

ЗАТВЕРДЖЕНО

рішенням Національного агентства
із забезпечення якості вищої освіти
протокол від 29 серпня 2019 р. № 9

ЗВІТ (ВІДОМОСТІ) ПРО САМООЦІНЮВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Звіт містить поля для відповідей на відкритих запитань двох видів: «коротке поле» (не більше 1500 символів з пробілами) та «довге поле» (не більше 3000 символів з пробілами).

Загальні відомості

Інформація про ЗВО

Реєстраційний номер ЗВО (ВСП ЗВО) у ЄДЕБО	34
Повна назва ЗВО	Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського "Харківський авіаційний інститут"
Ідентифікаційний код ЗВО	2066769
ПІБ керівника ЗВО	Нечипорук Микола Васильович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	http://khai.edu
ВСП ЗВО	-
Повна назва ВСП ЗВО	-
Ідентифікаційний код ВСП ЗВО	-
ПІБ керівника ВСП ЗВО	-
Посилання на офіційний веб-сайт ВСП ЗВО	-

Загальна інформація про освітню програму, яка подається на акредитацію

ІД освітньої програми в ЄДЕБО	28009 – Маркетинг
Назва ОП	Маркетинг
Реквізити рішення про ліцензування спеціальності на відповідному рівні вищої освіти	наказ МОН від 26.06.2018 № 1364-л, (на строк навчання)
Цикл (рівень вищої освіти)	Магістр

Галузь знань, спеціальність та (за наявності) спеціалізація	07 Управління та адміністрування
Структурний підрозділ, що забезпечує реалізацію ОП	Кафедра економіки та маркетингу
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	немає
Мова (мови) викладання	Українська
ПІБ та посада гаранта ОП	Доронін Андрій Віталійович завідувач кафедри менеджменту, професор

Загальні відомості про ОП, історію її розроблення та впровадження

довге поле

Підготовку фахівців за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньо-професійною програмою «Маркетинг» другого (магістерського) рівня було розпочато на кафедрі економіки та маркетингу (каф. 605) в 2018 році після отримання Ліцензії (наказ МОН від 26.06.2018 № 1364) на впровадження освітніх послуг на другому (магістерського) рівні за спеціальністю 075 «Маркетинг» у галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Гарантом освітньо-професійної програми є доктор економічних наук, професор по кафедрі менеджменту, професор Доронін Андрій Віталійович.

Кафедра має багаторічний досвід підготовки фахівців з маркетингу. З 2004 року було розпочато на кафедрі економіки та маркетингу Національного аерокосмічного університету ім. М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» підготовку маркетологів-бакалаврів. У 2004–2016 р. здійснювалась підготовка на освітньо-кваліфікаційному рівні спеціаліст за спеціальністю 7.03050701 «Маркетинг».

Впровадження даної ОПП було викликано наявністю стійкого попиту на ринку праці на маркетологів вищої кваліфікації для різних галузей економіки, які мають необхідні компетенції для забезпечення розвитку підприємств.

При розробленні освітньої програми «Маркетинг» враховувалися інтереси стейкхолдерів освітнього процесу, рекомендації Української асоціації маркетингу, Маркетингового агентства New Image Marketing Group, Inc, Корпорації «Богдан», рекомендації потенційних роботодавців.

Підготовка магістрів за освітньою програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» відрізняється адаптованістю до потреб підприємств аерокосмічної галузі України, сфери ІТ-технологій, а також конкретних підприємств, зацікавлених в наших випускниках.

Зміст підготовки фахівців відповідає як потребам регіону (Харківська область), так і погребам України.

Підготовка здобувачів проводиться відповідно до стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для другого магістерського рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства і науки України 10.07.2019 № 960.

Проведено оновлення ОП та її методичного забезпечення з урахуванням змін і розвитку у галузі, пропозицій та зауважень з боку стейкхолдерів освітнього процесу, щодо окремих методів навчання та методів оцінювання освітніх компонентів. Викладачі кафедри економіки та маркетингу, яких залучено до викладання на освітній програмі, мають досвід науково-педагогічної роботи, відповідну кваліфікацію, науковий ступінь або вчене звання та їх активність відповідає Ліцензійним вимогам надання освітніх послуг у ЗВО.

