

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Національна академія управління"
Освітня програма	11464 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
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	339
Повна назва ЗВО	Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Національна академія управління"
Ідентифікаційний код ЗВО	16476880
ПІБ керівника ЗВО	Єрохін Сергій Аркадійович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	http://nam.kiev.ua/

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/339>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	11464
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Магістр
Вид освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Термін навчання на освітній програмі	1 р. 6 міс.
Форми здобуття освіти на ОП	заочна, очна денна
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	<i>Кафедра фінансів, обліку та фундаментальних економічних дисциплін; Кафедра міжнародних економічних відносин; Кафедра соціально-гуманітарних дисциплін та іноземних мов; Кафедра комп'ютерних наук, інформаційних технологій та системного аналізу</i>
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	м. Київ, вул. Ушинського, 15, 03151
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	
Мова (мови) викладання	Українська

ID гаранта ОП у ЄДЕБО	68514
ПІБ гаранта ОП	Ермошенко Микола Миколайович
Посада гаранта ОП	Професор
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	mark2@nam.kiev.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(044)-242-10-57
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(067)-912-18-47

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

Необхідність підготовки фахівців у сфері маркетингу обумовлена тим, що попит на них досить великий, і це обумовлено тим, що на всіх сегментах ринку як на національному, так і на міжнародному рівнях, жодна організація не може працювати без маркетологів, при цьому у сфері маркетингу працюють як маркетингові відділи підприємств, так і окремі фахівці або спеціалізовані маркетингові компанії.

Підготовка магістрів маркетингу в Національній академії управління має довгу стабільну історію, тому дана освітньо-професійна програма (ОП) була розроблена із врахуванням освітніх традицій Академії відповідно до потреб ринку та сучасних тенденцій фахової освіти в маркетингу з метою підготовки сучасного багатопрофільного спеціаліста, готового до ринкових умов невизначеності, з професійною акцентуацією на сферу маркетингу, фахові компетентності якого будуть підкріплені знаннями і вміннями із суміжних сфер.

Для розроблення ОП було створено групу забезпечення. Голова групи забезпечення, гарант освітньої програми – Ермошенко Микола Миколайович, д.е.н., професор, завідувач кафедри, на якій розроблено дану ОП. До розроблення ОП та навчального плану було залучено деканів факультетів, завідувачів інших кафедр, що забезпечують навчальний процес, начальника навчального відділу.

У процесі розроблення ОП вивчалися освітньо-професійні програми інших ЗВО, були враховані інтереси та пропозиції від роботодавців, представників академічної спільноти, випускників, здобувачів вищої освіти ВНЗ «Національна академія управління».

У 2019 році освітня програма була переглянута та вдосконалена з урахуванням затвердженого Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» (наказ МОН України від 10 липня 2019 року № 960) та набули змін можливості здобувачів освіти щодо формування індивідуальної освітньої траєкторії. Група забезпечення ОП – доктор економічних наук, професор Ермошенко Микола Миколайович (гарант програми, голова групи забезпечення), кандидат економічних наук, доцент Серкутан Тетяна Вікторівна (член групи забезпечення), кандидат економічних наук, доцент Костинець Юлія Володимирівна (член групи забезпечення), кандидат економічних наук, доцент Іванишина Галина Сергіївна (член групи забезпечення).

5. Інформація про контингент здобувачів вищої освіти на ОП станом на 1 жовтня поточного навчального року та набір на ОП

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2019 - 2020	7	0	7	0	0
2 курс	2018 - 2019	11	3	8	0	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	11659 Маркетинг
другий	11464 Маркетинг

(магістерський) рівень	
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	<i>програми відсутні</i>

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	3089	2115
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	0	0
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	3089	2115
Приміщення, здані в оренду	0	0

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

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

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>c31f741d-20ae-4f98-bfe3-551e830efbc2.pdf</i>	+Dp0xIkRwP53eehFIAPQ4MGkosBrIY3JwjGdjBx7hD4=
Освітня програма	<i>11464_075 Osvitna programa-Market (Magist).pdf</i>	6yOSwSjw067VcvXinRBF5DM4d/srtcjhdoF8eEbMZY8=
Навчальний план за ОП	<i>c31f741d-20ae-4f98-bfe3-551e830efbc2.pdf</i>	+Dp0xIkRwP53eehFIAPQ4MGkosBrIY3JwjGdjBx7hD4=
Навчальний план за ОП	<i>11464_075M Navchalnii plan (marketing).pdf</i>	0ynwalBzBiA5DpAkIjKks0+g8A4pjC0K9kWKjCW6LgE=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Recenzia-Sherstuk.pdf</i>	ZbCZXnp6+vWmGpjYMErkKJS5BCmHWhvVemT9gHdFf7E=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Recenzia_Eshmatova.pdf</i>	Znp/Nto/eTpaxFycm55j1d1RII7HseKvwK9S551tQeA=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Recenzia-Soloha.pdf</i>	+Dp0xIkRwP53eehFIAPQ4MGkosBrIY3JwjGdjBx7hD4=

1. Проектування та цілі освітньої програми

Якими є цілі ОП? У чому полягають особливості (унікальність) цієї програми?

Цілями навчання за ОП, відповідно до Стандарту вищої освіти, є підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог

Особливість освітньо-професійної програми полягає у її науково-дослідницькій та прикладній орієнтації і багатопрофільності, що передбачає опанування базових освітніх компонентів галузі знань

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

Цілі освітньо-професійної програми «Маркетинг» повністю відповідають місії та стратегії розвитку ВНЗ «Національна академія управління». Так, у Стратегії розвитку Академії, яка розміщена на сайті Академії у відкритому доступі, визначено місію Академії: «Підготовка глобально конкурентоздатних, інноваційних та адаптивних професіоналів, які представлятимуть національну кадрову еліту для вирішення соціально-економічних завдань, що стоять перед Україною та міжнародною спільнотою» <https://nam.kiev.ua/files/mono/strategia.pdf>

Відповідно до місії основними стратегічними орієнтирами ВНЗ «Національна академія управління» є: служити всебічному вдосконаленню суспільства, стверджувати ідеали свободи, демократії та вільної конкуренції; сприяти інтелектуальному, соціально-економічному, культурному і етнічному розвитку України через експансію знань і нових технологій, втіленню їх у реальному житті. Активно сприяти прогресивним цивілізаційним трансформаціям України в глобалізаційному світі, зростанню інтелектуального капіталу для будівництва інноваційної економіки. Формувати найвищі стандарти в професійній підготовці фахівців конкурентоздатних на ринку праці.

Опишіть, яким чином інтереси та пропозиції таких груп заінтересованих сторін (стейкхолдерів) були враховані під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП:

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

Інтереси здобувачів вищої освіти та випускників програми були враховані при формулюванні цілей та програмних результатів навчання шляхом надання загальних та спеціальних компетентностей, визначених Стандартом вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю «Маркетинг», а також додаткових компетентностей, визначених ВНЗ «Національна академія управління». В процес підготовки та обговорення змісту і наповнення освітньо-професійної програми відповідними освітніми компонентами та формулювання додаткових компетентностей у 2019 році були залучені здобувачі вищої освіти та випускники програми шляхом запрошення до колективного обговорення через офіційний сайт Академії nam.kiev.ua. Також відбувалися усні бесіди із окремими студентами та випускниками та були розглянуті пропозиції від студентського самоврядування на засіданнях Вченої ради Академії, окремі з яких враховані.

- роботодавці

ВНЗ «Національна академія управління» має договори про науково-технічне співробітництво з різними організаціями та підприємствами. Згідно з ними керівники підприємств та провідні фахівці залучаються до процесу створення освітніх програм, навчальних планів та висловлюють свої побажання щодо організації і змісту освітнього процесу. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» була відправлена окремим роботодавцям на рецензування, які відзначили, що інтереси роботодавців враховані при визначенні цілей і програмних результатів навчання.

- академічна спільнота

При розробці освітньо-професійної програми враховано пропозиції членів групи забезпечення, викладачів кафедр Національної академії управління, що забезпечують освітній процес за даною ОП, та інших представників академічної спільноти.

Сформульовані пропозиції надали змогу побудувати освітньо-професійної програми на засадах органічного поєднання освітньої, наукової та практичної діяльності, забезпечити єдність та узгодженість етапів освітнього процесу, удосконалення системи компетенцій на основі гармонізації з професійними стандартами роботодавців, набуття здобувачами вищої освіти комунікативної компетентності, утвердження їх соціальної активності, самоорганізації, відповідальності тощо. Також на ОП отримано позитивну рецензію від д.е.н., професора, декана факультету економіки Донецького державного університету управління Солохи Дмитра Володимировича, який підтвердив, що структурно-логічна побудова даної освітньо-професійної програми та гармонійне поєднання обов'язкових та вибіркових навчальних дисциплін загальної і професійної та практичної підготовки орієнтовані на набуття студентами необхідних професійних компетенцій, що враховують актуальні потреби ринкового середовища, що динамічно змінюється

- інші стейкхолдери

Роботодавці, які були залучені до розроблення та рецензування ОП "Маркетинг" (рецензії яких додатні до даної ОП), відзначили, що Національна академія управління є таким закладом вищої освіти, що традиційно готує висококваліфікованих фахівців з основних економічних спеціальностей, зокрема з маркетингу, а рецензована освітньо-професійна програма другого (магістерського) рівня

вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг розроблена з урахуванням міжнародних вимог та вимог, що висуваються до майбутніх фахівців з маркетингу, а також базується на дисциплінах, які орієнтовані на теоретичні та практичні досягнення в галузі маркетингу, а потреби роботодавців відображені в програмних результатах навчання за рецензованою освітньо-професійною програмою

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

Цілі та програмні результати навчання освітньо-професійної програми узгоджуються з тенденціями розвитку спеціальності у напрямі здобуття майбутніми фахівцями поглиблених теоретичних знань, умінь і навичок практичної діяльності, інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання професійних завдань, у тому числі й інноваційного характеру з урахуванням сучасних тенденцій та особливостей вітчизняного та міжнародного ринків праці.

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

Під час формулювання цілей освітньо-професійної програми та програмних результатів навчання в Академії враховувалися галузеві та регіональні потреби у фахівцях за спеціальністю 075 "Маркетинг". Під час моніторингу особлива увага акцентувалася на забезпеченні фахівцями з маркетингу окремих підрозділів органів державної влади та управління, місцевого самоврядування, підприємств та організацій різних форм власності та видів бізнесової і комерційної діяльності, банків, страхових компаній, аудиторських фірм та експертних установ, закладах вищої освіти, фондах, благодійних товариствах тощо, що представляють галузевий та регіональний контекст спеціальності та ринку праці.

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

Під час розроблення освітньо-професійної програми вивчався досвід університету-партнеру Академії WSB University (Польща), Вищої школи ім. Богдана Янського у Варшаві (Польща) та вітчизняних ЗВО. Досліджувалися освітньо-професійні програми вітчизняних закладів вищої освіти з дотриманням академічної доброчесності. Цілі та програмні результати навчання за освітньо-професійною програмою у ВНЗ «Національна академія управління» були сформовані з метою досягнення студентами здатності ефективно використовувати професійні знання та навички в подальшій професійній та/або науковій діяльності.

