. 112-114. URL: https://surl.li/xziuox 4. Шандова Н. В., Сидорук П. В. Формування новітніх механізмів

							економічної безпеки підприємств в умовах невизначеності. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами : матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 6 грудня 2024 р.). Луцьк : Надстир'я, 2024. Частина 2. С. 412-414. URL: https://surl.li/wnvqzs 5. Шандова Н. В., Рибась Д. Є. Прикордонне співробітництво та економічна безпека регіонів. Формування новітньої парадигми управління публічними та приватними фінансами в Україні : матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Херсон – м. Хмельницький, 8 грудня 2023 р.). 2023. С. 191-194. URL: https://bit.ly/3SC399q П. 14. 1. Керівництво студентом, який зайняв призове місце на І або ІІ етапі Всеукраїнського (Міжнародного) конкурсу студентських наукових робіт: - Сидорук П. В. – ІІ місце на І етапі Міжнародного конкурсу наукових робіт «Black Sea Science» здобувачів вищої освіти ступеню «Доктор філософії» в 2025 р. URL: https://surl.li/vzhpfp - Дорогань О. І. – диплом І ступеня у ІІ турі Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 051 «Економіка» в 2025 р. URL: https://kntu.net.ua/ukr/content/view/full/105677 - Данюк Д. Г. – диплом І ступеня у ІІ турі Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 051 «Економіка» в 2025 р. URL: https://kntu.net.ua/ukr/content/view/full/105677 - Дорогань О. І. – ІІ місце на І етапі Міжнародного

							конкурсу наукових робіт «Black Sea Science» здобувачів вищої освіти ступеню «Магістр» в 2025 р. URL: https://surl.li/vzhpfp - Данюк Д. Г. – ІІ місце на І етапі Міжнародного конкурсу наукових робіт «Black Sea Science» здобувачів вищої освіти ступеню «Магістр» в 2025 р. URL: https://surl.li/vzhpfp - Дорогань О. І. – диплом І ступеня в І турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 051 «Економіка» в 2025 р. (Наказ ХНТУ № 119 від 21.05.2025 р.). URL: https://surl.lu/btokhq, https://kntu.net.ua/ukr/content/view/full/105151 - Данюк Д. Г. – диплом І ступеня в І турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 051 «Економіка» в 2025 р. (Наказ ХНТУ № 119 від 21.05.2025 р.). URL: https://surl.lu/btokhq, https://kntu.net.ua/ukr/content/view/full/105151 2. Робота у складі організаційного комітету І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Економіка» на базі кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки ХНТУ: - в 2023-2024 н.р. (Наказ ХНТУ № 55 від 04.03.2024 р.). URL: https://surl.li/mhsmxm - в 2024-2025 н.р. (Наказ ХНТУ № 39 від 18.02.2025 р.). URL: https://surl.li/mrmkdi 3. Робота у складі організаційного комітету І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Економіка підприємства» на базі кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки ХНТУ: - в 2023-2024 н.р. (Наказ ХНТУ № 55 від

							04.03.2024 р.). URL: https://surl.li/mhsmxm - в 2024-2025 н.р. (Наказ ХНТУ № 39 від 18.02.2025 р.). URL: https://surl.li/mrmkdi 4. Робота у складі журі І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Економіка» на базі кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки ХНТУ: - в 2023-2024 н.р. (Наказ ХНТУ № 55 від 04.03.2024 р.). URL: https://surl.li/mhsmxm - в 2024-2025 н.р. (Наказ ХНТУ № 39 від 18.02.2025 р.). URL: https://surl.li/mrmkdi 5. Робота у складі журі І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Економіка підприємства» на базі кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки ХНТУ: - в 2023-2024 н.р. (Наказ ХНТУ № 55 від 04.03.2024 р.). URL: https://surl.li/mhsmxm - в 2024-2025 н.р. (Наказ ХНТУ № 39 від 18.02.2025 р.). URL: https://surl.li/mrmkdi 6. Робота у складі журі І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Філософія» (Наказ ХНТУ № 39 від 18.02.2025 р.). URL: https://surl.li/mrmkdi 7. Робота у складі журі І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Право» (Наказ ХНТУ № 39 від 18.02.2025 р.). URL: https://surl.li/mrmkdi 8. Робота у складі журі І туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт факультету міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу ХНТУ: - в 2022-2023 н.р. (Наказ т.в.о. ректора ХНТУ № 49 від 18.04.2023 р.). URL: https://surl.li/uhapcg - в 2023-2024 н.р. (Наказ т.в.о. ректора ХНТУ № 65 від 18.03.2024 р.). URL:

							https://surl.li/ioqmxl - в 2024-2025 н.р. (Наказ ректора ХНТУ № 34 від 14.02.2025 р). URL: https://surl.lu/bljwyc 9. Керівництво здобувачем освіти, який посів призове місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади: -Власенко О. В. – ІІІ місце у І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Економіка підприємства» в 2024 р. (Наказ ХНТУ № 80 від 09.04.2024 р.). URL: https://surl.li/fggece -Верін О. Є. – І місце у І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Економіка» в 2024 р. (Наказ ХНТУ № 80 від 09.04.2024 р.). URL: https://surl.li/fggece -Король А. В. – ІІІ місце у І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Економіка» в 2024 р. (Наказ ХНТУ № 80 від 09.04.2024 р.). URL: https://surl.li/fggece -Дебелко А. В. – І місце у І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Економіка підприємства» в 2025 р. (Наказ ХНТУ № 89 від 14.04.2025 р.). URL: https://surl.li/cllqet -Даніленко В. О. – ІІІ місце у І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Економіка» в 2025 р. (Наказ ХНТУ № 89 від 14.04.2025 р.). URL: https://surl.li/cllqet П. 15. Член журі ІІ етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів – членів Національного центру «Мала академія наук України», секція «Макроекономіка та

							економічна політика», «Фінанси, банківська справа та страхування»: – Наказ Управління освіти і науки Херсонської обласної державної адміністрації № 12 від 06.02.2024 р.; – Наказ управління освіти й науки Херсонської обласної державної адміністрації № 21 від 04.02.2026 р. URL: https://surl.lt/ekoxwb П. 19. 1.Член ГО «Українська Асоціація Викладачів і Дослідників Європейської Інтеграції». Сертифікат № 000375-2025 від 24.02.2025 р. https://surl.li/afobnm 2.Членство в ГО «Херсонська обласна організація Спілки економістів України», наказ № 3 від 24.10.2018 р. засідання ради ХОО СЕУ. URL: https://surl.li/sjqmab 3.Член Української асоціації маркетингу. Сертифікат № 284 від 25.09.2018 р. URL: https://surl.li/bjzeiy П. 20. 1.Економіст з планування Відділу організації управління та соціально-економічних досліджень Новокаховського електромашинобудівельного заводу (1991-1995 рр.). Начальник бюро Цінних паперів ВАТ «Південьелектромаш» (1995-2001 рр.).
98857	Набока Руслан Миколайович	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу	Диплом спеціаліста, Херсонський державний технічний університет, рік закінчення: 2001, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 062227, виданий 06.10.2010, Атестат доцента 12ДЦ 038957, виданий	24	Маркетингова аналітика на основі сучасних інформаційних технологій	Підвищення кваліфікації: 1. Програма підвищення кваліфікації працівників закладів вищої освіти (з 03.02.2025 р. по 14.02.2025 р.), акредитований інтегрувати курс «Маркетинг ІТ-продуктів» у ХНТУ.Сертифікат №018/0302-2025 (60 годин/2 кредити ECTS). Термін дії акредитації – до 01.09.2027 р. 2. Програма підвищення