Таким чином, університет має багаторічний досвід підготовки кадрів за спеціальністю «Маркетинг», наукові та методичні доробки, налагоджений зв'язок з підприємствами, базами практик.

Поля для завантаження загальних документів:

<i>Назва/опис документа(ів)</i>	<i>Поле для завантаження документів</i>
*Освітня програма	X
*Навчальний план за ОП	X
Рецензії та відгуки роботодавців	X

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Метою освітньої програми є підготовка магістрів з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання.

Унікальність програми «Маркетинг» у Національному аерокосмічному університеті ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» полягає в орієнтації на поєднання фахової підготовки з сучасними науковими дослідженнями, високому рівні оволодіння цифровими технологіями, та враховує специфіку використання маркетингу в управлінні підприємствами, актуальними питаннями міжнародного маркетингу.

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

Місія Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ» полягає у розвитку аерокосмічної галузі в Україні та в світі шляхом

підготовки висококваліфікованих фахівців і проведення наукових досліджень у сферах авіації, космонавтики, машинобудування, інформаційних технологій, а також в суміжних галузях, яка обумовлює стратегічні напрями університету.

Цілями освітньо-професійної програми «Маркетинг» є підготовка магістрів із маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання, що повністю відповідають місії та стратегії розвитку Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», так як метою освітньої програми є підготовка фахівців, здатних ідентифікувати та розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу у тому числі на підприємствах аерокосмічної галузі в Україні.

(«Стратегія розвитку Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» (ХАІ) на 2019/2029 роки» – <https://khai.edu.ua/university/universitet-sogodni2/publichnaya-informaciya/publichnaya-informaciya-v-nacionalnomu-aerokosmichnomu-universiteti-im.-m.-e.-zhukovskogo-harkivskij-aviacijnij-institut/>)

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 *коротке поле*

Інтереси здобувачів вищої освіти було враховано під час формування цілей та програмних результатів навчання таким чином: передбачено досягнення мети навчання; умов формування та розвитку професійних компетенцій, оволодіння навичками, які є властивими для сучасного маркетолога, готовності до працевлаштування. Оскільки акредитація є первинною, то випускників на зазначеній ОПІ ще немає, то вважаємо доцільним провести корегування результатів навчання вже після випуску відповідних освітніх компонентів до 30 %, інші часткові результати навчання стосовно дисциплін фахової спрямованості, планується посилити дисципліни, спрямовані на опанування цифрового простору та тісно пов'язані з професією маркетолога. Одночасно враховано досвід та рекомендації випускників, яких було підготовано за іншими освітніми програмами, але теперішня їх робота тісно пов'язана з працею маркетолога вищої кваліфікації. Опанування освітньої програми дозволить майбутнім випускникам зайняти первинні посади маркетологів в комерційних, наукових та освітніх установах та ефективно працювати на цих посадах.

- роботодавці *коротке поле*

Інтереси та пропозиції роботодавців враховано під час розроблення ОПІ через підготовку фахівців з розвинутим професійним світоглядом, яким могли б застосовувати свої знання, уміння і навички у професійній діяльності. У

відповідності до листів роботодавців, до освітньої програми включено дисципліни, що розвивають здатність розуміти цілі та задачі підприємства; аналізувати й структурувати проблеми; приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію; організовувати та контролювати роботу підлеглих; здійснювати маркетингове управління підприємством за стандартами ISO 9001 (Quality Management System), його окремими структурними підрозділами та проектами; розробляти і реалізовувати плани; організовувати ефективні комунікації в процесі управління, постійно навчатися. Випускники ОПП повинні вміти використовувати в роботі різноманітні інформаційні технології.

- академічна спільнота *коротке поле*

Інтереси та пропозиції роботодавців враховано під час розроблення ОПП через підготовку фахівців з розвинутим професійним світоглядом, яким могли б застосовувати свої знання, уміння і навички у професійній діяльності. У відповідності до листів роботодавців, до освітньої програми включено дисципліни, що розвивають здатність розуміти цілі та задачі підприємства; аналізувати й структурувати проблеми; приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію; організовувати та контролювати роботу підлеглих; здійснювати маркетингове управління підприємством за стандартами ISO 9001 (Quality Management System), його окремими структурними підрозділами та проектами; розробляти і реалізовувати плани; організовувати ефективні комунікації в процесі управління, постійно навчатися. Випускники ОПП повинні вміти використовувати в роботі різноманітні інформаційні технології.