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

На час розробки, формування та затвердження освітньо-професійної програми Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня (далі – Стандарт) був відсутній. Відтак, ОП та програмні результати навчання були зорієнтовані на дескриптори Національної рамки кваліфікацій. З набранням чинності наказу МОН України від 10.07.2019 р. № 960, яким затверджено Стандарт, було прийнято рішення переглянути ОП. Зокрема, з метою удосконалення освітньо-професійної програми та впровадження компетентісного підходу до публічного обговорення ОП були запрошені роботодавці, представники академічної спільноти, здобувачі вищої освіти. Рішенням Вченої ради Академії було затверджено зміни та доповнення до освітньо-професійної програми за спеціальністю 075 «Маркетинг». Суттєвих розбіжностей з результатами навчання, сформульованими в освітньо-професійній програмі та наведеними у Стандарті, не встановлено. А виявлені розбіжності у компетентностях та результатах навчання, сформульованих в освітньо-професійній програмі та запропонованих Стандартом зумовлені формою їх подання.

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?

Програмні результати навчання, які були визначені освітньо-професійною програмою (ОП) до затвердження Стандарту (наказ МОН України від 10.07.2019 р. №958), були узгоджені із вимогами Національної рамки кваліфікацій (НРК). Так за ОП Академії другий (магістерський) рівень вищої освіти відповідає восьмому рівню згідно з НРК. Порівняння компетентностей фахівця за ОП і НРК також не вказує на суттєві відхилення між їх змістовим наповненням. За НРК передбачено здатність особи розв'язувати складні задачі і проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. Відповідно до ОП зазначений підхід деталізується у програмних компетентностях, до яких віднесено знання з предметної сфери, когнітивні уміння та навички з предметної сфери, практичні навички з предметної сфери, а також загальні уміння та навички. Відтак до загальних умінь і навичок ОП віднесено здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу економічних процесів, явищ, механізмів та розуміння їх причинно-наслідкових зв'язків, що відповідає першій складовій компетентності особи за НРК. Друга складова компетентності особи за НРК

простежується у змісті загальних умінь і навичок ОП, зокрема щодо здатності до самостійного проведення досліджень та генерації нових ідей. Більш прагматичний зміст другої складової розкриває практичні навички з предметної сфери, що передбачає Здатність проводити науково-дослідну, аналітичну та інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та їх використання в різних сферах економіки. Подібні результати порівняльного аналізу спостерігаються зі змісту й інших програмних компетентностей ОП і НРК. Із затвердженням Стандарту, вченою радою Академії внесено зміни до ОП, що дозволило змістовно поліпшити програмні результати навчання з дотриманням положень Стандарту. Так, відповідно до розділу 5 Стандарту, визначено нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання, які, з урахуванням особливостей ОП, подані в ній у розділі як програмні результати навчання.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

90

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

90

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

23

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

Зміст ОП у повній мірі відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», галузі знань 07 Управління та адміністрування, що регламентується Стандартом вищої освіти за вказаною спеціальністю. Особливість даної освітньо-професійної програми полягає у її науково-дослідницькій та прикладній орієнтації і багатопрофільності, що передбачає опанування базових освітніх компонентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» і практичну підготовку для формування навичок у сфері маркетингової діяльності сучасних підприємств та організацій, що підтверджено рецензіями стейкхолдерів.

ОП спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. ОП має науково-дослідницьку та прикладну орієнтацією з такими професійними акцентами: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.

При підготовці здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти викладачами використовується можливості хмарних платформ: Office365 для аудиторної, самостійної роботи, формування кейсів, аналітичних оглядів, науково-дослідної роботи. Наприклад, у процесі вивчення навчальної дисципліни «Інформаційні системи в економіці» здобувачі отримують навички застосування комп'ютерної техніки та програмного забезпечення з метою пошуку, аналізу та обробки інформації, а також побудови програм та моделей з метою прийняття ефективних обґрунтованих управлінських рішень.

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

В Академії забезпечена можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, що регламентується ст. 62 ЗУ «Про вищу освіту», відповідно до якої для вибіркової дисципліни в ОП та навчальному плані передбачений бюджет часу, що становить не менше 25% загальної кількості кредитів ЄКТС. Формування індивідуальної освітньої траєкторії реалізується через право на: - вибір навчальних дисциплін; - самостійний вибір місця проходження практики; - вибір теми кваліфікаційної роботи; - вільне відвідування лекційних занять у зв'язку із працевлаштуванням за спеціальністю, доглядом за дитиною до 3-х або у разі потреби – 6-ти річного віку, доглядом за хворим родичем тощо. Проблем з формуванням індивідуальної освітньої траєкторії з боку здобувачів вищої освіти не виникало.

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

В Академії формування індивідуальних навчальних планів здобувачами вищої освіти здійснюється відповідно до принципів альтернативності та академічної відповідальності (недопущення нав'язування здобувачам вищої освіти певних вибіркових дисциплін в інтересах кафедр та окремих викладачів). Вибір навчальних дисциплін регламентується Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління». Дисципліни вільного вибору обираються здобувачами вищої освіти із запропонованого Академією структурованого переліку освітніх компонентів. Вибір дисциплін здобувачами вищої освіти першого курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти на весь термін навчання здійснюється протягом тижня від початку освітнього процесу. Вибір дисциплін передбачає такі етапи і процедури:

- у визначений період кожен здобувач вищої освіти під керівництвом куратора (тьютора) має можливість індивідуально ознайомитися з навчальними дисциплінами, які пропонуються для вибору - до завершення визначеного періоду здобувач вищої освіти має подати куратору (тьютору) заяву з переліком обраних навчальних дисциплін. Подані здобувачами вищої освіти заяви аналізуються навчальним відділом із залученням представників здобувачів цієї ОП (у кількості не менше ніж 2 особи). Після цього навчальні дисципліни у визначеному обсягу кредитів (годин), які були обрані більшістю здобувачів вищої освіти даного року набору, включаються до індивідуального навчального плану, та їх перелік доводиться до відома усіх здобувачів ОП. Здобувач вищої освіти, який не зробив свій вибір, вивчає навчальні дисципліни, які обрані більшістю інших здобувачів вищої освіти на ОП. Цей перелік враховується під час складання робочого навчального плану та розкладу навчальних занять. Вибрані здобувачем вищої освіти дисципліни включаються до індивідуального плану здобувача вищої освіти, є обов'язковими для вивчення та формують його індивідуальну освітню траєкторію. Здобувач вищої освіти в односторонньому порядку не може відмовитись від узгодженого переліку дисциплін. Крім цього, Академія може додатково надати здобувачу можливість вивчення будь-якої навчальної дисципліни на власний вибір здобувача з усіх, що викладаються у межах поточного навчального року в рамках інших ОП та рівнів освіти. Загальний обсяг вибіркових навчальних дисциплін за цією ОП складає 23 кредити ЄКТС, що становить 25% від загального обсягу кредитів, що передбачені програмою підготовки.

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

ОП передбачено проходження науково-дослідної практики (2 кредити ЄКТС), практичні заняття з навчальних дисциплін. Також відбуваються зустрічі з роботодавцями та ознайомчі екскурсії на підприємства, установи. У ході практичної підготовки формуються спеціальні (фахові) компетентності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності) та спеціальні (фахові) компетентності за вибірковим блоком (визначені закладом вищої освіти).

Останні тенденції свідчать, що сучасна економічна сфера потребує фахівців, здатних не просто обраховувати значення певних показників, аналізувати їх динаміку тощо, а розробляти на цій основі обґрунтовані управлінські рішення. Це також відрізняє спрямування практичної підготовки за ОП від суто креативно-маркетингових освітніх програм. Наприклад, ОП та навчальний план передбачають формування такої спеціальної (фахової) компетентності, як СК8. "Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування", що забезпечується викладанням обов'язкових компонентів циклу практичної та професійної підготовки, зокрема ОПП-1 "Маркетинговий менеджмент", ОПП-2 "Інтернет-маркетинг", ОПП-4 "Комерційна діяльність посередницьких організацій"

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

Вивчення освітніх компонентів упродовж навчання на ОП відбувається за допомогою активних тренінгових форм та методів, що сприяє максимальному використанню потенціалу, знань і досвіду кожного здобувача вищої освіти. Активно застосовуються такі методи навчання як проблемно-пошуковий, дослідницький, пояснювально-ілюстративний, кейсів, інтерактивний, самонавчання. Соціальні навички розвиваються за рахунок участі здобувачів вищої освіти у бізнес-форумах, професійних конференціях, формуванні сприятливого психологічного клімату на факультеті та в Академії, відсутності психологічних та адміністративних бар'єрів у спілкуванні з керівництвом факультету та Академії. Навички соціальної взаємодії, активної комунікації, відстоювання власної позиції та інші соціальні навички також відточуються під час публічних виступів на лекційних та семінарських заняттях, науково-дослідної практики, захисту кваліфікаційної роботи. Набуттю навичок комунікації в тому числі сприяє вивчення «Іноземної мови (за професійним спрямуванням)», що дозволяє розширити горизонти ділового спілкування, залучати до роботи іноземних фахівців, здобувати знання та навички за межами країни, проводити ділові переговори, заключати угоди. Академія застосовує компетентнісний підхід для забезпечення набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills).

Наприклад, таким загальним компетентностям, як ЗК4. "Здатність до адаптації та дії в новій ситуації" та ЗК5. "Навички міжособистісної взаємодії" відповідають такі результати навчання за ОП, як ПР4, ПР8, ПР14

Яким чином зміст ОП урахує вимоги відповідного професійного стандарту?

Для визначення компетентностей/результатів навчання, що визначають присвоювану після завершення навчання на ОП професійну кваліфікацію, Академія орієнтується на Національну рамку кваліфікацій, затверджену постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 із змінами та доповненнями, та Стандарту вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10 липня 2019 року, № 960. На міжнародному рівні EMQF – European Marketing Qualification Framework (Європейська маркетингова рамка кваліфікацій), яка розроблена Європейською маркетинговою конфедерацією (EMC), і яка враховує рекомендації Європейської рамки кваліфікацій (EQF) та інших європейських кваліфікаційних проектів. Перелік компетентностей та програмних результатів відповідає дескрипторам НРК, яка, в свою, чергу співвідноситься із Європейською рамкою кваліфікацій (EQF), чим забезпечується відповідність критеріям EMQF.

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

При формуванні аудиторного навантаження студента на 1 кредит ЄКТС виділяється від 30 до 50% аудиторного навантаження, решта часу – на самостійну роботу. На ОП здобувачі мають приблизно 16-18 годин аудиторного навантаження в робочому тижні. Такий розподіл, на наш погляд, є оптимальним з точки зору можливості створення умов для оволодіння матеріалом навчальних дисциплін. Аналіз обсягу навантаження здобувачів вищої освіти на конкретній ОП відбувається за результатами анкетування усіх здобувачів вищої освіти, що проводиться навчальним відділом, а також опитувань, що здійснюються науково-педагогічними працівниками у ході вивчення кожного окремого освітнього компонента. Питання навантаження у розрізі кожного освітнього компонента обговорюється на засіданнях кафедр та Вченої ради Академії та за необхідності вносяться зміни.