				16.05.2014			кваліфікації працівників закладів вищої освіти (з 11.08.2025 р. по 11.09.2025 р.), акредитований інтегрувати курс «Аналітика у продуктовому ІТ» у ХНТУ. Сертифікат №111/1107-2025 (60 годин/2 кредити ECTS). Термін дії акредитації – до 01.09.2027 р. 3. Підвищення кваліфікації в Маріупольському державному університеті за Програмою професійного розвитку академічних менеджерів, що була реалізована Британською Радою в рамках спільного проєкту Міністерства освіти і науки України та Світового банку «Удосконалення вищої освіти в Україні заради результатів» (з 16 квітня по 19 вересня 2025 року). Свідоцтво про підвищення кваліфікації 1ПК26593428/0000079-25 від 19.09.2025 р. (6 кредитів ECTS / 180 годин). 4. Національна академія педагогічних наук України, ДЗВО «Університет менеджменту освіти», Центр післядипломної освіти. Підвищення кваліфікації за програмою: «Викладач вищої школи XXI століття: професіоналізм, інновації, розвиток» за категорією: Керівники, науково-педагогічні, педагогічні працівники закладів вищої освіти (з 27 листопада по 15 грудня 2025 року). Сертифікат ККПК №1004-2025 від 15.12.2025 р. (3 кредити ECTS / 90 годин). Кваліфікація відповідно п.38 Ліцензійних умов: П.1. 1. Shumkova, O., Liulchak, Z., Naboka, R., Voskresenska, O. and Petrychuk, S. (2023). The Value of Marketing Research for the Creation and Successful

							Implementation of Effective Strategies in the Field of Marketing. Economic Affairs, 68 (03), pp. 1629-1642. (Scopus) https://doi.org/10.46852/0424-2513.3.2023.28 2. Kotyrlo, O., Naboka, R., Nestor, V., Tyshko, D., & Panasenko, O. (2024). Ways to use artificial intelligence to improve the personalisation of marketing strategies and improve the effectiveness of communication with consumers. Multidisciplinary Reviews, 8, 2024spe074. (Scopus) https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe074 3. Суворова С.Г., Рассоха І.В., Набока Р.М. Ключові аспекти застосування кореляційно-регресійного аналізу для проведення маркетингових досліджень. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2024. №7. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-7-10146 4. Набока Р.М., Слободян Н.Б., Старєв Д.В. Аналіз маркетингових стратегій, рекламних кампаній та методів збуту продукції з урахуванням ринкових тенденцій, споживчої поведінки та цінової політики. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2024. №8. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-8-10194 5. Кобернюк С.О., Набока Р.М., Максименко Ю.М. Аналіз використання Big Data у розробці ефективних маркетингових кампаній. Журнал «Актуальні питання економічних наук». № 10, 2025. (ел. видання) https://doi.org/10.5281/zenodo.15338067 П.8. Керівник наукової теми «Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг»,

							номер державної реєстрації 0121U111785 (2021–2025 рр.) П.10. Участь у міжнародному освітньому проєкті (член робочої групи) ERASMUS+ «QUARSU» -«Qualifications Recognition Support for Ukrainian Universities» (Наказ ХНТУ № 20 від 24.01.2022 р.). П.12. 1. Набока Р.М. Актуальні проблеми застосування стратегічного маркетингу на туристичних підприємствах : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., м. Дніпро, 23-24 березня 2023 р. – Дніпро: ДВНЗ «ПДТУ», 2023, С. 23-27. http://surl.li/nvqie. 2. Набока Р.М., Бунчак Д.О. Соціальний маркетинг як інструмент впливу на поведінку споживача: матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Управління підприємствами в умовах сучасних глобальних викликів» (Хмельницький, 18 травня 2023 року). Хмельницький, 2023. – С. 135-139. http://surl.li/nvjfy. 3. Набока Р.М., Піковська П.П. Особливості розробки і вибору маркетингової стратегії підприємства: матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Управління підприємствами в умовах сучасних глобальних викликів» (Хмельницький, 18 травня 2023 року). Хмельницький, 2023. – С. 146-149. http://surl.li/nvjfy. 4. Набока Р.М., Сильчик Д.О. Стратегічний маркетинг: роль і місце в структурі управління організацією у воєнний період : матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної

							Інтернет-конференції «Управління підприємствами в умовах сучасних глобальних викликів» (Хмельницький, 18 травня 2023 року). Хмельницький, 2023. – С. 150-155. http://surl.li/nvjfy. 5. Набока Р.М., Сіроштан В.О. Інтеграція маркетингових і логістичних стратегій у системі збутової діяльності підприємств: підходи та інструменти ефективного управління. Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет-конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених (05 грудня 2024 р., м. Хмельницький, м. Херсон) / за ред. Р.М. Набоки. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2024. С. 133–137. https://surl.li/efoltc П.14. 1. Член конкурсної комісії І етапу Всеукраїнського Конкурсу студентських наукових робіт на факультеті міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу за спеціальностями 073 «Менеджмент» та 075 «Маркетинг» у 2022-2023 н.р. (Наказ ХНТУ №49 від 18.04.2023 р.). 2. Робота у складі журі Всеукраїнської студентської олімпіади з Менеджменту, Маркетингу та Логістики, проведеної на базі кафедри менеджменту, маркетингу і туризму у 2023-2024 н.р. (Наказ ХНТУ №53 від 04.03.2024 р.). 3. Член конкурсної комісії І етапу Всеукраїнського Конкурсу студентських наукових робіт на факультеті міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу за

							спеціальностями 073 «Менеджмент» та 075 «Маркетинг» у 2023-2024 н.р. (Наказ ХНТУ №65 від 18.03.2024 р.). 4. Член конкурсної комісії Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт з маркетингу, який відбувся 25-26.04.2024 р. на базі Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку (м. Одеса). (Наказ ДУІТЗ №01-02-40 від 04.03.2024 р.). https://suitt.edu.ua/wp-content/uploads/2024/03/01-02-40-vid-04.03.2024-konkurs-marketynh.pdf 5. Наукове керівництво здобувачкою (Піковська Поліна), яка зайняла призове місце на ІІ турі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Диплом ІІІ ступеня. (Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 27.06.2024 р.). https://surl.gd/qgdjvv 6. Наукове керівництво здобувачем (Маслов Данило), який зайняв призове місце на Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт з Маркетингу. Диплом І ступеня. Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, м. Одеса (24-25.04.2025 р.). https://surl.lt/xyttet П.19. 1. Член Всеукраїнської Громадської організації «Українська асоціація маркетингу» (2018 р.– до ц.ч.). Сертифікат № 285 від 25.09.2018 р. 2. Член Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (УАРМБО) (2026 р.)., свідоцтво №1787

86092	Шукліна Вікторія Вікторівна	Доцент, Основне місце роботи	Міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу	Диплом спеціаліста, Донецький інститут радянської торгівлі, рік закінчення: 1991, спеціальність: 1733 Товарознавство і організація торгівлі продовольчими товарами, Диплом кандидата наук ДК 005891, виданий 29.03.2012, Атестат доцента 12ДЦ 035448, виданий 31.05.2013	21	Методологія та організація наукових досліджень	Підвищення кваліфікації: 1. Науково-дослідний інститут Люблінського науково-технологічного парку Республіки Польща сумісно з IESF Міжнародною фундацією науковців та освітян «Міжнародний досвід використання штучного інтелекту в освітньому процесі» (з 28.11.2024 р. по 17.12.2024 р.). Сертифікат про Міжнародне підвищення кваліфікації ESN№21885 від 07.12.2024 р. (60 годин/ 2 кредити ЄКТС) 2. Українська асоціація маркетингу «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси». в обсязі 120 годин (з 01.03.2025 р. по 01.04.2025 р.). Сертифікат №74 від 05.03.2025 р. (120 годин/ 4 кредити ЄКТС) 3. Сумський національний аграрний університет та Центр українсько-європейського наукового співробітництва «Формування іміджу закладу освіти на основі сучасних комунікаційних технологій». (з 27.03.2023 р. по 07.05.2023 р.) Сертифікат про підвищення кваліфікації №ADV-270375-ECO від 07.05.2023 р. (180 годин/6 кредитів) Кваліфікація відповідно п.38 Ліцензійних умов: П.1. 1.Prokofieva K., Butenko D., Shuklina V., Sydoruk I., Iastremska O. Influence of Leadership Traits on Corporate Culture and Corporate Ethical Standards: A Cross-Sectional Statistical Analysis of SMEs. Pacific Business Review (International). Volume 19. Issue 2. 2026. Pp.117-130. URL: https://surl.lt/wlvcxv (Web of Science) 2.Шукліна В.В., Савін