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

Цілі та програмні результати навчання ОП відбивають тенденції розвитку спеціальності та ринку праці таким чином: у здобувачів вищої освіти формується усвідомлення того, що сучасними вимогами ринку праці за спеціальністю «Маркетинг» є здатність випускників інтегруватися в міжнародний економічний простір, налагоджувати співпрацю з іноземними партнерами, використовувати спеціалізовані інформаційні технології, зокрема володіння технологіями цифрового маркетингу. Важливими в цьому контексті є наступні результати навчання: ПРН1 – Вести роботу з документами за професійним спрямуванням. Володіти методиками та сучасними засобами інформаційних технологій; ПРН18 – Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу; ПРН23 – Застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу.

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

коротке поле

Галузевий та регіональний контекст враховано у планах визнання напрямків сучасних пріоритетів освіти та стратегій розвитку освіти в регіоні. Слід зазначити, що випускники програми підготовлені для роботи на підприємствах, в установах та організаціях усіх галузей і здатні обіймати первинні посади за професійними назвами робіт класифікаційних угруповань: Керівник підрозділу маркетингу (Директор з маркетингу, Директор комерційний, Начальник відділу збуту (маркетингу), Начальник комерційного відділу); Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності (Економіст із збуту, Консультант з маркетингу, Рекламист, Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку), що характеризуються спеціальними професійними компетенціями відповідно до узагальненого об'єкта діяльності.

При розробці програми враховано специфіку підприємств авіаційної галузі та галузі ІТ, а саме в наступних результатах навчання: ПРН22 – Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта; ПРН30 – Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

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

Враховано досвід аналогічних програм з підготовки-магістрів маркетингів, де пропонується впровадження освітніх компонент та програмних результатів навчання, пов'язаних з обробленням статистичної інформації та цифровим простором, інтеграція спеціальності маркетинг у світовий економічний простір

Проте в перспективі плануємо розширити практичну підготовку, спрямовану на оволодіння сучасними маркетинговими бізнес-технологіями. Також в ОП було враховано досвід провідних закордонних університетів (Venna University of Economics and Business (Austria), Università di Bologna (Italy), University of Stuttgart (Germany) тощо), які є партнерами нашого університету та здійснюють підготовку фахівців з маркетингу. Отриманий досвід знайшов відображення у таких результатах навчання: ПРН24 – Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій; ПРН26 – Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.

Продемонструйте, яким чином ОП дозволяє досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти (за наявності) *довге поле*

Результати навчання, визначені у ОПП, відповідають чинному Стандарту (Стандарт було прийнято 10.07.2019 р.), ОПП затверджено Радою університету 18.05.2018 р.

У ОПП було заплановано достатню та різноманітну кількість освітніх компонент, які дають можливість у той чи іншій мірі досягти певних результатів навчання.

У ОПП наведено «Матрицю відповідності програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентами освітньо-професійної програми», яка містить у боковому стовпці таблиці Перелік усіх Результатів навчання, а у шапці – Перелік передбачених компонентів (обов'язкових та вибіркових).

Підбір навчальних компонент та їх змістовність визначалась таким чином, щоб студенти мали можливість досягти всіх вказаних результатів навчання за ОПП, опанувавши обов'язкові компоненти, та побудувати індивідуальну траєкторію навчання, знову ж досягти зазначених результатів за вибірковою частиною.

Детальнішу інформацію щодо досягнення Результатів навчання містять

Робочі програми відповідних компонент (дисциплін), розроблення яких регулюється Положеннями «Про формування програми навчальної дисципліни СУЯ.ХАІ-НМВ-П/006:2016» «Про формування робочої програми навчальної дисципліни СУЯ ХАІ-НМВ-П/006:2019, «Про рейтингове оцінювання досягнень студентів СУЯ ХАІ-НАВ-П/003:2018», «Про модульно-рейтингову систему оцінювання знань студентів СУЯ ХАІ-НАВ-П/003:2017».