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

Дуальна форма освіти в Академії не використовується

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

<https://nam.kiev.ua/pravylya-pryyomu.html>

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

Правила прийому на навчання до ВНЗ «Національна академія управління» щорічно розроблюються Приймальною комісією відповідно до чинного законодавства, в тому числі Умов прийому на навчання до закладів вищої освіти України. Програми вступних випробувань формуються гарантом освітньо-професійної програми та провідними фахівцями із цієї спеціальності з урахуванням змін та тенденцій в освітньому середовищі, змін у правовому полі, досвіду інших ЗВО тощо. До початку вступної кампанії програми вступних випробувань переглядаються та затверджуються у встановленому порядку. Розробники програми вступних випробувань намагаються максимально врахувати специфіку освітньої програми (спеціальності), програми містять орієнтовний перелік питань для підготовки, список рекомендованої літератури. Для вступу за цією ОП правилами прийому передбачено складання Єдиного вступного іспиту та фахового вступного випробування. Для осіб, які вступають на основі здобутого рівня вищої освіти (освітньо-кваліфікаційного рівня), передбачено складання додаткового фахового випробування. Вступ здійснюється на конкурсній основі. Правила прийому на навчання до ВНЗ «Національна академія управління» із усіма додатками розміщено на сайті Академії.

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

ВНЗ «Національна академія управління» спирається на «Положення про організацію освітнього процесу», що включає порядок поновлення та відрахування студентів, затверджене у встановленому порядку та розміщене на офіційному веб-сайті, з урахуванням «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12 серпня 2015 р. № 579 на виконання п.23 частини першої статті 13 Закону України «Про вищу освіту». Окремі питання вступу для здобуття вищої освіти у ВНЗ «Національна академія управління» за

результатами навчання в інших ЗВО визначається Правилами прийому.

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

Для студентів освітньо-професійної програми "Маркетинг" другого магістерського рівня у Національній академії управління такі практики наразі не застосовувались.

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління» Положення доступне у відкритому доступі на сайті Академії за посиланням <https://nam.kiev.ua/files/mono/organ-osvit-prot.pdf>

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

Практика застосування даних правил на ОП наразі відсутня. Процедура визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління»

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Підготовка фахівців за ОП здійснюється за денною та заочною програмами навчання відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління» <https://nam.kiev.ua/files/mono/organ-osvit-prot.pdf>. Вибір методів навчання проводиться відповідно до змісту та особливостей кожної освітньої компоненти ОП: проблемно-пошуковий, дослідницький, пояснювально-ілюстративний, кейсів, інтерактивний, самонавчання тощо. Основними формами організації освітнього процесу на ОП, які сприяють досягненню програмних результатів є:

- навчальні заняття, основними видами яких на ОП є: лекція (проводяться з використанням словесних, наочних, інтерактивних методів і прийомів);
- семінарські, практичні заняття (проведення навчальних дискусій, імітаційні та ділові ігри, тренінги, вирішення кейсів);
- індивідуальні заняття;
- консультації;
- самостійна робота (із застосуванням практичного, пошукового, науково-дослідницького методів задля виконання завдань здобувачем вищої освіти під керівництвом викладача);
- практична підготовка, в тому числі науково-дослідна практика (має за мету набуття здобувачем вищої освіти професійних навичок і вмінь для подальшого використання їх у реальних виробничих умовах, виховання потреби систематично поновлювати свої знання і творчо їх застосовувати в практичній діяльності);
- контрольні заходи (екзамен, залік, модульні контрольні роботи, захист кваліфікаційної роботи тощо).

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

В Академії застосовується студентоцентрований підхід у виборі форм і методів навчання. Навчання студентів здійснюється за індивідуальними навчальними планами, які розробляються на підставі робочого навчального плану з урахуванням принципів академічної свободи. Навантаження студента по кожному компоненту складається з аудиторних занять, самостійної роботи та контрольних заходів. Студенту на основі принципів альтернативності та відповідальності надається можливість вибору дисциплін із вибіркового блоку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу. Під час проведення навчальних занять науково-педагогічні працівники застосовують активні методи навчання – ділові та дидактичні ігри, проблемні лекції, командний коучінг, роботу в малих групах, які сприяють особистісному розвитку студентів та формуванню атмосфери взаєморозуміння і довіри, налаштовують студентів на більш активний процес пізнання та самостійну роботу. Навчальний відділ, враховуючи побажання студентів, складає розклад навчальних занять, надаючи більше часу для виконання самостійної роботи та стимулювання наукової. В Академії існує практика проведення індивідуальних консультаційних днів для здобувачів вищої освіти по всіх навчальних дисциплінах ОП. Опитування здобувачів вищої освіти за ОП показали, що обрані традиційні та інтерактивні методи

навчання викликають у студентів інтерес та відзначаються ними як ефективні.

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

У процесі навчання відповідно до принципів академічної свободи забезпечується вільний вибір форм та методів навчання усіма учасниками освітнього процесу. Для досягнення мети заняття науково-педагогічні працівники за принципами академічної свободи самостійно, враховуючи відповідні форми навчання, визначають доцільність використання методів та обирають їх для проведення лекцій, семінарських, практичних занять і передбачають їх застосування під час вивчення дисципліни. Важливою є можливість використання результатів власних наукових досліджень учасників освітнього процесу під час обговорення проблемних питань та обґрунтування власної думки. Формування навчального плану студентів передбачає перелік обов'язкових та вибіркового дисципліни з метою задоволення їхніх освітніх потреб та посилення конкурентоспроможності та затребуваності на ринку праці. Академічна свобода студентів проявляється також при вільному обранні бази науково-дослідної практики, тем кваліфікаційної роботи.

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 *

Завдяки розміщенню ОП, навчального плану та робочих програм у відкритому доступі на сайті Академії здобувачі вищої освіти мають можливість до початку навчання отримати вичерпну інформацію щодо освітніх компонентів ОП, її цілей та змісту. Інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів подано у робочих програмах дисциплін, які також розміщені на сайті Академії, а також наведені у додатках до цього Звіту. Також здобувачі вищої освіти мають безкоштовний цілодобовий доступ до мережі Інтернет, електронного каталогу бібліотеки та інших ресурсів, що містять необхідну навчальну та наукову інформацію. ОП розміщена на сайті НАУ за посиланням <https://nam.kiev.ua/files/osvitna-programa-marketing-magistr.pdf> Також до початку навчального семестру працівники деканату надають інформацію здобувачам вищої освіти щодо загальних відомостей ОП, а науково-педагогічні працівники на першій лекції роз'яснюють цілі, зміст та очікувані результати навчання, особливості оцінювання, форм поточного та семестрового контролю тощо.

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

Під час реалізації ОП студенти беруть участь у процесі пізнання, обмінюються інформацією, аналізують її, зважують альтернативні думки, дискутують, моделюють ситуації, оцінюють дії інших і свою власну поведінку, приймають продумані рішення, тобто спільно розв'язують навчальні і наукові проблеми, занурюючись у реальну атмосферу наукового співробітництва. Реалізувати на практиці отримані під час навчання і дослідження знання здобувачі вищої освіти можуть приймаючи участь у науково-практичних конференціях, семінарах, круглих столах тощо, публікуючи матеріали власних досліджень у фахових виданнях. Здобувачі вищої освіти за ОП під керівництвом керівника кваліфікаційного дослідження обов'язково готують наукові статті, що виходять друком у щорічних «Збірниках наукових рефератів магістрантів Національної академії управління», а також друкують тези доповідей на конференціях, що проводяться Академією.

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

В Академії систематично оновлюють зміст освітніх компонентів на основі впровадження наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі та з дотриманням принципу академічної свободи. Зміст освітніх компонентів ОП, за потреб, оновлюють та корегують викладачі у відповідності до здійснених ними самостійно або у співпраці зі стейкхолдерами наукових досліджень, оновлення законодавчої та нормативно-правової бази. Процедура затвердження, моніторингу і періодичного перегляду освітніх компонентів включає такі кроки: 1) формулювання цілей і завдань ОП (обґрунтування своєрідності кожної освітньої компоненти з урахуванням думок роботодавців, фахівців і академічної спільноти; визначення в кожній програмі підготовки загальних і фахових компетентностей) 2) визначення кінцевих результатів навчання (опис того, що здобувач вищої освіти повинен знати, уміти і бути здатним продемонструвати після завершення навчання). Останнє оновлення ОП відбулося у зв'язку з затвердженням Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10 липня 2019 року, № 960. Також при оновлення освітніх компонентів враховуються: сучасні тенденції в маркетингу в результаті тісної співпраці з професіоналами-практиками, наукові досягнення у педагогічній галузі після проходження підвищення кваліфікації викладачів та міжнародного стажування, зміни до

законодавства у відповідній галузі та з дотриманням принципу академічної свободи. Викладачі аналізують компоненти освітніх програм та розробляють рекомендації щодо оновлення змісту, методів навчання і методичного забезпечення. На кафедрі проводиться постійна робота щодо уникнення дублювань змістовних частин різних освітніх компонентів та налагодження взаємозв'язку задля забезпечення структурно-логічної схеми викладання у контексті цілісності ОП.

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

В Академії підписані та реалізуються договори (меморандуми) про співробітництво з такими зарубіжними закладами освіти: WSB University (Польща) та JiangXi Fenglin College of Foreign Economy and Trade (Китай).

На основі підписаного меморандуму з JiangXi Fenglin College of Foreign Economy and Trade (Китай) була проведена II Міжнародна інтернет-конференція «Національна безпека у фокусі викликів глобалізаційних процесів в економіці» (12-14 жовтня 2018 року) в якій взяли участь та опублікували матеріали досліджень викладачі та студенти Академії.

Гарант програми М.М. Єрмошенко та члени групи забезпечення Костинець Ю.В. та Серкутан Т.В. регулярно відвідують закордонні ЗВО (Віденський університет, Австрія, Веронський та Падуанський університети Італія) та міжнародні організації (ЮНЕСКО, Франція) з метою вивчення кращих зарубіжних практик вищої освіти, організації освітнього процесу та проведення досліджень.

Відповідно до Статуту та Стратегії розвитку ВНЗ «Національна академія управління» здійснення заходів інтернаціоналізації діяльності закладу забезпечується у напрямках організації і проведення міжнародних конференцій, участі у міжнародних освітніх та наукових програмах, налагодження партнерських стосунків із зарубіжними ЗВО, здійснення обміну інформацією з напрямів освітньої діяльності, відрядження за кордон науково-педагогічних працівників для стажування, науково-педагогічної та наукової роботи.