							С.Ю., Юрченко С.В. Кластерно-паркова екосистема як чинник стратегічної адаптивності управління будівельними підприємствами постконфліктних регіонів. Проблеми системного підходу в економіці. 2026. №3(105). С. 191-200. DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2026-3-22 3.Shuklina V. Management services in the post-war recovery of the economy based on regional urbanisation and inter-industry integration of enterprises [Управлінські послуги в повоєнному відновленні економіки на засадах регіональної урбанізації та міжгалузевої інтеграції підприємств]. Efektyvna ekonomika. 2025. №12. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.12.70 4.Shuklina V. Conceptual potential of smart specialization in the development of the innovative economy of small and medium - sized businesses in the regions [Концептуальний потенціал смарт-спеціалізації у розвитку інноваційної економіки малого та середнього бізнесу регіонів]. Economic herald of the Donbass. 2025. №4(82). С. 14-22. https://doi.org/10.12958/1817-3772-2025-4(82)-14-22 5.Shuklina V., Dyagileva O., Liubokhynets L., Zabashtanska T., Bezuhlyi I. The use of the mechanism of public-private partnership in the investment processes management in the context of digitalization. Cuestiones Políticas. T. 40. № 72 (2022): Pp. 368-384. Режим доступу: URL: https://surl.li/wlwyhe DOI: https://doi.org/10.46398/cuestpol.4072.20

							(Web of science) П.2. 1. Шукліна В.В. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на науковий твір №129916 «Економічні тригери ефективності підприємств малого і середнього бізнесу в складних умовах ринку» Дата реєстрації 12.09.2024. Київ: ДО «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій». 2. Шукліна В.В. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на науковий твір №130146 «Ситуаційний метод логістичного управління підприємств малого та середнього бізнесу» Дата реєстрації 24.09.2024. Київ: ДО «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій». 3. Шукліна В.В. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на науковий твір №130145 «Асертивна поведінка фахівця маркетингу в системі талант-менеджменту підприємства сучасного бізнесу» Дата реєстрації 24.09.2024. Київ: ДО «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій». 4. Шукліна В.В. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на науковий твір №129915 «Комерційні процеси формування міжнародних матеріальних потоків в маркетингу підприємств малого та середнього бізнесу за умов ринкової економіки» Дата реєстрації 12.09.2024. Київ: ДО «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій». 5. Шукліна В.В. Свідоцтво про реєстрацію

							авторського права на науковий твір №129868 «Цифрове середовище як платформа для удосконалення стратегії маркетингу соціальних мереж на підприємствах в ринковій економіці» Дата реєстрації 11.09.2024. Київ: ДО «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій». П.8. Рецензент наукового видання «Scientia fructuosa», включеного до переліку наукових фахових видань України за Наказом МОН України №1643 від 28.12.2019 з економічних наук (категорія «Б»). URL: https://surl.li/iwicwv П.12. 1. Шукліна В.В., Скорик А.С. Комерційні методи формування матеріальних потоків на підприємствах малого та середнього бізнесу в умовах повоєнного відродження: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Синергія науки і бізнесу у повоєнному відновленні регіонів України». ХНТУ, 24-26 квітня 2024 року; у 3-х т.; Т. 1. Одеса : Олді+, 2024. С. 501-504. URL: https://surl.lt/kqbqrk 2. Шукліна В.В., Прохорова Д.І. Цілі розробки та коригування SMM-методології підприємства в цифровому середовищі: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку». Хмельницький. ХНТУ. 2024. С. 225-229. URL: https://surl.li/qszrqj 3. Шукліна В.В., Прохорова Д.І. Маркетинговий контекст організації

							діяльності підприємства: збірник тез доповідей І-ї Науково-практичної конференції з міжнародною участю «Сучасні стратегії сталого розвитку держави та суспільства: наукові горизонти та перспективи». Хмельницький, ХНТУ. 2024. С.140-143. URL: https://surl.lu/stqdxp 4. Шукліна В.В., Юдін В. Р. Трансформація бізнес-моделей як чинник комерційного розвитку підприємства в умовах глобальної нестабільності. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку: матеріали VII Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції (м. Київ, 30.04.2026 р.). К.: КНУТД. 2026. С. 75-77. URL: https://surl.li/aoprux 4.Шукліна В.В., Новицька Д.С. Результативність стратегій управління людськими ресурсами в бізнес-екосистемах: компетенції, мотивація, культура. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Дніпро, 23 квітня 2026). Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2026. С. 237-239. URL: https://surl.li/fniuty П.14. 1.Керівництво здобувачкою Осадчою А., яка посіла І місце на І етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з менеджменту, 2026 р. (Наказ ХНТУ №149 від 28.05.2026 р.). 2.Керівництво здобувачкою Пастушенко М., яка посіла ІІІ місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з

							маркетингу, 2026 р. (Наказ ХНТУ №74 від 12.03.2026 р.). 3.Керівництво здобувачкою Прохоровою Дарією, яка зайняла І місце на І етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових (творчих) робіт з Маркетингу, 2024 р. (Наказ ХНТУ №118 від 27.05.2024 р.). 4.Керівництво студенткою Мельніченко А.О., яка зайняла ІІ місце на Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт за спеціальністю «Маркетинг» (Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку (м. Одеса)), 2023 р. П.19. 1. Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу» (2018 р. – до ц.ч.). Сертифікат № 283 від 25.09.2018 р. 2. Членкиня громадського об'єднання маркетологів України та СНД (2024 р. – до ц.ч.). Сертифікат від 03.08.2024 р. 4. Членкиня громадського об'єднання Міжнародної фундації науковців і освітян (2024 р. – до ц.ч.). Свідоцтво №ES2935, 01.09.2024 р.
98857	Набока Руслан Миколайович	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу	Диплом спеціаліста, Херсонський державний технічний університет, рік закінчення: 2001, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 062227, виданий 06.10.2010, Атестат доцента 12ДЦ 038957, виданий 16.05.2014	24	Професійна етика та академічна доброчесність	Інформація про підвищення кваліфікації: 1. Підвищення кваліфікації в Маріупольському державному університеті за Програмою професійного розвитку академічних менеджерів, що була реалізована Британською Радою в рамках спільного проєкту Міністерства освіти і науки України та Світового банку «Удосконалення вищої освіти в Україні заради результатів» (з 16 квітня по 19 вересня 2025 року). Свідоцтво про підвищення

							кваліфікації 1ПК26593428/0000079-25 від 19.09.2025 р. (6 кредитів ECTS / 180 годин). 2. Національна академія педагогічних наук України, ДЗВО «Університет менеджменту освіти», Центр післядипломної освіти. Підвищення кваліфікації за програмою: «Викладач вищої школи XXI століття: професіоналізм, інновації, розвиток» за категорією: Керівники, науково-педагогічні, педагогічні працівники закладів вищої освіти (з 27 листопада по 15 грудня 2025 року). Сертифікат ККПК №1004-2025 від 15.12.2025 р. (3 кредити ECTS / 90 годин). Кваліфікація відповідно п.38 Ліцензійних умов: П.1. 1. Кокорєва О.В., Набока Р.М. Стратегії адміністративного менеджменту у вирішенні кризових ситуацій. Ефективна економіка. № 8 (2024). https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/4457/4492 2. Набока Р.М., Бернацька І.Я., Короленко О.Б. Інноваційні моделі управління ланцюгами постачання у сфері торгівлі: аналіз ефективності. Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми, (7-8). 2025. Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України категорії «Б». https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.7-8.03 3. Фомішина, В. М., Набока, Р. М., Огородник Р.П. (2026). Формування механізму управління проєктами розвитку експортної діяльності підприємства. Актуальні питання економічних наук, (22). https://doi.org/10.5281/zenodo.19670147 4. Фомішина, В. М., Набока, Р. М. (2026).