Робоча програма навчальної дисципліни забезпечує: 1) відповідність: – змісту стандартів вищої освіти через безпосередній зв'язок змісту дисципліни з метою формування компетенцій фахівця (знань, умінь і навичок); – ліцензійним та акредитаційним умовам і вимогам; – «Стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти»; 2) можливість використання дисциплінарних компетенцій як інформаційної бази для формування засобів діагностики; 3) однозначність критеріїв оцінювання навчальних досягнень. Робоча програма навчальної дисципліни за змістом є документом, у якому визначаються: – обсяги знань, які повинен опанувати студент відповідно до вимог стандартів вищої освіти майбутнього фахівця; – алгоритм вивчення навчального матеріалу дисципліни з урахуванням міждисциплінарних зв'язків, що виключає дублювання навчального матеріалу при вивченні спільних для різних курсів проблем; – необхідне методичне забезпечення; – складові й механізм оцінювання знань студентів (засоби діагностики).

Рейтингове оцінювання досягнень студентів упроваджується з метою підвищення їх умотивованості до систематичної роботи під час засвоєння матеріалу навчальної дисципліни для опанування відповідних компетентностей як протягом семестру, так і всього періоду навчання.

Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання наведено у Таблиці 3 Додатку.

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? *довге поле*

За спеціальністю 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти наявний затверджений стандарт вищої освіти. Наказ МОН № 960 від 10.07.2019 р.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?	90 кредитів ЄКТС
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)?	57,5 кредити ЄКТС
Який обсяг (у кредитах ЄКТС) відводиться на дисципліни за вибором здобувачів вищої освіти?	32, 5 кредити ЄКТС (36,1 %)
<p>Продемонструйте, що зміст ОП відповідає предметній області заявленої для неї спеціальності (спеціальностям, якщо освітня програма є міждисциплінарною)? <i>довге поле</i></p> <p>Об'єктом освітньої програми є управління системою маркетингу ринкового суб'єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності, що відповідає змісту ОП і впливає з її назви</p> <p>Цілями навчання відповідно Стандарту є інноваційний спосіб мислення, відповідні компетентності, необхідні для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: поняття та концепції управління системою маркетингу ринкового суб'єкта, а також методологія їх наукових досліджень, інструменти та обладнання включають сучасні інформаційні системи, програмні продукти і моделі, необхідні для прийняття маркетингових рішень та ефективного управління маркетинговою діяльністю (комп'ютерну техніку, пакети прикладних програм, інформаційно-комунікаційні технології), є релевантними для нашої освітньої програми</p> <p>Обов'язкова компонента ОП охоплює перелік дисциплін (видів робіт), обсяги навчального часу і форми контролю і включає такі складові: дисципліни професійної підготовки (Економічне обґрунтування управлінських рішень у маркетингу, Економічне обґрунтування управлінських рішень у маркетингу (Курсова робота), Логістичний менеджмент, Маркетинговий аудит, Маркетинговий менеджмент, Стратегічний маркетинг, Управління конкурентоспроможністю товарів та підприємств, Дипломне проектування)</p> <p>Вибіркова компонента ОП призначена для індивідуалізації професійної підготовки здобувачів та включає перелік та зміст обраних магістром дисциплін, обсяги навчального часу і форми контролю, а саме: блок 1 (Корпоративні інформаційні системи, Стандартизація та сертифікація продукції і послуг, Методи економіко-статистичних досліджень у маркетингу, Науково-дослідна робота магістра, Цифровий маркетинг, Переддипломна практика); блок 2 (Глобальна економіка та дослідження глобальних ринків, Міжнародна торгівля, Міжнародний бізнес, Науково-дослідна робота магістра, Міжнародний маркетинг, Переддипломна практика)</p> <p>Навчання за ОП є студентоцентрованим, проблемно-орієнтованим,</p>	

спрямованим на особистісний саморозвиток здобувачів, закладає основи для безперервного продовження освіти протягом, усього життя. Навчання складається з комбінації лекцій та практичних занять, виконання курсових проєктів, проходження переддипломної практики на підприємстві та підготовки кваліфікаційної роботи магістра. Зміст ОП відповідає методам, методикам та технологіям, якими має оволодіти здобувач вищої освіти для застосування на практиці, а саме: загальнонаукові та специфічні методи маркетингових досліджень; методи аналізу маркетингової інформації; методи реалізації функцій маркетингу; методи та методики обґрунтування управлінських рішень у маркетингу; технології цифрового маркетингу та сучасні технології маркетингу комунікацій та маркетингу взаємовідносин

Таким чином, зміст ОП «Маркетинг» повністю відповідає предметній області заявленої для неї спеціальності