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

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

В умовах реалізації компетентнісного підходу в Академії і під час контрольних заходів оцінюється рівень засвоєння студентом компетентностей та програмних результатів, що передбачені ОП. Усі завдання, що виконуються під час контрольних заходів, зорієнтовані на перевірку досягнення програмних результатів, передбачених РП навчальних дисциплін та ОП. Вони включають як практично-орієнтовані, розрахунково-аналітичні, так і теоретичні та дослідницькі аспекти. Вибір форми контролю за кожним освітнім компонентом зумовлений його місцем у формуванні програмних результатів ОП. На ОП до контрольних заходів належить поточний і підсумковий контроль. Поточний контроль застосовується з метою перевірки ступеня засвоєння матеріалу, розглянутого та обговореного під час навчальних занять, а також опрацьованого самостійно. Завданням поточного контролю також є вироблення навичок проведення розрахункових робіт, уміння усно чи письмово презентувати опанований матеріал, відстоювати власну позицію.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання студентів на певному освітньому ступені або на окремих його завершених етапах і передбачає семестровий контроль (залік або екзамен) та атестацію здобувачів. Завданням підсумкового контролю є перевірка розуміння студентами програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими темами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння сформулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо. За ОП, з урахуванням вибору вільних дисциплін, передбачено вивчення 18 навчальних дисциплін, з них 7 залікових, та 11 – екзаменаційних.

Підсумкова атестація здобувачів освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, що відповідає затвердженому Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10 липня 2019 року, № 960.

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

Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти забезпечується за рахунок прозорості, відкритості та максимальної об'єктивності відповідних процедур. Порядок поточного і підсумкового оцінювання знань студентів Академії регламентується відповідно Положення про організацію освітнього процесу <https://nam.kiev.ua/files/mono/organ-osvit-prots.pdf>

Оцінювання результатів навчання в Академії відбувається відповідно до вимог Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи та Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти. Форми контрольних заходів за освітніми компонентами визначаються в ОП та навчальних планах. Форми проведення заліків, екзаменів (усних, письмових) та критерії оцінювання уточнюються у робочій програмі та навчально-методичних вказівках з кожного освітнього компонента.

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

Інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання доводиться до здобувачів вищої освіти на початку навчального року, перед початком вивчення кожного окремого освітнього компонента науково-педагогічними працівниками, кураторами (тьюторами) курсів, деканом факультету. Здобувачі вищої освіти мають можливість ознайомитись на офіційному сайті Академії зі змістом ОП, навчальними планами, робочими програмами та навчально-методичними вказівками з навчальних дисциплін, у яких визначені форми контрольних заходів, конкретизовані критерії оцінювання.

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

Форма атестації здобувачів вищої освіти у повній мірі відповідає вимогам стандарту вищої освіти. Атестація здобувачів ОП здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, як і передбачено Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10 липня 2019 року, № 960. Відповідно до Стандарту, кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

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

Проведення контрольних заходів регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління», яке доступне для учасників освітнього процесу на офіційному веб-сайті Академії <https://nam.kiev.ua/files/mono/organ-osvit-prots.pdf>
Порядок здійснення атестації здобувачів вищої освіти регулюється Положенням про порядок створення, організації і роботи Екзаменаційної комісії у ВНЗ «Національна академія управління». Положення доступне для учасників освітнього процесу на офіційному веб-сайті Академії <https://nam.kiev.ua/files/mono/dek.pdf>

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

Об'єктивність екзаменаторів забезпечується наявністю чітких правил, процедур та критеріїв оцінювання, з якими ознайомлюються усі учасники освітнього процесу на початку вивчення освітнього компонента; уникненням неточних, абстрактних, некоректних завдань під час контрольних заходів, переважанням тестових технологій та розрахункових задач; валідністю, адекватністю за часом, обсягом, рівнем складності усіх завдань.

Об'єктивність екзаменаторів також забезпечується через доступність інформації щодо змісту контролю і критеріїв оцінювання, що дозволяє здобувачам своєчасно провести самоперевірку результатів навчання і самооцінювання можливостей.

За незгоди з оцінкою за захист кваліфікаційної роботи здобувач вищої освіти має право не пізніше наступного робочого дня, що слідує за днем оголошення результату захисту кваліфікаційної роботи, подати апеляцію на ім'я ректора.

Усі процедури, які стосуються запобігання та врегулювання конфлікту інтересів регулюються Положенням про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління» та Положенням про організацію освітнього процесу.

Прикладів застосування цих процедур на ОП не було.

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

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління», повторне складання екзамену або заліку з однієї і тієї ж дисципліни допускається не більше 2 разів: перший раз – викладачу, який провів лекції з навчальної дисципліни, другий раз – комісії, у разі невдалої спроби перескласти екзамен чи залік викладачу. Повторна ліквідація академічної заборгованості приймається комісією, яка призначається деканом факультету, як правило, під головуванням декана, у складі завідувача відповідної кафедри та викладача(ів) дисципліни. Повторне вивчення дисциплін регламентує процедуру ліквідації академічної заборгованості студентами Академії, які не виконали індивідуальний навчальний план семестру з навчальних дисциплін і під час семестрового контролю отримали оцінку «F» за шкалою ЄКТС, або не пересклали в установлені терміни дисципліни, з яких вони під час семестрового контролю отримали оцінку «FX» за шкалою ЄКТС.

Процедура повторного проходження контролю на дисциплінах ОП за перший рік навчання здобувачів не застосовувалась.

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

Право здобувача вищої освіти на апеляцію в разі виникнення сумнівів щодо оцінювання знань та об'єктивності виставленої оцінки передбачене у Положенні про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління». Оскарження процедури проведення та результатів контрольних заходів здобувачем вищої освіти відбувається на підставі письмової мотивованої заяви здобувача вищої освіти на ім'я ректора, погодженої деканом факультету. Прикладів застосування відповідних правил на ОП за перший рік навчання здобувачів не застосовувались.

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

Політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності містить Положення про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління», яке доступне на офіційному сайті за посиланням <https://nam.kiev.ua/files/ak-dobrochesnist.pdf>

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

Для виявлення порушень принципів академічної доброчесності зі сторони здобувачів вищої освіти за ОП, після подачі здобувачем на кафедру курсової чи кваліфікаційної роботи у відповідних один одному друкованому та електронному варіантах, виконується експертна оцінка та технічна перевірка роботи (за допомогою спеціалізованих програмних засобів, онлайн ресурсів для перевірки робіт на унікальність та наявність академічного плагіату <https://nam.kiev.ua/akademichna-dobrochesnist.html>) щодо ознак академічного плагіату.

Науково-педагогічний працівник, який керує кваліфікаційною роботою, приймає роботу до захисту роботу за умови позитивного висновку щодо відсутності у роботі, що подається до захисту, плагіату чи некоректних запозичень.

Рецензування кваліфікаційної роботи доручають висококваліфікованим фахівцям (науково-педагогічним і науковим працівникам) Академії, провідним спеціалістам установ та організацій. Рецензія повинна мати оцінку випускної роботи за прийнятою шкалою оцінки знань.

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

У своїй діяльності ВНЗ «НАУ» керується непорушними принципами академічної доброчесності та неухильним дотриманням вимог нормативно-правових актів.

Академія популяризує академічну доброчесність серед здобувачів вищої освіти ОП шляхом:

- роз'ясненням здобувачам вищої освіти цінностей академічної доброчесності;
- поясненням здобувачам вищої освіти видів порушень та відповідальності за порушення академічної доброчесності

Керівництво академії, а також куратори (тьютори) регулярно проводять роз'яснювальну роботу зі здобувачами. Для запобігання недотримання норм і правил академічної доброчесності серед здобувачів вищої освіти за ОП у Національній академії управління створена Комісія з питань академічної доброчесності та здійснюються наступні заходи:

- розміщення у відкритому доступі інформації про необхідність дотримання та наслідки порушення принципів академічної доброчесності на офіційному сайті Академії, у тому числі із розміщенням Положення про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління» та прямих посилань на безкоштовні онлайн ресурси для перевірки робіт на унікальність та наявність академічного плагіату;

- проведення тематичних семінарів та розповсюдження роз'яснювальних матеріалів щодо важливості дотримання принципів академічної доброчесності, професійної етики для здобувачів вищої освіти, педагогічних, науково-педагогічних та наукових працівників;

- ознайомлення здобувачів вищої освіти з правилами написання наукових і навчальних робіт, а також правилами опису джерел та оформлення цитувань.

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

Реакція на порушення академічної доброчесності унормована Положенням про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління». За порушення норм учасники освітнього процесу притягаються до відповідальності відповідно до Положення про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління» та вимог чинного законодавства України. Зокрема, здобувач може отримати: зауваження, попередження, догану, скасування результатів оцінювання.

У випадках порушення принципів академічної доброчесності здобувачами вищої освіти за ОП з ними проводиться виховна бесіда та дається 2 тижні на усунення недоліків.

6. Людські ресурси

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

Конкурсний добір викладачів ОП здійснюється у відповідності до Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників Вищого навчального закладу «Національна академія управління» (затвердженого Вченою радою та введеного в дію Наказом ректора № 12-ОД від 04.09.2015 р.) <https://nam.kiev.ua/files/mono/konkurs.pdf>. До рівня кваліфікації осіб, які можуть обіймати посади науково-педагогічних працівників Академії встановлені вимоги, що викладені у розділі 3 «Порядку проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад науково-педагогічних працівників Вищого навчального закладу «Національна академія управління». Додатково для оцінки рівня професіоналізму викладачів ОП проводяться такі заходи: під час конкурсного відбору учасником відбору (викладачем) проводиться пробне семінарське, практичне або лекційне заняття у присутності представника навчального відділу, завідувача кафедри, гаранта ОП; в Академії проводиться анкетування здобувачів вищої освіти за ОП з питань професійної діяльності викладача та якості викладання ним навчальних дисциплін. Науково-педагогічні працівники, що забезпечують підготовку за ОП відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної та/або досвід практичної роботи, а також володіють достатньою кількістю критеріїв визначених в переліку пункту 30 Ліцензійних умов.