							Міжнародні проєкти як інструмент розвитку аграрного підприємництва: досвід ЄС та можливості для України. Актуальні питання економічних наук, (23). https://doi.org/10.5281/zenodo.20483229 5. Пономаренко І.В., Набока Р. М., Лубковський С. А. Оцінювання несистемних ризиків корпоративного управління державних підприємств на основі методів машинного навчання. Актуальні проблеми економіки, 2026. № 7(301). С. 662–672. https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/07/7.26._topic_Ihor-Ponomarenko-Ruslan-Naboka-Serhii-Lubkovskyi-662-672.pdf П.3. 1. Фомішина, В. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / В. М. Фомішина, Р. М. Набока, Р. П. Огородник. – Хмельницький : ХНТУ, 2026. – 260 с. (Рекомендовано Вченою радою Херсонського національного технічного університету, протокол № 10 від 31 березня 2026 року, власний внесок 3,5 а.а.). http://eir.kntu.net.ua/jspui/handle/123456789/2785 П.8. Керівник наукової теми «Міжгалузеві бізнес-інтеграції у сфері виробництва товарів і послуг», номер державної реєстрації 0121U111785 (2021–2025 рр.) П.10. 1. Участь у міжнародному освітньому проєкті (член робочої групи) ERASMUS+ «QUARSU» - «Qualifications Recognition Support for Ukrainian Universities» (Наказ ХНТУ № 20 від 24.01.2022 р.).

							П.14. 1. Член конкурсної комісії І етапу Всеукраїнського Конкурсу студентських наукових робіт на факультеті міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу за спеціальностями 073 «Менеджмент» та 075 «Маркетинг» у 2022-2023 н.р. (Наказ ХНТУ №49 від 18.04.2023 р.). 2. Робота у складі журі Всеукраїнської студентської олімпіади з Менеджменту, Маркетингу та Логістики, проведеної на базі кафедри менеджменту, маркетингу і туризму у 2023-2024 н.р. (Наказ ХНТУ №53 від 04.03.2024 р.). 3. Член конкурсної комісії І етапу Всеукраїнського Конкурсу студентських наукових робіт на факультеті міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу за спеціальностями 073 «Менеджмент» та 075 «Маркетинг» у 2023-2024 н.р. (Наказ ХНТУ №65 від 18.03.2024 р.). 4. Член конкурсної комісії Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт з маркетингу, який відбувся 25-26.04.2024 р. на базі Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку (м. Одеса). (Наказ ДУІТЗ №01-02-40 від 04.03.2024 р.). https://suitt.edu.ua/wp-content/uploads/2024/03/01-02-40-vid-04.03.2024-konkurs-marketynh.pdf 5. Наукове керівництво здобувачкою (Піковська Поліна), яка зайняла призове місце на ІІ турі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за другим

							(магістерським) рівнем вищої освіти. Диплом III ступеня. (Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 27.06.2024 р.). https://surl.gd/qgdjvv 6. Наукове керівництво здобувачем (Маслов Данило), який зайняв призове місце на Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт з Маркетингу. Диплом I ступеня. Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, м. Одеса (24-25.04.2025 р.). https://surl.lt/xyttet П.19. 1. Член Всеукраїнської Громадської організації «Українська асоціація маркетингу» (2018 р.– до ц.ч.). Сертифікат № 285 від 25.09.2018 р. 2. Член Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (УАРМБО) (2026 р.), свідоцтво №1787.
464356	Берегова Галина Дмитрівна	Професор, Основне місце роботи	Міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу	Диплом спеціаліста, Херсонський державний педагогічний інститут імені Н.К. Крупської, рік закінчення: 1987, спеціальність: Українська мова та література, Диплом доктора наук ДД 002271, виданий 04.07.2013, Диплом кандидата наук ДК 019357, виданий 11.06.2003, Атестат доцента ДЦ 009880, виданий 16.12.2004, Атестат професора 12ПР 010142, виданий 22.12.2014	46	Філософія науки	Підвищення кваліфікації : Міжнародна програма підвищення кваліфікації керівників закладів освіти і науки, а також педагогічних та науково-педагогічних працівників «Видатні лідери сучасності та нобелівські лауреати: Вивчення досвіду та професійних досягнень для формування успішної особистості та трансформації оточуючого світу». International Historical Biographical Institute (Dubai – New York – Rome – Burgas – Jerusalem – Beijing) – з 18.08.2023 р. по 30.09.2023 р. (180 годин / 6 кредитів ЄКТС, з них інклюзивної освіти – 15 годин / 0,5 кредиту ЄКТС). Міжнародний сертифікат № 16126 від 30.09.2023 р. URL: https://surl.li/rwhvdc П. 1. 1. Berehova, H., Andruszkiewicz, F. Biophilosophy in the

							System of Higher Education as a Paradigm of the Preservation of Human Culture and Civilisation. The New Educational Review. 2024. № 75. P. 25-35. DOI: https://doi.org/10.15804/tner.2024.75.1.02 (Scopus). 2. Берегова Г. Просвітницька місія філософії освіти в сучасному світі. Філософія освіти. Philosophy of Education. 2023. Том 29. № 2. С. 48-59. DOI: https://doi.org/10.31874/2309-1606-2023-29-2-3 3. Берегова Г. Д. Філософія психології як поведінкова наука та навчальна дисципліна. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2024. № 4 (91). С. 458-462. DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2024.4.62 4. Берегова Г. Біофілософське знання крізь призму філософсько-освітніх підходів. Філософія освіти. Philosophy of Education. 2024. Том 30. № 1. С. 186-203. DOI: https://doi.org/10.31874/2309-1606-2024-30-1-11 5. Берегова Г., Костючков С. Світоглядно-формуючий потенціал філософських знань у системі професійної підготовки майбутніх фахівців у галузі соціальної роботи. Psychology Travelogs. 2024. № 4. С. 344-354. DOI: https://doi.org/10.31891/PT-2024-4-33 П. 3. Берегова Г. Д. Нариси з історії філософської думки : навчально-методичний посібник для студентів усіх спеціальностей. Херсон : Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2024. 224 с. Рекомендовано Вченою радою ХНТУ (протокол № 15 від 02.07.2024 р.). П. 8.

							1. Член редакційної колегії міжнародного журналу «Future Human Image», що індексується в бібліографічних базах (http://www.fhijournal.org/editorial-board/) 2. Науковий керівник наукової теми «Теорія і методика викладання загальноосвітніх дисциплін у технічних закладах вищої освіти» (держ. реєстр. № 0124U001848 від 07.02.2024 р.) – з 07.02.2024 р. по 31.12.2029 р. URL: https://surl.li/chvtht П. 12. 1. Берегова Г. Філософсько-освітній аналіз проблеми вибіркових дисциплін соціально-гуманітарного циклу. Актуальні проблеми викладання освітніх компонентів соціально-гуманітарного спрямування у вищій школі. Херсон : Херсонська державна морська академія, 2025. С. 61-65. https://surl.li/ilmzml 2. Берегова Г. Д. Філософське осмислення сучасних освітніх парадигм. Соціальні та гуманітарні технології: філософсько-освітній аспект : матеріали X Міжнародної науково-теоретичної конференції (м. Черкаси, 21–22 березня 2024 р.). Черкаси : ЧДТУ, 2024. С. 12-15. https://surl.li/acbjlr 3. Берегова Г. Д. Інтелектуалізація змісту філософського знання у вищій школі. Європейське майбутнє: філософсько-освітні студії : Збірник тез і доповідей (Частина 1). Херсон : вид-во ФОП Вишемирський В. С., 2024. С. 11-13. https://surl.li/ysvufh 4. Берегова Г. Д. Філософія освіти: психологічний конструктивізм і психофізична проблема. Філософія освіти в умовах сучасних викликів: цінності, стратегії, інноваційні практики : матеріали

							Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції, присвяченої Всесвітньому дню філософії (м. Полтава, 20 листопада 2024 р.). Полтава : ПАНО, 2024. С.6-10. URL: https://surl.li/vcandw 5. Берегова Г. Д. Філософія освіти як методологічний орієнтир сучасного педагога. Розвиток інноваційної компетентності педагога в закладах освіти : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Херсон, 26 жовтня 2023 р.). Херсон : КВНЗ «Херсонська академія неперервної освіти», 2023. С. 23-28. https://surl.li/fugqbb П. 14. 1. Робота у складі організаційного комітету: -І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисциплін кафедри загальноосвітніх гуманітарних та природничих дисциплін (Наказ ХНТУ № 25 від 05.02.2024 р.). URL: https://surl.li/jrupbr -І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Філософія» (Наказ ХНТУ № 39 від 18.02.2025 р.). URL: https://surl.li/mrmkdi 2. Робота у складі журі І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Філософія» (Наказ ХНТУ № 39 від 18.02.2025 р.). URL: https://surl.li/mrmkdi 3. Керівництво здобувачем освіти, який посів призове місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади: -Романюк В. П. – І місце у І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Філософія» в 2025 р. (Наказ ХНТУ № 89 від 14.04.2025 р.). URL:

							https://surl.li/cllqet -Білоус С. С. – ІІ місце у І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Філософія» в 2025 р. (Наказ ХНТУ № 89 від 14.04.2025 р.). URL: https://surl.li/cllqet -Зосимчук Д. Ю. – ІІІ місце у І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Філософія» в 2025 р. (Наказ ХНТУ № 89 від 14.04.2025 р.). URL: https://surl.li/cllqet П. 15. 1. Голова журі наукової секції «Філософія», «Релігієзнавство» ІІ етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів – членів Малої академії наук України у 2023/2024 навчальному році (Наказ управління освіти і науки Херсонської обласної державної адміністрації № 12 від 06.02.2024 р.). 2. Голова журі наукової секції «Філософія», «Соціологія» ІІ етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів – членів Малої академії наук України у 2025/2026 навчальному році (Наказ управління освіти і науки Херсонської обласної державної адміністрації № 18 від 03.02.2026 р.). П. 19. 1. Членкиня ГО «Українське товариство філософії освіти імені Марії Култаєвої» (ЄДРПОУ 45951423; свідоцтво № 34 від 31.10.2025 р.) 2. Член ГО «Глобальний погляд» URL: https://surl.li/ifvqwu
281953	Демченко Володимир Миколайович	Доцент, Основне місце роботи	Міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу	Диплом спеціаліста, Херсонський державний педагогічний інститут ім.	25	Українська наукова мова	Підвищення кваліікації: 1. Участь у конференції «Розвиток сучасної освіти і науки»

				Н.К.Крупської, рік закінчення: 1986, спеціальність: Українська мова та література, Диплом кандидата наук КН 012011, виданий 25.09.1996, Атестат доцента ДЦ 003667, виданий 21.12.2001			(Херсонський факультет Одеського державного університету внутрішніх справ, 25 жовтня 2022), 0,5 кредита, сертифікат, 22.10.22. 2. Участь у конференції «Публічне управління XXI століття: особливості воєнного і післявоєнного періодів» (Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, 27 квітня 2023), 0,5 кредита, сертифікат, 27.04.23 3. Участь і онлайн-програмі з підвищення кваліфікації з теми «Риторичний інструментарій публічного службовця», 0,2 кредита, сертифікат 059/01.11.24. 4. Стажування (підвищення кваліфікації) на кафедрі публічного управління, адміністрування і національної безпеки Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу з теми «Особливості викладання дисциплін суспільно-гуманітарного напряму в закладах вищої освіти», 6 кредитів ЄКТС (180 годин), сертифікат НВ-26-000382 5. Онлайн-курс «Цифрова екосистема розвитку громад, управління та бізнесу», червень 2026, 3 кредити, сертифікат ID 074/2026 6. Участь у конференції Викладання мов у закладах вищої освіти на сучасному етапі. Міжпредметні зв'язки, Харків, 4–5 червня 2026 р., 0,4 кредита, сертифікат від 05.06.26 П.1. 1.Демченко В.М. Державна мовна політика: сучасні виклики. Вісник ХНТУ. Публічне управління та адміністрування. 2022. № 1 (80). С. 77-84

							DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2022.1. URL: https://surl.li/zrkdby 2.Демченко В.М., Ковальська Н.М. Комунікативне середовище як мовнопсихологічне явище. Вісник ХНТУ. Публічне управління та адміністрування. 2023. № 2 (85). С. 240-247. DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.2.34 URL: https://surl.li/zqodbn. 3.Демченко В.М. Урахування в державній мовній політиці чинників органічного розвитку української мови. Вісник ХНТУ. Публічне управління та адміністрування. 2024. № 1 (88). С. 349-356. DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2024.1.49 URL: https://surli.cc/ctguhh 4.Демченко В.М., Лопушинський І.П., Ковнір О.І. «Українсько-російська двомовність» і «російськомовні громадяни» в Україні: об'єктивна реальність чи мовна колонізація? Координати публічного управління : електронне наукове фахове видання. 2025. № 1 (4). С. 110-137. DOI: https://doi.org/10.62664/cpa.2025.01 URL: https://surl.li/gdgwjw 5.Демченко В.М., Лопушинський І.П., Ковнір О.І. Зміни в правописі української мови як чинник національної безпеки. Зміни в правописі української мови як чинник національної безпеки. Координати публічного управління : електронне наукове фахове видання. 2025. № 2. С. 160-188. DOI: https://doi.org/10.62664/cpa.2025.02 URL: https://surl.li/eztkbt 6. Демченко В.М. Інформаційно-комунікаційні процеси в публічному управлінні: актуальні проблеми безпеки.

							Суспільство та національні інтереси. 2025. № 12(20). DOI: https://doi.org/10.52058/3041-1572-2025-12(20) 7. Демченко В.М. Мовна підготовка публічних управлінців: концептуальні виміри. Збірник наукових праць «Педагогічний альманах». 2025. № 58. DOI: https://doi.org/10.37915/pa.vi58 8. Демченко В.М. Особливості мовної підготовки студентів спеціальності D4 «публічне управління та адміністрування». Координати публічного управління : електронне наукове фахове видання. 2026. № 1. С. 154-168. DOI: https://doi.org/10.62664/cpa.2026.01 П.8. Відповідальний виконавець наукової теми «Модернізація механізмів державного управління в умовах європейської та євроатлантичної інтеграції України» (номер державної реєстрації 0120U103303 від 07.2020-12.2025) П.10 1. Відповідальний виконавець проєкту Освіторії (у межах реформи НУШ, у співпраці з UNESCO – відповідно до Програмного Договору № 4500515796 від 26.08.24 р.) П.12. 1.Демченко В.М. Можливі новації в українській мові: логічний вимір. Період трансформаційних процесів в світовій науці: задачі та виклики: матеріали II Міжнародної наукової конференції, м. Кривий Ріг, 10січня, 2024 р. / Міжнародний центр наукових досліджень. Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп, 2024. 552 с. С. 358-361. URL: https://surl.lu/akpozo 2.Демченко В.М.

							Мовлення управлінця: потреба вдосконалення. Державна політика щодо місцевого самоврядування: стан, проблеми та перспективи: збірник матеріалів 15-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції / за наук. ред. проф. О.В. Чепелюк, В.Д. Філіппової. Хмельницький: ХНТУ, 2024. С. 65-67. URL: https://surl.li/wgriwn 3.Демченко В.М. Принцип відходу від російської мови: логіка та виклики. Матеріали IV Міжнародної славістичної конференції, присвяченої пам'яті святих Кирила і Мефодія: «Слов'янська гуманітаристика в актуальних дослідницьких парадигмах» / за заг. ред. О.О. Маленко. Харків – Шумен: ХНПУ; ХІФТ, 2024. С. 93-96. URL: https://surl.lu/lehxie 4.Демченко В. Синергія духовного й матеріального в державній мовній політиці. Синергія науки і бізнесу 2026: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (ХНТУ, 22–24 квітня 2026 року) у 3-х т.; Т. 1 / за ред. О.В. Чепелюк. Львів-Торунь, 2026. С. 435–437. DOI: https://doi.org/10.36059/978-966-397-624-2 5.Олов'яннікова В., Демченко В. Державна мовна політика в Україні та її еволюція в період 1989–2019 років. Синергія науки і бізнесу 2026: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (ХНТУ, 22–24 квітня 2026 року) у 3-х т.; Т. 1 / за ред. О.В. Чепелюк. Львів-Торунь, 2026. С. 503–504. DOI: https://doi.org/10.36059/978-966-397-624-2 6.Демченко В.М. Очищення української мови права від російськомовних кальок. Актуальні