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

Здобувачам вищої освіти забезпечена можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, яка регламентується Положеннями «Про забезпечення права студентів на вибір навчальних дисциплін», «Про організацію освітнього процесу»; Статутом Університету», відповідними Законами та Положеннями МОН. Вибіркові навчальні дисципліни вводяться у навчальний план для індивідуалізації навчання, реалізації освітніх і кваліфікаційних потреб студента з метою посилення його конкурентоспроможності та затребуваності на ринку праці тощо. Так ОП з «Маркетингу» передбачає, що обсяг дисциплін вільного вибору становить 32,5% від загального обсягу кредитів ЄКТС. ОП «Маркетинг» передбачено вибір блоків дисциплін для формування компетентностей: 1) у сфері цифрового маркетингу та застосування методів економіко-математичних досліджень; 2) у сфері міжнародного маркетингу, дослідження міжнародних ринків та ведення міжнародного бізнесу. Передбачено формування переліку та подальшого вивчення студентами навчальних дисциплін із циклу вільного вибору для освітнього ступеня «магістр» і можливості до проведення запису здобувачів освіти на вибіркові дисципліни, оформлення результатів цього запису та формування штатного розкладу професорсько-викладацького складу Університету.

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

Право на вибір навчальних дисциплін здобувач здійснює відповідно до п.2 Положення «Про забезпечення права студентів на вибір навчальних дисциплін СУЯ ХАІ-НМВ-П/003:2016» за такою процедурою: – декан факультету до

початку навчального семестру, відповідно до певного робочого навчального плану, доводить до відома здобувача перелік навчальних дисциплін за вільним вибором щодо навчальних семестрів та анотації цих навчальних дисциплін. Вибору підлягають як окремі дисципліни навчального плану, так і блоки дисциплін. Для ОПП «Маркетинг» передбачено вибір одного із запланованих блоків. На зборах здобувачів освіти гарант освітньої програми наголошує на змістовних та організаційних аспектах. Безпосередній вибір здобувачі здійснюють через внутрішню університетську систему «Пілот», для входу до якої вони мають свої логіни та паролі. Здобувач, ознайомившись із переліком навчальних дисциплін за вільним вибором, обирає навчальну дисципліну і визначає свій вибір шляхом персонального голосування в системі електронного забезпечення навчання «Пілот».

Вибіркова компонента освітньої складової програми підготовки фахівців «Маркетинг» містить вибірковий блок 1 (Корпоративні інформаційні системи, Стандартизація та сертифікація товарів а послуг, Методи економіко-статистичних досліджень у маркетингу, Науково-дослідна робота магістра, Цифровий маркетинг, Переддипломна практика), вибірковий блок 2 (Глобальна економіка та дослідження глобальних ринків, Міжнародна торгівля, Міжнародний бізнес, Науково-дослідна робота магістра, Міжнародний маркетинг, Переддипломна практика).

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

Практична підготовка здобувача є обов'язковим компонентом ОП та регулюється в ЗВО Положенням «Про організацію освітнього процесу»

До ОП «Маркетинг» включено освітній компонент «Переддипломна практика» у 3-му семестрі обсягом 10 кредитів ECTS у формі стажування перед атестацією здобувача та проводиться з відривом від навчання (для заочної форми – з відривом від виробництва) і безпосередньо пов'язана з майбутньою професійною діяльністю. Загальну організацію переддипломної практики і контроль за її проведенням здійснюють навчально-методичний відділ і керівники практики (досвідчені викладачі Університету або спеціалісти, які працюють на підприємстві, в організації, установі, де проходять практика)

Рівень задоволеності студентів компетенціями, здобутими та розвиненими під час практичної підготовки за ОПП досліджено відповідним анкетуванням

Програма переддипломної практики, методичні рекомендації щодо її проходження, підготовки та захисту звітів за результатами практики розроблено відповідно до наказів МОН України, а також на основі Закону України «Про вищу освіту». Керівники практики від ЗВО та від підприємства перед проходженням

здобувачем практики ознайомлюють його з вимогами та обов'язками під час практики, які зафіксовано в програмі практики.