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

ВНЗ «Національна академія управління» активно залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу, у тому числі за ОП «Маркетинг». Академія має договори про співпрацю з можливістю організації виробничої та науково-дослідної практики з такими підприємствами та організаціями як: Saturn Data International, компанією «Криптомір», інвестиційною компанією «КІНТО Інвест», Центральним казенним підприємством пробірного контролю, АТ «БАНК ФОРВАРД» та іншими. Здобувачі вищої освіти ВНЗ «Національна академія управління» беруть участь у днях кар'єри та ярмарках вакансій, під час яких вони можуть безпосередньо поспілкуватися з роботодавцями, заповнити заявки, подати резюме та працевлаштуватися <https://nam.kiev.ua/zaproshuiemo-na-den-kariery.html>

До прикладу 9 листопада 2018 року у Національній академії управління відбулася робоча нарада з питань підвищення рівня практичної спрямованості освітніх програм за участю керівництва Академії та генерального директора компанії "Криптомир". Під час наради були обговорені питання плану проведення спільних заходів між закладом вищої освіти і бізнес-компанією з метою підвищення якості підготовки фахівців. <https://nam.kiev.ua/osvitnia-spivpratsia.html>

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

ВНЗ «Національна академія управління» активно залучає до аудиторних занять на ОП професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців. Серед таких: Відкрита лекція для здобувачів вищої освіти на тему «Податкова та валютна політика України на сучасному етапі» від заслуженого економіста України Кірша О.В. <https://nam.kiev.ua/podatkova-ta-valiutna-polityka-ukrainy-na-suchasnomu-etapi.html> Відкрита лекція для студентів та викладачів Академії на тему «Проблеми становлення сучасної економічної системи України» від д.е.н., проф., академіка Гайдуцького Павла Івановича <https://nam.kiev.ua/lektsiia-problemy-standovlennia-suchasnoi-ekonomichnoi-systemy-ukrainy.html> Практичні семінари «Старт бізнесу» від бізнес-консультанта, засновника он-лайн бізнес-школи «Fast Management» Нестерова Федора Володимировича <https://youtu.be/uZ2ZxRzZigE> Відкрита лекція «Україна: від занепаду до процвітання» від відомого українського політика, економіста, голови Комітету Верховної Ради України з питань промислової політики та підприємництва Галасюка Віктора Валерійовича <https://www.youtube.com/watch?v=YeAAtr-PNrl&feature=youtu.be>

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

Відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Вищому навчальному закладі «Національна академія управління» (затвердженого Вченою радою та введеного в дію Наказом ректора № 8-ОД від 22.04.2016 р.). Академія забезпечує підвищення кваліфікації та стажування усіх науково-педагогічних працівників ОП не рідше одного разу на 5 років як в Україні, так і за кордоном.

Гарант програми Єрмошенко М.М. та члени групи забезпечення Костинець Ю.В. та Серкутан Т.В. відвідують закордонні ЗВО (Відень (Австрія), Верона, Падуа (Італія)) та наукові установи (ЮНЕСКО, Франція) з метою вивчення кращих зарубіжних практик надання вищої освіти.

Науково-педагогічні працівники, які забезпечують освітній процес на даній ОП та які мають педагогічний стаж до 10 років, підвищують кваліфікацію в Школі педагогічної майстерності Академії.

Метою школи є вдосконалення психолого-педагогічної майстерності науково-педагогічних працівників, оволодіння сучасними освітніми технологіями, формування індивідуального стилю професійної діяльності. Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників щодо організації та володіння технологіями інтерактивного навчання проводиться на спеціальних тренінгах та майстер-класах Академії, наприклад
<https://nam.kiev.ua/treninh-po-roboti-zi-scopus.html>
<https://nam.kiev.ua/kruhlyj-stil-didzhytalizatsiia-osvity.html>

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

Складовою системи моніторингу якості освітньої діяльності та стимулювання розвитку викладацької майстерності є щорічні Академічні конкурси: на здобуття премій Академії – «Меріголд» за різними номінаціями: кращий викладач, кращий науковець тощо. Мета конкурсів – підтримати підрозділи й окремих науково-педагогічних працівників, які мають суттєві здобутки у різних напрямках навчальної та виховної роботи. Конкурси проводяться відповідно до Положень та наказів ректора. Результати конкурсів оприлюднюються на офіційному сайті Академії. За результатами конкурсів проводиться урочисте нагородження найкращих викладачів дипломами переможців та преміювання.

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

Матеріально-технічна база Академії повністю пристосована для підготовки фахівців за ОП. Цілі та програмні результати навчання забезпечуються за рахунок наявності у Академії навчального корпусу, мультимедійних навчальних аудиторій, комп'ютерних класів, бібліотеки, читального залу, спортивної зали, гуртожитку, стовідсоткового забезпечення наявного контингенту здобувачів вищої освіти базами для проходження науково-дослідної практики. Освітній процес також повністю забезпечено навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях завдяки фондам наукової бібліотеки Академії, діяльності власного видавничого центру Академії та офіційного веб-сайту. Учасники освітнього процесу мають вільний доступ до електронних ресурсів, який може здійснюватися як у комп'ютерних класах з підключенням до локальної мережі, так і через Wi-Fi мережу Академії.

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

Задоволення потреб та інтересів здобувачів вищої освіти за ОП проводиться, у першу чергу, за рахунок впровадження елементів тьюторської системи викладання навчальних дисциплін, що забезпечує потреби здобувача вищої освіти у самовдосконаленні та всіляко сприяє його подальшому інтелектуальному, особистісному і професійному розвитку. Здобувачі вищої освіти Академії завжди мають можливість отримати допомогу та консультацію з будь-яких академічних та особистих питань, існують програми по наданню грантів та знижок на навчання. Здобувачі вищої освіти забезпечуються навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях, гуртожитком, мають можливість проходження військової кафедри, можливість займатися спортом, брати участь у науково-практичних конференціях, бізнес-форумах, професійних тренінгах та інших заходах організованих Академією та її партнерами. Офіційний сайт Академії та її соціальні мережі надають здобувачам ОП усю необхідну та актуальну інформацію, зокрема, своєчасно розміщує у вільному доступі розклад занять. Виявлення потреб та інтересів здобувачів вищої освіти відбувається за рахунок особистого спілкування та під час письмових опитувань.

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

Санітарно-технічний стан усіх навчальних приміщень Академії відповідає вимогам чинних норм і правил експлуатації. Із здобувачами освіти проводиться профілактична, роз'яснювальна робота щодо поведінки у разі виникнення ситуацій, які загрожують їх безпеці та здоров'ю. Додатково моніторинг безпеки освітнього середовища здійснюється через постійне індивідуальне спілкування кураторів (тьюторів) із здобувачами вищої освіти. Випадків загрози життю та здоров'ю, у тому числі психічному, здобувачів вищої освіти у межах освітнього середовища ВНЗ «Національна академія управління» не зафіксовано.

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

Академія надає здобувачам вищої освіти всебічну підтримку у інтелектуальному, професійному, соціальному розвитку та самовдосконаленню. Освітня підтримка здобувачів вищої освіти Академії здійснюється через тьюторську систему викладання, до кожного здобувача застосовується особистісно-орієнтований, студентоцентрикований підхід. Консультативна підтримка здійснюється через кураторів (тьюторів), викладачів навчальних дисциплін і керівників кваліфікаційних робіт. Організаційна підтримка проводиться шляхом повного матеріально-технічного та навчально-методичного забезпечення освітнього процесу і активного електронного супроводження освітньої діяльності, допомога здобувачам в управлінні послідовністю і часом навчання. Інформаційна підтримка також активно здійснюється шляхом розміщення інформації на офіційному веб-сайті та соціальних мережах Академії. Соціальна підтримка здійснюється через надання знижок та грантів на навчання.

Для врахування думки здобувачів щодо якості та об'єктивності системи оцінювання проводяться щорічні опитування здобувачів вищої освіти і випускників, а також моніторинг якості освітнього процесу, за результатами якого складається рейтинг за визначеними номінаціями (кращий студент року; кращий викладач року тощо).

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)

Здобувачів вищої освіти з особливими освітніми потребами на ОП не було.

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

Політика та процедури врегулювання конфліктних ситуацій у ВНЗ "Національна академія управління" регулюються відповідно до чинного законодавства України, а також Положенням про академічну доброчесність у ВНЗ «Національна академія управління» <https://nam.kiev.ua/akademichna-dobrochesnist.html> та Положенням про процедуру розгляду заяв, скарг, пропозицій учасників освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління» <https://nam.kiev.ua/files/polozhennia-rszp.pdf>, що опубліковані у відкритому доступі на веб-сайті Академії. Випадків виникнення конфліктних ситуацій вищезазначеного характеру під час реалізації ОП не було.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП регулюються Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління» <https://nam.kiev.ua/files/organ-osvit-prots.pdf>

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

Перегляд освітніх програм відбувається за необхідності за результатами їх щорічного моніторингу. Критерії, за якими відбувається перегляд освітніх програм, формуються як у результаті зворотного зв'язку із науково-педагогічними працівниками, здобувачами вищої освіти, випускниками і роботодавцями, так і внаслідок прогнозування розвитку галузі та потреб суспільства.

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

Здобувачі вищої освіти можуть долучитися до перегляду ОП кількома способами:

1. Взяти участь у публічному обговоренні ОП, запрошення до якого розміщено на сайті Академії <https://nam.kiev.ua/uvahazaproshuiemo-do-obhovorennia.html>
2. Висловити свої пропозиції та побажання щодо організації освітнього процесу та змісту ОП під час анкетування усіх здобувачів вищої освіти, що проводиться навчальним відділом, а також опитувань, що здійснюються кураторами (тьюторами), науково-педагогічними працівниками у ході вивчення кожного окремого освітнього компонента ОП.
3. Передати представникам студентського самоврядування, котрі винесуть дане питання на розгляд Вченої ради Академії
4. Подати їх до адміністрації Академії згідно з Положенням про процедуру розгляду заяв, скарг,

пропозицій учасників освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління» Після обробки матеріалів зведена інформація передається на розгляд Вченої ради Академії.

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

Студентське самоврядування у ВНЗ «Національна академія управління» діє на основі Положення про студентське самоврядування ВНЗ «Національна академія управління».

Голова студентського самоврядування входить до складу Вченої ради ВНЗ «Національна академія управління», що дозволяє мати зворотній зв'язок із здобувачами вищої освіти, у тому числі, здобувачами вищої освіти за ОП "Маркетинг", та розглядати питання організації та кадрового забезпечення освітнього процесу, навчально-виховної роботи, вдосконалення навчальних планів, програм, практичної підготовки здобувачів вищої освіти тощо за участі студентського самоврядування.

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

ВНЗ «Національна академія управління» має договори про науково-технічне співробітництво з різними організаціями та підприємствами. Згідно з ними керівники підприємств та провідні фахівці залучаються до процесу створення освітніх програм, навчальних планів та висловлюють свої побажання щодо організації і змісту освітнього процесу.

Також роботодавці можуть надати свої пропозиції та рекомендації щодо ОП через запрошення до участі у публічному обговоренні ОП на сайті Академії або безпосереднього подання на розгляд керівництву Академії під час щорічної зустрічі випускників, роботодавців та студентів

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

У ВНЗ «Національна академія управління» функціонує Асоціація випускників. Кількість членів асоціації налічує кілька тисяч осіб. Інформація щодо кар'єрного шляху та траєкторії працевлаштування випускників збирається шляхом опитування на щорічній Зустрічі випускників Академії <https://nam.kiev.ua/vidbulasia-zustrich-vypusknukiv.html>; опитування на зустрічах роботодавців та здобувачів вищої освіти Академії; збиранням інформації у соціальних мережах; заповненням анкет та Google-form.

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

Суттєвих недоліків у реалізації ОП виявлено не було. Але, у ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості освіти було виявлено, що здобувачі вищої освіти за ОП, як правило, пасивно відносяться до обрання дисциплін за власним вибором, та, в цілому, задоволені запропонованим ВНЗ «Національна академія управління» переліком навчальних дисциплін, відповідно до якого вони і обрали Академію серед інших ЗВО. Також у здобувачів вищої освіти за ОП виникають складності пов'язані з тим, що переважна кількість здобувачів-магістрів розпочинають роботу за спеціальністю ще під час навчання.