							проблеми української мови в адміністративному праві як чинника протистояння агресорові в російсько-українській війні» : тези доповідей науково-практичної конференції імені академіка академії АПН Юрія Делії (12 березня 2026 року) / за заг. ред. В. Галунька, В. Демченка. Київ: Академія адміністративно-правових наук, 2026. С. 19–22. URL: https://surl.lt/xwqepi П14 1. Керівництво здобувачем освіти, який посів призове місце на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади / Всеукраїнського конкурсу студентських наукових (творчих) робіт: Загрядська Валерія Сергіївна група 1УА, місце ІІІ Наказ ХНТУ від 09.04.2024 р. №81 Щодо нагородження переможців І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисциплін кафедри державного управління і місцевого самоврядування П.15 Член журі ІІ етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів – членів Національного центру «Мала академія наук України» (секція «Українська мова»): – наказ Управління освіти і науки Херсонської обласної державної адміністрації № 11 від 08.02.2023 року – наказ управління освіти й науки ХОДА від 28.01.25 № 19) П.19 1. Член-кореспондент Академії адміністративно-правових наук (м. Київ, довідка про діяльність 2024-2026 рр.)
281970	Ковальська Наталя Михайлівна	Доцент, Основне місце роботи	Міжнародних економічних відносин, управління і	Диплом спеціаліста, Херсонський державний	27	Педагогіка та психологія у вищій освіті	Підвищення кваліфікації 1. «Стратегії соціального інтелекту

			бізнесу	педагогічний інститут ім. Н.К.Крупської, рік закінчення: 1995, спеціальність: Праця та профорієнтація, Диплом магістра, Міжнародний університет бізнесу і права, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом магістра, Херсонський державний університет, рік закінчення: 2018, спеціальність: 053 Психологія, Диплом магістра, Херсонський національний технічний університет, рік закінчення: 2024, спеціальність: 035 Філологія, Диплом кандидата наук ДК 023316, виданий 14.04.2004, Атестат доцента 12ДЦ 0189993, виданий 18.04.2008, Атестат доцента АД 010720, виданий 06.06.2022			в освіті», Школа викладацької майстерності, ХНТУ, 02.07.2024 р., 0,1 кредити ECTS / 3 години. Сертифікат №Л-07-029049 від 02.07.2024 р. 2. «Психологічне здоров'я освітян», освітня платформа «реор4е» 14.09.2023 р., 0,2 кредити ECTS / 6 годин. Сертифікат №ПК-К 23-09/129 від 14.09.2023 р. 3. Гамбурзький університет (м. Гамбург, Німеччина) Project financed by German Academic Exchange Service DAAD Project ID57662757–Program «East – West Dialogue». Конфлікти в контексті підтримки біженців. 1.03.2023 р. – 31.08.2023 р., 180 годин / 6 ECTS, Сертифікат від01.09.2023 р. 4. «Психолого-фізіологічна стійкість освітян», освітня платформа «реор4е», 12.07.2023 р., 0,2 кредити ECTS / 6 годин, Сертифікат №ПК 23-07/093 від 12.07.2023 р. 5. «Академічна доброчесність як дієвий механізм забезпечення якості освіти», Національна академія педагогічних наук України ДЗВО «Університет менеджменту освіти», Центральний інститут післядипломної освіти, Український відкритий університет післядипломної освіти, 04.04.2023 р., 0,2 кредити ECTS / 6 годин, Сертифікат №2522/23Д від 04.04.2023 р. 6. «Психологічна стійкість для громадських організацій під час війни», онлайн-платформа «Зрозуміло», 0,2 кредити ECTS / 6 годин, Ідентифікаційний номер сертифікату: f798ce97548541b0a2452114d0d3c760 від 26.03.2023 р. 7. Педагог-коуч / педагог-фасилітатор: в системі дистанційної освіти: як надати імпульс учню? SCHOOL HUB (м. Полтава). 17.02.2022

							р., 0,1 кредити ECTS / 4 години, Сертифікат №22/6028 від 17.02.2022 р. URL: https://surl.li/oozjul П.1. 1.Ковальська Н.М., Копилова С.В. Системно-еволюційний підхід до концепту «soft skills». Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Психологія. Том 35 (74). № 3. К: Видавничий дім «Гельветика».2024. С.92-105. URL: https://surl.lu/pkvrta DOI https://doi.org/10.32782/2709-3093/2024.3/14 2.Ковальська Н.М., Демченко В.М. Психологічна готовність до швидкозмінних обставин як складова фахової компетентності публічних службовців Наукові перспективи. №10 (52). К.: ГНО «Всеукраїнська асамблея докторів наук з державного управління». 2024. С.1163-1176. URL: https://surl.li/fjztmv DOI: https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-10(52)-1163-1175 3.Ковальська Н.М., Демченко В.М. Управлінський конфлікт і медіація як засіб його вирішення. Вісник ХНТУ. № 3 (90). Херсон: ХНТУ. 2024. С. 352-359 URL: https://surl.li/fekbsu DOI: https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2024.3.44 4.Viacheslav Serhieiev, Volodymyr Gruntkovskiy, Dmytro Dzvinchuk, Dmytro Kharechko, Mark Liutyi,. Natalia Kovalska (2024) State policy, human capital and international economic relations in the context of reforming local self-government bodies through digitalization, artificial intelligence and socio-economic transformations. AD ALTA: JOURNAL OF

							INTERDISCIPLINARY RESEARCH. Vol.14 (2/XLIII). pp.31-36 (Web of Science). URL: https://surl.li/secrhz DOI:https://doi.org/10.33543/j.140243.31365.Ковальська Н.М., Копилова С.В. Системно-еволюційний підхід до концепту «soft skills». Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Психологія. Том 35 (74). № 3. К: Видавничий дім «Гельветика».2024. С.92-105. URL: https://surl.li/ntnhql DOI: https://doi.org/10.32782/2709-3093/2024.3/146.Kovalska N.M., Mysin B.Ye. Use of psychological terminology in the process of counseling english-speaking clients (psychological and translation perspectives) [Застосування психологічної термінології в процесі консультування англомовних клієнтів (психологічний та перекладацький аспекти)] Наукові інновації та передові технології. №4(44). К.: ГНО «Всеукраїнська асамблея докторів наук з державного управління». 2025. С. 1876-1889. URL: https://surl.li/mscwxa DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-4(44)-1876-18887.Ковальська Н.М., Мисін Б.Є. Етична підготовка лідера – публічного службовця. Суспільство та національні інтереси. Серія: Освіта/Педагогіка. №4 (24). К.: ГНО «Всеукраїнська асамблея докторів наук з державного управління». 2026. С.507-523. DOI: https://doi.org/10.52058/3041-1572-2026-4(24)-507-5228.Ковальська Н.М., Мисін Б.Є. Протидія сексизму в публічному просторі та в етичних

							вимірах публічної служби. Наукові інновації та передові технології. №5 (57). К.: ГНО «Всеукраїнська асамблея докторів наук з державного управління». 2026. С. 218-233. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2026-5(57)-218-233 П2 1.Ковальська Н.М. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на літературний письмовий твір практичного характеру «Програми дисциплін психологічного напрямку для студентів спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» № 128050 від 4.07.2024р. 2.Ковальська Н.М. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на літературний письмовий твір з ілюстраціями «Психологічна трансформаційна гра «ProfMovement» («Т-гра «ProfMovement» (ПрофДвижение)» № 128051 від 4.07.2024р. 3.Ковальська Н.М. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на літературний письмовий твір з ілюстраціями «Психологічна трансформаційна гра та метафоричні асоціативні карти «Вектор успіху» (Т-гра та МАК «Вектор успіху (Вектор успеха)» № 128052 від 4.07.2024р. 4.Ковальська Н.М. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на літературний письмовий твір з ілюстраціями «Методичні рекомендації до використання метафоричних асоціативних карт в українській версії «Місячний оракул»/ в російській версії «Лунный оракул» (Метафоричні асоціативні карти «Місячний оракул» /«Лунный оракул»)»

							№ 128053 від 4.07.2024р. 5.Ковальська Н.М. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на літературний письмовий твір з ілюстраціями практичного характеру «Психологічна трансформаційна гра «ГлибинаЯ» («Depth_I»)» № 139540 від 18.09.2025р. 6.Ковальська Н.М. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на літературний письмовий твір з ілюстраціями «Метафоричні асоціативні карти «GPS Зодіаку» № 139522 від 18.09.2025р. П.8. Відповідальний виконавець наукової теми «Модернізація механізмів державного управління в умовах європейської та євроатлантичної інтеграції України» (номер державної реєстрації 0120U103303 від 07.2020-12.2025) П.10 1. Участь у Міжнародному проєкті DAAD-2023«Конфлікти в контексті допомоги біженцям» (2023-2024) http://surl.li/rwguw, http://surl.li/rwgva, http://surl.li/rwgvc, http://surl.li/rwgvj Гамбурзький університет (Німеччина) П.12 1.Ковальська Н.М., Богадьорова Л.М. Невербальний аспект публічної комунікації //Державна політика щодо місцевого самоврядування: стан, проблеми та перспективи: збірник матеріалів 13-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції / за наук. ред. проф. О. В. Чепелюк, І. П. Лопушинського, Р. М. Плюща. - Хмельницький: ХНТУ, 2022. С.40-45.

							URL: https://surl.li/trdifz 2.Ковальська Н.М., Ковальський В.І. Роль інноваційного лідера в партисипативному управлінні освітою//Актуальні проблеми освітньої галузі України: матеріали Регіональної науковопрактичної конференції молодих учених (14 лютого 2023 року, м. Херсон) / за ред. Кузьменка В. В., Кохановської О. В. Херсон: КВНЗ «Херсонська академія неперервної освіти», 2023. С.75-77. URL: https://surl.li/kkkdfg 3.Ковальська Н., Малуха А. До проблеми формування позитивного іміджу політичного лідера. Сучасні стратегії сталого розвитку держави та суспільства: наукові горизонти та перспективи: збірник матеріалів І-ї Науково-практичної конференції з міжнародною участю/ за наук. ред. проф. О.В. Чепелюк, В.Д.Філіппової, В.М.Демченка. Хмельницький, 2024. С. 514 – 517. URL: https://surl.li/gdujuc 4.Ковальська Н., Богиня І. Особливості гендерної взаємодії у професіях типу «Людина-людина» //Сучасні стратегії сталого розвитку держави та суспільства: наукові горизонти та перспективи: збірник матеріалів І-ї Науково-практичної конференції з міжнародною участю/ за наук. ред. проф. О.В. Чепелюк, В.Д.Філіппової, В.М.Демченка. Хмельницький, 2024. С.431 - 434. URL: https://surl.li/fwmpxg 5.Ковальська Н. Публічні комунікації у повоєнному відродженні України/ Матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Синергія науки і бізнесу у повоєнному

							відновленні регіонів України (ХНТУ, 24–26 квітня 2024 року) у 3-х т. ; Т. 1 / за ред. О. В. Чепелюк. Одеса : Олді+, 2024. С. 323-326. URL: https://surl.li/mwtvfs 6.Ковальська Н., Козловська А. Комунікативна толерантність як важлива компетенція в глобалізованому академічному середовищі/ Збірник тез і доповідей І Міжнародної науково-практичної конференції «Європейське майбутнє: філософсько-освітні студії» (ХНТУ, 9-10 травня 2024 року). Ч.1/за ред. Г. Д. Берегової та ін. Херсон: вид-во ФОП Вишемирський В. С., 2024. С.384-387 URL: https://surl.li/luyuhi 7.Ковальська Н. Інтеграція вимірів комунікативної толерантності у діяльності публічних службовців/ “Публічне управління та адміністрування в Україні: євроінтеграційний поступ»: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції за міжнародною участю (Івано-Франківськ, 31 травня 2024 р.); за наук. ред. проф. І. І. Чудика, Д. І. Дзвінчука, І. П. Лопушинського; упоряд. Л. С. Мосора. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2024. С.855 - 857. URL: https://surl.li/mjftbc 8.Ковальська Н.М. Етимологія англомовної термінологічної лексики у галузі психології/ Сучасні методики навчання іноземних мов і перекладу в Україні та за її межами : матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф., 22 листопада 2024 р., [Переяслав] : зб. тез : електронна кн. у 2 ч. / Гол. ред. К. І. Мізін ; Університет Григорія Сковороди в Переяславі. Переяслав (Київ. обл.) : Домбровська Я.М.,

							2024. Ч. 1. С. 38-41 URL: https://surl.li/zwbufm 9.Горбунова А., Ковальська Н.М. Особливості політико-управлінського лідерства в Україні в умовах воєнного і повоєнного часу/ Державна політика щодо місцевого самоврядування: стан, проблеми та перспективи: збірник матеріалів 15-ї Всеукраїнської науково-практичної конференції (06 грудня 2024 р.) / за наук. ред. О.В. Чепелюк, В.Д. Філіппової, В.М. Демченка. Хмельницький: ХНТУ, 2024. С. 56-59 URL: https://surl.li/qycncz 10.Ковальська Н.М. Психологічна готовність управлінців до швидкозмінних обставин: проблеми та перспективи //Матеріали II Всеукраїнської науково-практичній конференції за міжнародною участю «Сучасні стратегії сталого розвитку держави та суспільства: наукові горизонти та перспективи» (Херсон, 25 лютого 2025 р.); за наук. ред. проф. І. І. Чудика, Д. І. Дзвінчука, І. П. Лопушинського; упоряд. Л. С. Мосора. Херсон :, 2025. С.378-381. URL: https://surl.li/rdmngt 9.Роль публічного управління у забезпеченні кіберстійкості держави// Публічне управління XXI століття: основні виклики післявоєнної відбудови : зб. наук. матер. XXV Міжнар. наук. конгресу [Електронний ресурс]. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. С.57-59 URL : https://surl.li/tjxhup П14 1. Керівництво студентом, який зайняв призове місце Всеукраїнського конкурсу творчих робіт (2024 р.) - Загрядська В.,

							Зубаль О., Сіданова О., Яковишин Р. 1 місце Всеукраїнський конкурс творчих робіт «Здоровий стиль життя – це..» (організатор: Асоціація психологів вищої школи України) П.19 1. Членкиня Міжнародної федерації арт-терапії та самореалізації особистості (2022 – 2023р.) 2. Членкиня Національної психологічної асоціації України (2022 – до 2026р.) 3. Членкиня Асоціації психологів вищої школи України (2021 – до цього часу) Посвідчення про членство №25/015
473803	Лебедєва Аеліта Володимирівна	Доцент, Сумісництво	Міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу	Диплом спеціаліста, Херсонський державний педагогічний університет, рік закінчення: 2002, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Англійська мова та література, російська мова та література, Диплом магістра, Херсонський державний університет, рік закінчення: 2003, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Мова і література (англійська), Диплом кандидата наук ДК 010604, виданий 30.11.2012, Атестат доцента АД 008992, виданий 27.09.2021	20	Іноземна мова для академічних цілей	Інформація про підвищення кваліфікації: 1. Стажування (підвищення кваліфікації) на кафедрі англійської філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (м. Івано-Франківськ) з теми «Новітні технології у викладанні лінгвістичних дисциплін із циклу професійної підготовки фахівця в ЗВО», довідка, 6 кредитів ЄКТС (180 годин), наказ № 267-К від 27 вересня 2022 року. 2. Участь у вебінарі «Designing a good guided discovery task» із серії вебінарів «Effective Materials in ELT» від TalkEn.Cloud Academy, 11 грудня 2024 р., сертифікат, 0,06 кредиту ЄКТС (2 години). 3. Участь у серії вебінарів (чотири) від Teacher Training Academy 2025, протягом 2025 року, сертифікат, 0,13 кредити ЄКТС (4 години). П.1 1. Номировський В.О., Лебедєва А.В. Особливості перекладу англійських абревіатур і скорочень у галузі комп'ютерних технологій на

							українську мову. Наукові записки. Серія: Філологічні науки. Випуск № 4 (207). Кропивницький: Видавничий дім «Гельветика», 2023. С. 175–179. DOI: https://doi.org/10.32782/2522-4077-2023-207-25 2. Stetsenko N.M., Lebedieva A.V. Student research as a part of future translators' professional training. Вісник науки та освіти (Серія «Педагогіка»): журнал. 2024. № 2 (20) 2024. С. 557-567. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-2(20)-557-567 URL: https://surli.cc/pdblca 3.Lebedieva A. V., Posadnieva O. M. Theoretical aspects of the study of financial and economic documentation translation peculiarities. Вісник науки та освіти (Серія «Філологія»): журнал. 2024. № 11 (29). С. 35-46. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-11(29)-35-46 URL: https://surl.li/qybuki 4. Lebedieva A., Kovalska N. Translation peculiarities of psychological terminology. Наукові праці МАУП. Філологія. 2024. Вип. 4(14). С. 50-54. DOI: https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.8 5. Lebedieva A.V., Shved D.V. Euphemisms as a Means of Informational Influence (a Case Study of Contemporary English-language Political Texts). Вісник науки та освіти (Серія «Філологія»): журнал. 2025. № 11(41) 2025. С. 168-177. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-11(41)-168-177 6. Lebedieva A.V., Lazarenko A.S. Recent loanwords as a result of English-Ukrainian language interaction: adaptation and functioning features. Вісник науки та освіти (Серія «Філологія»): журнал. 2026. № 6(48) 2026. С. 92–104.

							DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-6(48)-92-104 П.3. 1.Лебедєва А. В., Приходько О. О., Якушенко І. О., Байша К. М., Стеценко Н. М. Навчальний посібник для підготовки до складання ЄВІ з іноземної мови (англійської) : навч. посіб. Херсон : Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В. С., 2025. 174 с. (21,36 а. а.). (ISBN 978-617-8187-50-7 (електронне видання)). Рекомендовано до друку Вченою радою Херсонського національного технічного університету (протокол № 1 від 28.08.2025 р.). (Власний внесок – 4,27 а. а.). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17182758 П.8 Науковий керівник позабюджетної науково-дослідної теми кафедри галузевого перекладу та іноземних мов «Мова як засіб міжкультурної комунікації: теоретико-методичний та перекладацький аспекти» (01.01.2023 р. – 31.12.2027 р.). П.10 1. Участь у міжнародному проєкті «MultiEd» та програмі ERASMUS+: MultiEd professional development seminars «Introducing Digital and Media Literacy Education in Ukraine», сертифікат № 14.06.2023 – 42. URL: https://surl.li/svtsta 2. Участь у міжнародному проєкті «MultiEd» та програмі ERASMUS+: «CLIL Methodology in Ukraine: Sharing Experience», сертифікат № 27.06.2023 – 12. URL: https://surl.li/wpwqrb П.12 1.Lebedieva A.V. Postmodernism as a phenomenon in

							modern world culture and literature. Література: інтегрований підхід у викладанні : матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації, 4 березня – 14 квітня 2024 року. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2024. С. 75–78. URL: https://surl.lt/utzkia 2.Степанюк Н. В., Лебедєва А. В. Скорочення як лінгвістичний феномен. Іноземні мови у сучасному комунікативному просторі : збірник наукових праць за матеріалами XV Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Херсон, 4-5 квітня 2024 р.). Херсон, Хмельницький : Херсонський національний технічний університет, 2024. С. 83-84. URL: https://surl.li/yqeovj 3. Петрусенко А.І., Лебедєва А.В. Лексико-семантичні проблеми перекладу науково-технічних текстів. Іноземні мови у сучасному комунікативному просторі: збірник наукових праць за матеріалами XV Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, Херсон, 4–5 квітня 2024 р. Херсон, Хмельницький: Херсонський національний технічний університет, 2024. С. 205–208. – Мови: укр., англ., нім. URL: https://surl.li/yqeovj 4. Моісеєнко С. В., Лебедєва А. В. Скорочення в математичних текстах англійської та української мов. Current trends in scientific research development: Proceedings of the 4th International scientific and practical conference (Boston, USA, 14-16 November 2024). Boston: BoScience Publisher, 2024. Pp. 649-654. URL:

							https://surl.li/zzncem 5. Lebedieva A., Moiseienko S. Comparative analysis of vocabulary in texts of scientific style in English and Ukrainian. Scientific Exploration: Bridging Theory and Practice: Collection of Scientific Papers with the Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference (Berlin, Germany, December 9-11, 2024). European Open Science Space, 2024. Pp. 170-172. URL: https://surl.li/yhhkfj 6. Лебедєва А., Пінчук Т. Труднощі перекладу текстів офіційно-ділового стилю. Evolution and Improvement of Traditional Approaches to Scientific Research: LI International scientific and practical conference (Ljubljana, Slovenia, December 11-13, 2024). Ljubljana: Slovenia. International Scientific Unity, 2024. Pp. 168-171. URL: https://surl.li/ubrphb П.14 1. Керівництво постійно діючою студентською проблемною групою (напрям англійського перекладознавства та лінгвістики) ХНТУ (наказ ХНТУ № 245 від 26.11.2024 р.; наказ № 288 від 02.12.2025). 2. Керівництво здобувачами спеціальності 035 «Філологія»/В11 «Філологія (за спеціалізаціями)», які посіли призові місця на І етапі Всеукраїнської студентської олімпіади 2023–2024 н.р. з дисципліни «Англійська мова»: Паслєд В.О. – ІІ місце; Хорунжа В.Б. – ІІІ місце; Шпак С.В. – ІІІ місце (наказ ХНТУ № 82 від 09.04.2024 р.); Маланчій Т.О. – ІІ місце; Носаченко В.В. – ІІІ місце (наказ № 82 від 14.04.2025); 2025–2026 н.р. Пишний М.О. – І місце; Сологуб А.М. – ІІ місце; Лазаренко А.С. – ІІ місце; Засаднюк Д.В. – ІІІ місце (наказ № 101 від 02.04.2026).

							3. Член оргкомітету Олімпіади з англійської мови, член журі Олімпіади з англійської мови І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади для здобувачів освіти за спеціальністю 035 «Філологія» у 2023-2024 н.р. (наказ ХНТУ № 51 від 01.03.2024 р.). 4. Член конкурсної комісії І туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2024–2025 н.р. (наказ ХНТУ № 34 від 14.02.2025 р.); у 2025–2026 н.р. (наказ ХНТУ № 83 від 24.03.2026 р. 5. Співголова оргкомітету, голова журі Олімпіади з англійської мови І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади для здобувачів освіти за спеціальністю 035 «Філологія»/В11 «Філологія (за спеціалізаціями)» у 2024–2025 н.р. (наказ ХНТУ № 47 від 25.02.2025); у 2025–2026 н.р. (наказ ХНТУ №72 від 11.03.2026 р. 6. Член журі Всеукраїнського професійного творчого конкурсу студентських відеоробіт «Мій університет – моя історія» (англ. мовою), з нагоди 125-ї річниці Національного університету «Запорізька політехніка» (наказ № 482 від 23.10.2025). 7. Керівництво здобувачем, який зайняв призове місце у І турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей і спеціальностей у 2025-2026 н.р.: Лазаренко А., диплом ІІ ступеня (Наказ №149 від 28.05.2026). 8. Член журі Всеукраїнського студентського та учнівського конкурсу із перекладознавства до Міжнародного дня перекладача (наказ НУ «Запорізька політехніка» № 357 від 28.08.2026 р.).

							П.15 1. Голова журі у науковій секції «Зарубіжна література» наукового відділення літературознавства, фольклористики та мистецтвознавства Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів – членів Національного центру «Мала академія наук України» (наказ № 26 від 06.02.2024). 2. Проведення індивідуальних консультацій з написання, оформлення та представлення науково-дослідницьких робіт до Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів – членів Малої академії наук України у 2024-2025 н.р. (наказ № 83 - О від 04.10.2024). 3. Голова журі в секції «Англійська мова та англомовна література» наукового відділення філології Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів – членів Національного центру «Мала академія наук України» (наказ № 19 від 28.01.2025; наказ № 18 від 03.02.2026). П.19 1. Членство в Українській асоціації перекладачів (сертифікат № 15.5.0289/2023, дійсний до 31.12.2026 р.). 2. Членство в Асоціації міжнародного освітнього та наукового співробітництва. URL: https://me-l.co/snjuk42n 3. Членство у Всеукраїнській асоціації українських германістів (членський квиток № 0044 від 26.09.2025 р.).

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