Зі сторони Академії була підсилена роз'яснювальна робота з питань вибіркового дисциплін загальної підготовки і дисциплін професійної та практичної підготовки, обрання індивідуальної освітньої траєкторії.

Для ефективного поєднання навчання та роботи вже працюючих здобувачів вищої освіти-магістрантів була запропонована можливість складання гнучкого індивідуального навчального графіку та збільшена кількість індивідуальних консультацій від викладачів.

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

ОП вноситься на акредитацію вперше, тому результатів зовнішнього забезпечення якості вищої освіти, що беруться до уваги під час удосконалення ОП, немає. Однак, керівництво Академії слідкує та бере активну участь у заходах з питань акредитації. Зокрема, член проектної групи Серкутан Т.В. брала участь у нарадах з питань акредитації, які були організовані Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти. Також, керівництво ЗВО та члени проектної групи ОП оперативно реагують на всі новації в процесі акредитації

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

Учасники академічної спільноти змістовно залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості

ОП шляхом участі в обговоренні ОП та надання пропозицій до неї. Серед них проводяться відповідні опитування, засідання кафедр присвячуються питанням якості і процедурам її забезпечення. До розгляду даної ОП було залучено представника академічної спільноти, д.е.н., професора Солоху Дмитра Володимировича, декана факультету економіки Донецького державного університету управління. Його рецензія на ОП "Маркетинг" міститься у відповідному файлі з ОП.

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

Для здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти у ВНЗ «НАУ» функціонують структурні підрозділи, які тісно взаємодіють один з одним та координують процес здобуття вищої освіти, а також підрозділами ЗВО у контексті здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти субординують академічні підрозділи – факультети, кафедри тощо.

проректор з наукової роботи, відділ аспірантури та докторантури та навчальний відділ, які займаються питаннями науки та навчально-методичної координації ОП, розробляють критерії оцінювання результатів навчання на всіх рівнях здобуття вищої освіти; відділ персоналу та студентів – забезпечує проведення конкурсів на заміщення вакантних посад в Академії, працевлаштування та ін.;

адміністративно-господарський відділ забезпечує умови для функціонування всіх учасників освітнього процесу, контролює безпечність освітнього середовища; колектив студентського самоврядування контролює захист прав і свобод здобувачів вищої освіти, організовує студентське дозвілля;

відділ забезпечення якості освіти проводить здійснення комплексу підготовчих заходів щодо організації та проведення акредитації НАУ, освітніх програм, з яких здійснюється підготовка фахівців; здійснення контролю за своєчасним оформленням ліцензій і сертифікатів, та переоформленням у разі закінчення їх терміну дії; розробляє рекомендації щодо покращення освітньої діяльності НАУ; кафедри та навчальний відділ здійснюють оперативне управління якістю освіти в межах своїх повноважень

9. Прозорість і публічність

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

Права та обов'язки учасників освітнього процесу регулюються Статутом ВНЗ «Національна академія управління», який розміщений у вільному доступі за посиланням <https://nam.kiev.ua/files/statut-nau.pdf>, Положенням про організацію освітнього процесу у ВНЗ «Національна академія управління» <https://nam.kiev.ua/files/organ-osvit-prot.pdf>

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

<https://nam.kiev.ua/uvahazaproshuiemo-do-obhovorennia.html>

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

Освітня програма: <https://nam.kiev.ua/files/osvitna-programa-marketing-magistr.pdf>

Навчальний план: <https://nam.kiev.ua/files/navchalnii-plan-marketing-magistru.pdf>

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

До сильних сторін освітньо-професійної програми слід віднести наступне:

1. розроблена ОП відповідає вимогам Стандарту вищої освіти та має мету, що відповідає стратегії ВНЗ «Національна академія управління»;
2. ОП має зв'язок з практикою, в той же час є уніфікованою та широкогалузеву, що дає змогу готувати фахівців більш широкого профілю, що досягається мультидисциплінарністю програми;
3. Дисципліни загальної підготовки забезпечують компетенції належного рівня розвитку інтелектуального потенціалу для вирішення проблемних професійних завдань у певній галузі національної економіки. Дисципліни професійної підготовки забезпечують здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі професійної діяльності з фокусуванням на науковій, дослідницькій, освітній, методичній та консалтинговій основах майбутньої професії

4. ОП має високий академічний потенціал, до групи забезпечення ОП входить доктор наук, професор та три кандидати економічних наук;
 5. до викладання навчальних дисциплін залучені кваліфіковані викладачі-практики;
 6. завдяки використанню у освітньому процесі елементів тьюторства в межах Академії як закладу вищої освіти, та на ОП у тому числі, вдалося встановити відкриту та тісну комунікацію між кураторами (тьюторами), викладацьким складом і здобувачами вищої освіти, що в результаті сприяє реальним крокам в напрямі імплементації студентоцентрованого підходу в реалізації ОП;
 7. результати опитування здобувачів вищої освіти за ОП свідчать, що вони задоволені запропонованим ВНЗ «Національна академія управління» переліком навчальних дисциплін, формами, методами та засобами навчання і контролю на ОП.
- До слабких сторін ОП можна віднести:
1. відсутність практики викладання навчальних дисциплін англійською мовою, що посилило б програмні результати навчання та значно розширило можливості академічної мобільності й більш широкого набору контингенту на ОП;
 2. відсутність дистанційної програми навчання.

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

Важливою компонентою найближчого перспективного розвитку ОП має стати підготовка за ОП іноземних громадян та осіб без громадянства, впровадження дистанційної форми навчання, що дасть змогу кількісно збільшити контингент здобувачів вищої освіти за ОП та вирішити питання отримання освіти здобувачів вищої освіти, які мають поєднувати навчання та роботу. Для цього ВНЗ «Національна академія управління» планує введення профільних навчальних дисциплін англійською мовою та поглибити практику використання комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, які забезпечують інтерактивну взаємодію викладачів та здобувачів вищої освіти на різних етапах освітнього процесу. Також планується оновлення переліку дисциплін вільного вибору для розширення можливості отримання нових компетентностей та результатів навчання і, як результат, більшої зацікавленості у них здобувачів вищої освіти. Враховуючи світові тенденції цифровізації, слід підсилити складову комп'ютерної підготовки здобувачів вищої освіти та оновити відповідне програмне забезпечення Академії з метою впровадження інноваційних навчальних дисциплін, зокрема впровадження таких дисциплін, як цифровий маркетинг, бізнес-аналітика, маркетинг соціальних мереж тощо.

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: Єрохін Сергій Аркадійович

Дата: 30.03.2020 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Виконання кваліфікаційної роботи	підсумкова атестація	11464_075.Kvalifikatsiina robota.pdf	5ZF8VLbqR6YFUoTV/wfOhr6Heq9CMYYSql1qpVL4pE=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Науково-дослідницька практика	практика	11464_075. Naukovo-doslidna praktika.pdf	irLs52o2vF8rrr9rlxgdyd6PY8E9tj8wWX+knWdM+H0=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Управління міжнародною конкурентоспроможністю	навчальна дисципліна	11464_075. DZP. Rob. progr. Upravlinna mignar. konkyrentospr.pdf	TceKY0i0P2XwofDxrh76URH66n2gj8BstiZhuUND6uc=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Товарна інноваційна політика	навчальна дисципліна	11464_075. DZP. Rob. progr. Tovarna innovasiina politika.pdf	oYDO0jOJrazjwrcIvNwIt5Cx0SKOxuVsqTyAQ7P/lj0=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Рекламний менеджмент	навчальна дисципліна	11464_075. DZP. Rob. progr. Reklamnii menedgment.pdf	6GWFdLZSFVoYk+8SSNAVA0toYvfOCSr3I59pLGIMAW=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Інформаційні системи в економіці	навчальна дисципліна	11464_075. PPP. Rob. progr. Informasiini sisnemu v ekonomisi.pdf	dzEKXcdoRtef7ple3Jy/5F5LAjsjwH+Zoj8fpWKQVf4=	Комп'ютерний клас з мережею та виходом до Інтернет (кількість комп'ютерів – 13), монітори 19" LG L194 WTS, вільно поширене ПЗ хмарної платформи Office Online, інженерно-математична програма Mathcad Express та її аналог SMath Studio Cloud для мобільних пристроїв на Android, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран

Маркетинговий менеджмент	навчальна дисципліна	11464_075. DZP. Rob. progr. Marketingovii menedgment.pdf	bjpPa4ptq2JNLDBb1J5k4EowsVFGdW+02aqYY4YWM78=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	11464_075. DZP. Rob. progr. Strategichnii marketing.pdf	OB2wiDneaGma0B9Qx3b2UY5b8ORLSUpLoEoDIVC4pQg=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Міжнародний менеджмент	навчальна дисципліна	11464_075. DZP. Rob. progr. Mignarodnii menedgment.pdf	mO1ytrRf3XkpFGzqlsKTKKSCpV0nf9nf56OHMxbfATY=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Методологія та організація наукових досліджень	навчальна дисципліна	11464_075. DZP. Rob. progr. Metodologia organizasia naykovih doslidg.pdf	NXjOurMsLKP7z5MnyhEjb+6Sjt/KB1QGtxSM57SxyXU=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Іноземна мова професійного спрямування	навчальна дисципліна	11464_075.DZP. Rob.progr. Inozemna mova.pdf	NkMZS+yjANOkrv87DpCY2p/yll4Ne0PmtRJWBRdAQk=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Глобальна економіка	навчальна дисципліна	11464_075. DZP. Rob. progr. Globalna ekonomika.pdf	j7W5Cn1GS5xB1uxKcaHulUo1A7I212e1lxYvFmBk9jl=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран, вільний доступ до Wi-Fi
Інтернет-маркетинг	навчальна дисципліна	11464_075. PPP. Rob. progr. Internet marketing.pdf	ECNV8mGcj9tafvc796td0aCDJEnbg9Atdnzsbs7iHs=	Комп'ютерний клас з мережею та виходом до Інтернет (кількість комп'ютерів – 13), монітори 19" LG L194 WTS, вільно поширене ПЗ хмарної платформи Office Online, інженерно-математична програма Mathcad Express та її аналог SMath Studio Cloud для мобільних пристроїв на Android, проектор ViewSonic PJ5111ID, проекційний екран
Комерційна діяльність посередницьких організацій	навчальна дисципліна	11464_075. DZP. Rob. progr. Komersiina dialnist poseredn. organiz.pdf	coT9ZFIUMaK0WFlbgth5q8BUyT7auLQ+DKBKXYQ61HU=	Лекційна аудиторія, ноутбук Toshiba Satellite L455, ОС Windows 7,

проектор
ViewSonic
PJ5111ID,
проекційний
екран, вільний
доступ до Wi-Fi

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

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

ID викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування
117241	Нестеренко Олександр Васильович	Виконуючий обов'язки професора			0	Інтернет-маркетинг	<p>кандидат технічних наук спеціальність: 05.13.06-автоматизовані системи управління та обробки інформації Диплом КД № 056223 від 03.04.1992 Тема кандидатської дисертації - «Організація програмно-технологічних засобів розподіленої інформаційно-обчислювальної системи масового розповсюдження комп'ютерної інформації»</p> <p>доцент кафедри інтелектуальних систем Атестат 12ДЦ №036655 від 21.11.2013</p> <p>Київський політехнічний інститут, Спеціальність: Автоматизовані системи управління; кваліфікація: інженер-електрик Диплом спеціаліста А-II № 097806 від 01.02.1975</p> <p>Почесне звання «Заслужений працівник сфери послуг України» ПЗ № 012355 від 22.08.2016</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: Сертифікат підвищення кваліфікації (професійного стажуванні) науково-педагогічних працівників (викладачів) у галузі «Системний аналіз та інформаційні технології» № ПС-17 04-10/2017 10.10.2017; Компанія «Сатурн Дейта Інтернешнл»</p> <p>Міжнародний проєкт «Сузір'я якості-2017», липень 2017 р., м. Одеса (сертифікат Української асоціації досконалості і якості від 01.07.2017, № СК-18/06.17/9101</p> <p>Міжнародна конференція користувачів продуктів Esri (Esri International User Conference), липень 2014 р., Сан-Дієго, США, спеціальна премія за досягнення в ГІС-технологіях (Special Achievement in GIS (SAG) award Підпункти 3, 8, 13, 15, 16, 17 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
51086	Ерохін Сергій Аркадійович	Професор			0	Методологія та організація наукових досліджень	<p>доктор економічних наук Спеціальність: Економічна теорія Диплом ДД № 004510 від 15.12.2005 Тема дисертації: "Теорія структурного реформування"</p>

						<p>національної економіки"</p> <p>професор кафедри фінансів та банківської справи Атестація 12ГР №005033 від 24.10.2007</p> <p>кандидат економічних наук Спеціальність: Політична економія Диплом ЕК № 015822 від 21.12.1983 Тема дисертації: "Механізм взаємодії продуктивних сил та виробничих відносин"</p> <p>Доцент по кафедрі політичної економії Атестація ДЦ № 030144 від 31.01.1991</p> <p>Київський інститут народного господарства ім. Д.С. Коротченка Спеціальність: Планування народного господарства Кваліфікація: Економіст Диплом спеціаліста з відзнакою Б-1 № 602584 від 30.06.197</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики» (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 105-18/Е від 06.07.2018 Підпункти 1, 2, 3, 4, 6, 8, 10, 11, 15, 16 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
317208	Радзівська Світлана Олександрівна	Доцент			0	<p>Іноземна мова професійного спрямування</p> <p>Кандидат економічних наук, 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини, диплом ДК № 062854 від 22.12.2010 р. Тема дисертації: "Вплив регіональної інтеграції на конкурентоспроможність економіки України", 2010 Кандидат філологічних наук, 10.02.04 – германські мови (англійська), диплом ДК № 051977 від 28.04.2009 р. Тема дисертації: "Семантичний простір концепту ДІМ в американській поезії ХХ століття"</p> <p>Доцент кафедри "Іноземні мови" Атестація 12 ДЦ №028616 від 10 листопада 2011 року.</p> <p>Київський національний лінгвістичний університет, 2000 р., спеціальність – "Мова та література (англійська мова)"; кваліфікація – філолог, викладач англійської мови та зарубіжної літератури КВ №12637831 від 05.06.2000 р.</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ДВНЗ "КНЕУ імені Вадима Гетьмана" Свідоцтво про підвищення кваліфікації 12СС 02070884/068775-18 03–19 грудня 2018 р. в Інституті післядипломної освіти</p>

						<p>за програмою "Міжнародні економічні відносини" тема "Якісна та кількісна оцінка процесів регіоналізації та глобалізації"</p> <p>Українська асоціація економістів-міжнародників, ІМВ КНУ ім.Тараса Шевченка, Міжнародна літня школа "Міжнародна торгівля: вільна торгівля, протекціонізм, справедлива торгівля – за і проти" 25-27 червня 2018 року</p> <p>МЗС, Дипломатична академія України імені Геннадія Удовенка Тематичний семінар підвищення кваліфікації працівників дипломатичної служби на тему "Security in the Eastern European neighbourhood. Theories and practices" тривалістю 18 годин. (Реєстраційний № 82 від 5 квітня 2018 р.) Підпункти 1, 2, 3, 13, 15, 17 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
51086	Ерохін Сергій Аркадійович	Професор			0	<p>Глобальна економіка</p> <p>доктор економічних наук Спеціальність: Економічна теорія Диплом ДД № 004510 від 15.12.2005 Тема дисертації: "Теорія структурного реформування національної економіки"</p> <p>професор кафедри фінансів та банківської справи Атестація 12ПР №005033 від 24.10.2007</p> <p>кандидат економічних наук Спеціальність: Політична економія Диплом ЕК № 015822 від 21.12.1983 Тема дисертації: "Механізм взаємодії продуктивних сил та виробничих відносин"</p> <p>Доцент по кафедрі політичної економії Атестація ДЦ № 030144 від 31.01.1991</p> <p>Київський інститут народного господарства ім. Д.С. Коротченка Спеціальність: Планування народного господарства Кваліфікація: Економіст Диплом спеціаліста з відзнакою Б-1 № 602584 від 30.06.197</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики» (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 105-18/Е від 06.07.2018 Відповідає пп. 1, 2, 3, 4, 6, 8, 10, 11, 15, 16 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
68514	Ермошенко Микола Миколайович	Професор			0	<p>Стратегічний маркетинг</p> <p>Доктор економічних наук, Спеціальність: 08.00.26. - економіка, планування та організація</p>

						<p>управління науково-технічним прогресом. Диплом ЭК №001613 від 16.05.1986 Тема дисертації: «Системная организация управления научно-техническим прогрессом в регионе»</p> <p>Професор за кафедрою «Економіка СРСР» Атестат професора ПР 007033 від 13.12.1990 р.</p> <p>кандидат економічних наук диплом ЭК № 004622 від 22.03.1978</p> <p>Старший науковий співробітник за спеціальністю "Економіка, організація управління і планування народного господарства" Спеціальність: Економіка, організація управління і планування народного господарства Атестат СН № 007958 від 01.03.1984</p> <p>Харківський інженерно-економічний інститут Спеціальність: Економіка та організація машинобудівної промисловості Кваліфікація: інженер-економіст Диплом спеціаліста Щ № 145210 від 27.06.1970</p> <p>Почесне звання «Заслужений діяч науки і техніки України» Диплом № 313 від 22.10.1992 Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики» (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 104-18/Е від 06.07.2018 Підпункти 1, 2, 3, 4, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 17 пункту 30 Ліцензійних умов</p>	
317208	Радзівська Світлана Олександрівна	Доцент			0	Міжнародний менеджмент	<p>Кандидат економічних наук, 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини, діплом ДК № 062854 від 22.12.2010 р. Тема дисертації: «Вплив регіональної інтеграції на конкурентоспроможність економіки України», 2010</p> <p>Доцент кафедри «Економічна теорія» Атестат 12 ДЦ №044756 від 15 грудня 2015 року.</p> <p>Київський національний економічний університет, 2004 р., спеціальність – «Міжнародна економіка»; кваліфікація – магістр з міжнародної економіки. Диплом з відзнакою КВ №25836675 від 25.09.2004 р. Підвищення кваліфікації / стажування: ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» Свідоцтво про підвищення кваліфікації 12СС 02070884/068775-18</p>

						<p>03-19 грудня 2018 р. в Інституті післядипломної освіти за програмою "Міжнародні економічні відносини" тема "Якісна та кількісна оцінка процесів регіоналізації та глобалізації"</p> <p>Українська асоціація економістів-міжнародників, ІМВ КНУ ім.Тараса Шевченка, Міжнародна літня школа "Міжнародна торгівля: вільна торгівля, протекціонізм, справедлива торгівля - за і проти" 25-27 червня 2018 року</p> <p>МЗС, Дипломатична академія України імені Геннадія Удовенка Тематичний семінар підвищення кваліфікації працівників дипломатичної служби на тему "Security in the Eastern European neighbourhood. Theories and practices" тривалістю 18 годин. (Реєстраційний № 82 від 5 квітня 2018 р.) Підпункти 1, 2, 3, 13, 15 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
68514	Ермошенко Микола Миколайович	Професор			0	<p>Маркетинговий менеджмент</p> <p>Доктор економічних наук, Спеціальність: 08.00.26. - економіка, планування та організація управління науково-технічним прогресом. Диплом ЕК №001613 від 16.05.1986 Тема дисертації: «Системная организация управления научно-техническим прогрессом в регионе»</p> <p>Професор за кафедрою «Економіка СРСР» Атестат професора ПР 007033 від 13.12.1990 р.</p> <p>кандидат економічних наук диплом ЕК № 004622 від 22.03.1978</p> <p>Старший науковий співробітник за спеціальністю "Економіка, організація управління і планування народного господарства" Спеціальність: Економіка, організація управління і планування народного господарства Атестат СН № 007958 від 01.03.1984</p> <p>Харківський інженерно-економічний інститут Спеціальність: Економіка та організація машинобудівної промисловості Кваліфікація: інженер-економіст Диплом спеціаліста Щ № 145210 від 27.06.1970</p> <p>Почесне звання «Заслужений діяч науки і техніки України» Диплом № 313 від 22.10.1992 Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних</p>

						студентських групах: методики, технології та світові практики" (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 104-18/Е від 06.07.2018 Підпункти 1, 2, 3, 4, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 17 пункту 30 Ліцензійних умов
317208	Радзівська Світлана Олександрівна	Доцент			0	Управління міжнародною конкурентоспроможністю Кандидат економічних наук, 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини, диплом ДК № 062854 від 22.12.2010 р. Тема дисертації: "Вплив регіональної інтеграції на конкурентоспроможність економіки України", 2010 Доцент кафедри «Економічна теорія» Атестат 12 ДЦ №044756 від 15 грудня 2015 року. Київський національний економічний університет, 2004 р., спеціальність – "Міжнародна економіка"; кваліфікація – магістр з міжнародної економіки. Диплом з відзнакою КВ №25836675 від 25.09.2004 р. Підвищення кваліфікації / стажування: ДВНЗ "КНЕУ імені Вадима Гетьмана" Свідоцтво про підвищення кваліфікації 12СС 02070884/068775-18 03-19 грудня 2018 р. в Інституті післядипломної освіти за програмою "Міжнародні економічні відносини" тема "Якісна та кількісна оцінка процесів регіоналізації та глобалізації" Українська асоціація економістів-міжнародників, ІМВ КНУ ім.Тараса Шевченка, Міжнародна літня школа "Міжнародна торгівля: вільна торгівля, протекціонізм, справедлива торгівля – за і проти" 25-27 червня 2018 року МЗС, Дипломатична академія України імені Геннадія Удовенка Тематичний семінар підвищення кваліфікації працівників дипломатичної служби на тему "Security in the Eastern European neighbourhood. Theories and practices" тривалістю 18 годин. (Реєстраційний № 82 від 5 квітня 2018 р.) Підпункти 1, 2, 3, 13, 15 пункту 30 Ліцензійних умов
68514	Ермошенко Микола Миколайович	Професор			0	Товарна інноваційна політика Доктор економічних наук, Спеціальність: 08.00.26. - економіка, планування та організація управління науково-технічним прогресом. Диплом ЕК №001613 від 16.05.1986 Тема дисертації: «Системная организация управления научно-техническим прогрессом в регионе»

						<p>Професор за кафедрою «Економіка СРСР» Атестат професора ПР 007033 від 13.12.1990 р.</p> <p>кандидат економічних наук диплом ЕК № 004622 від 22.03.1978</p> <p>Старший науковий співробітник за спеціальністю "Економіка, організація управління і планування народного господарства" Спеціальність: Економіка, організація управління і планування народного господарства Атестат СН № 007958 від 01.03.1984</p> <p>Харківський інженерно-економічний інститут Спеціальність: Економіка та організація машинобудівної промисловості Кваліфікація: інженер-економіст Диплом спеціаліста Щ № 145210 від 27.06.1970</p> <p>Почесне звання «Заслужений діяч науки і техніки України» Диплом № 313 від 22.10.1992 Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики» (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 104-18/Е від 06.07.2018 Підпункти 1, 2, 3, 4, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 17 пункту 30 Ліцензійних умов</p>
219124	Серкутан Тетяна Вікторівна	Доцент			0	<p>Рекламний менеджмент</p> <p>Кандидат економічних наук Спеціальність: Організація управління, планування і регулювання економікою Диплом ДК № 016103 від 09.10.2002 Тема дисертації: «Механізм управління інформаційним забезпеченням маркетингу промислових товарів»</p> <p>доцент кафедри маркетингу та підприємництва атестат 02ДЦ № 012058 від 20.04.2006</p> <p>Київський інститут народного господарства Спеціальність: Економіка праці Кваліфікація: економіст Диплом спеціаліста ПВ № 685661 30.06.1988</p> <p>Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики» (04.06.18 - 06.07.18); Сертифікат № ПК 112-18/Е від 06.07.2018</p> <p>Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників</p>

							(викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016 Підпункти 3, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 18 пункту 30 Ліцензійних умов
217673	Костинець Юлія Володимирівна	Доцент			0	Комерційна діяльність посередницьких організацій	Кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством Диплом ДК № 026614 від 26.02.2015 Тема дисертації: «Маркетингове управління розвитком ринку посередницьких послуг в Україні» Доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування Атестат АД №002225 від 23.04.2019 ВНЗ «Національна академія управління» за спеціальністю «Фінанси» Диплом магістра з відзнакою КВ №25720129 від 06.07.2004 Підвищення кваліфікації / стажування: ТОВ «Інститут сучасних освітніх технологій»: «Новітні дидактичні засади викладання професійних дисциплін у малокомплектних студентських групах: методики, технології та світові практики» (04.06.18 – 06.07.18); Сертифікат № ПК 107-18/E від 06.07.2018 Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників (викладачів) на тему: «Інтеграція вищої освіти України в загальноєвропейський простір» ДВНЗ «Ужгородський національний університет», з 04.05.2016 по 03.06.2016; Наказ №180/09 -28 від 4.05.2016 Сертифікат B2 Zentrum Jezykowe LANGO w Chechle Spoleczna Akademia Nauk від 20.09.2018 No. 31/18/19/k Підпункти 1, 2, 3, 8, 10, 11, 13, 15, 16 пункту 30 Ліцензійних умов
117241	Нестеренко Олександр Васильович	Виконуючий обов'язки професора			0	Інформаційні системи в економіці	кандидат технічних наук спеціальність: 05.13.06-автоматизовані системи управління та обробки інформації Диплом КД № 056223 від 03.04.1992 Тема кандидатської дисертації - «Організація програмно-технологічних засобів розподіленої інформаційно-обчислювальної системи масового розповсюдження комп'ютерної інформації» доцент кафедри

						інтелектуальних систем Атестат 12ДЦ №036655 від 21.11.2013
						Київський політехнічний інститут, Спеціальність: Автоматизовані системи управління; кваліфікація: інженер-електрик Диплом спеціаліста А-II № 097806 від 01.02.1975
						Почесне звання «Заслужений працівник сфери послуг України» ПЗ № 012355 від 22. 08.2016
						Підвищення кваліфікації / стажування: Сертифікат підвищення кваліфікації (професійного стажуванні) науково- педагогічних працівників (викладачів) у галузі «Системний аналіз та інформаційні технології» № ПС-17 04- 10/2017 10.10.2017; Компанія «Сатурн Дейта Інтернешнл»
						Міжнародний проєкт «Сузір'я якості-2017», липень 2017 р., м. Одеса (сертифікат Української асоціації досконалості і якості від 01.07.2017, № СК-18/06.17/9101
						Міжнародна конференція користувачів продуктів Esri (Esri International User Conference), липень 2014 р., Сан-Дієго, США, спеціальна премія за досягнення в ГІС- технологіях (Special Achievement in GIS (SAG) award Підпункти 3, 8, 13, 15, 16, 17 пункту 30 Ліцензійних умов

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

Програмні результати навчання ОП	Методи навчання	Форми оцінювання
<i>Виконання кваліфікаційної роботи</i>		
<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПР2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, пояснювально-ілюстративний</p>	<p>Поточний контроль, контроль дотримання стандартів академічної доброчесності, презентації, кваліфікаційна робота, попередній захист, захист</p>

<p>та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. ПР17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів.</p>		
---	--	--

Науково-дослідницька практика

<p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, пояснювально-ілюстративний, метод кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль, презентації, проектна робота, залік</p>
--	---	--

<p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПР17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів.</p> <p>ПР18. Застосовувати педагогічні технології та проводити заняття з фахових навчальних дисциплін відповідно до чинного законодавства</p>		
--	--	--

Управління міжнародною конкурентоспроможністю

<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.</p> <p>ПР 1.4. Визначати гео економічні стратегії країн та їх регіональні економічні пріоритети з урахуванням національних економічних інтересів та безпекової компоненти міжнародних економічних відносин в контексті глобальних проблем людства і асиметричності розподілу світових ресурсів.</p> <p>ПР.1.5 Досліджувати та аналізувати моделі розвитку національних економік за результатами використання різних діагностичних методологій провідних міжнародних організацій та обґрунтовувати шляхи досягнення їх стратегічних цілей в умовах динамічних</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, ігровий, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний, метод кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, залік</p>
---	---	--

<p>світогосподарських відносин. ПР.1.6. Здійснювати аналіз та оцінювання діяльності глобальних фірм (корпорацій, стратегічних альянсів, консорціумів, синдикатів, трастів тощо) з метою визначення їх конкурентних позицій та переваг на світових ринках ПР.1.7. Ідентифікувати зміни кон'юнктури світових та регіональних ринків під дією невизначених факторів, здійснювати їх порівняльний аналіз, критично оцінювати наслідки прийнятих рішень з метою прогнозування тенденції розвитку глобальних ринків</p>		
<i>Товарна інноваційна політика</i>		
<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорії та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. ПР17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів.</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, ігровий, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний, метод кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>
<i>Рекламний менеджмент</i>		
<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПР2. Вміти адаптовувати і</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, ігровий, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний, метод кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>

<p>застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.</p>		
<i>Інформаційні системи в економіці</i>		
<p>ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПР1.9. Здійснювати діагностику і моделювання фінансової діяльності суб'єктів господарювання</p> <p>ПР1.10. Застосовувати отримані знання в сфері менеджменту для прийняття обґрунтованих управлінських рішень</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, ігровий, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний, метод кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), лабораторні роботи, проектна робота, залік</p>
<i>Маркетинговий менеджмент</i>		
<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, ігровий, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний, метод кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>

<p>маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.</p>		
--	--	--

Стратегічний маркетинг

<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, ігровий, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний, метод кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>
--	---	--

<p>застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.</p>		
--	--	--

Міжнародний менеджмент

<p>ПР17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів.</p> <p>ПР 1.2. Розуміти шляхи й моделі інтеграції України в глобальний економічний простір та місце економіки України у глобальних вимірах стійкого розвитку</p> <p>ПР 1.3. Розуміти природу глобального економічного циклу, особливості сучасної теорії циклів, характерні риси сучасного циклу глобалізації, особливості прогнозування циклічного розвитку економіки</p> <p>ПР.1.6. Здійснювати аналіз та оцінювання діяльності глобальних фірм (корпорацій, стратегічних альянсів, консорціумів, синдикатів, трастів тощо) з метою визначення їх конкурентних позицій та переваг на світових ринках</p> <p>ПР.1.7. Ідентифікувати зміни кон'юнктури світових та регіональних ринків під дією невизначених факторів, здійснювати їх порівняльний аналіз, критично оцінювати наслідки прийнятих рішень з метою прогнозування тенденції розвитку глобальних ринків</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, ігровий, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний, метод кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>
--	---	--

Методологія та організація наукових досліджень

<p>ПР2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.</p> <p>ПР17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів.</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання тощо), презентації, залік</p>
--	--	---

Іноземна мова професійного спрямування

<p>ПР5. Презентувати та обговорювати</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький,</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль</p>
--	--	---

<p>результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПР17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів.</p>	<p>ігровий, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний, аудіювання, метод кейсів</p>	<p>знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, екзамен</p>
<p><i>Глобальна економіка</i></p>		
<p>ПР17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів. ПР 1.1. Демонструвати знання джерел та природи глобальних трансформацій при формуванні глобальної економіки та оперувати основними поняттями дисципліни ПР 1.2. Розуміти шляхи й моделі інтеграції України в глобальний економічний простір та місце економіки України у глобальних вимірах стійкого розвитку ПР 1.3. Розуміти природу глобального економічного циклу, особливості сучасної теорії циклів, характерні риси сучасного циклу глобалізації, особливості прогнозування циклічного розвитку економіки ПР 1.4. Визначати геоекономічні стратегії країн та їх регіональні економічні пріоритети з урахуванням національних економічних інтересів та безпекової компоненти міжнародних економічних відносин в контексті глобальних проблем людства і асиметричності розподілу світових ресурсів. ПР.1.6. Здійснювати аналіз та оцінювання діяльності глобальних фірм (корпорацій, стратегічних альянсів, консорціумів, синдикатів, трастів тощо) з метою визначення їх конкурентних позицій та переваг на світових ринках ПР.1.7. Ідентифікувати зміни кон'юнктури світових та регіональних ринків під дією невизначених факторів, здійснювати їх порівняльний аналіз, критично оцінювати наслідки прийнятих рішень з метою прогнозування тенденції розвитку глобальних ринків</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, ігровий, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний, метод кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, екзамен</p>
<p><i>Інтернет-маркетинг</i></p>		
<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, ігровий, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний, метод кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), лабораторні роботи, проектна робота, залік</p>

<p>ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.</p>		
--	--	--

Комерційна діяльність посередницьких організацій

<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології</p>	<p>Проблемно-пошуковий, дослідницький, ігровий, інтерактивний, пояснювально-ілюстративний, метод кейсів</p>	<p>Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), презентації, проектна робота, залік</p>
---	---	--

маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.		
--	--	--