Таким чином, переддипломна практика здобувачів ОП «Маркетинг» дає змогу здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності (загальні: ЗК1, ЗК2, ЗК4, ЗК6–ЗК10) та усі види Фахових компетентностей, передбачених ОП)

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

Набуття соціальних навичок за ОП «Маркетинг» передбачено здобуттям загальних компетенцій (ЗК1-ЗК7), а саме: навички використання інформаційних і комунікаційних технологій; вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення; здатність планувати та управляти часом; спілкуватися з науковцями, представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори; мотивувати людей та рухатися до спільної мети; професійні етичні зобов'язання; до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань. Забезпечується такими результатами навчання (РН1-РН7): вести роботу з документами за професійним спрямуванням; володіти методиками та сучасними засобами інформаційних технологій; вміти використовувати комунікаційні технології для підтримування гармонійних ділових та особистісних контактів; знати та розуміти закони та методи міжособистісних комунікацій, норми толерантності, ділових комунікацій у професійній сфері; знати та розуміти закономірності, методи та підходи творчої та креативної діяльності, системного мислення у професійній сфері; знати основи кадрового менеджменту, авторського праву, професійної педагогіки, що сприяють розвитку загальної культури й соціалізації особистості та спрямовують її до етичних цінностей; займатися самоаналізом, тощо. Набуття соціальних навичок реалізується у ході опанування великої кількості освітніх компонент протягом навчання. Такий підхід повністю відповідає зазначеним в ОП цілям.

Яким чином зміст ОП ураховує вимоги відповідного професійного стандарту?
коротке поле

Професійний стандарт за спеціальністю 075 «Маркетинг» є відсутнім. ОП враховує зміст Національної рамки кваліфікації.

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

Співвідношення обсягу окремих освітніх компонентів ОП (у кредитах ЄКТС) із фактичним навантаженням здобувачів вищої освіти регулюється Положеннями

«Про організацію освітнього процесу», «Про формування робочої програми навчальної дисципліни»

Під час формування навчального плану для денної форми навчання бюджетом аудиторного навчального часу, формами і обсягом занять з кожної навчальної дисципліни кількість годин аудиторних занять в одному кредиті ЄКТС становить, як правило, від 33% до 50%

Час для самостійної роботи студента регламентується робочим навчальним планом і має становити не менше 50% і не більше 2/3 загального обсягу навчального часу студента, відведеного для вивчення конкретної навчальної дисципліни. Проводяться періодичні опитування студентів щодо визначення їх навантаження при виконанні самостійної роботи

Форми проведення навчальних занять, їх обсяг, поділ бюджету аудиторного навчального часу за окремими формами занять з кожної навчальної дисципліни встановлюється кафедрою, на якій викладається відповідна навчальна дисципліна. Навчальним планом підготовки фахівців з маркетингу передбачено за весь період навчання: 540 аудиторних год., з них 283 год. лекційних занять і 257 год. практичних занять, та 1860 год. самостійної роботи здобувача. Кількість аудиторних годин на тиждень для магістра, який навчається за освітньою програмою «Маркетинг» становить 18 год. Опитування здобувачів підтверджує, що здобувачі не перевантажені, і їм вистачає часу на самостійну роботу

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 *коротке поле*

За освітньо-професійною програмою «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» для підготовки магістрів підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти не здійснюється.

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://khai.edu.ua/abiturientu/budushhim-magistram/
Поясніть, як правила прийому на навчання та вимоги до вступників ураховують особливості ОП? <i>коротке поле</i>	
Для вступників ОП «Маркетинг» використовується університетський документ, що відповідає умовам прийому МОН. Програми фахових та додаткових фахових випробувань переглядаються щорічно та затверджуються Вченою Радою	

Університету, обов'язково оприлюднюються на офіційному веб-сайті ХАІ. У програмах вступу містяться критерії оцінювання, структура оцінки і порядок оцінювання підготовленості вступників

Для конкурсного відбору осіб, які на основі ступеня бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста) вступають на навчання для здобуття ступеня магістра на спеціальність 075 «Маркетинг» (ОПП Маркетинг) зараховуються результати єдиного вступного іспиту з іноземної мови у формі тесту з іноземної мови або вступного випробування з іноземної мови (у випадках передбачених цими правилами) та результати фахового вступного випробування, яке приймає екзаменаційна комісія, склад якої затверджується наказом ректора Університету. До фахового іспиту входять питання за темами: Економіка підприємства, Маркетинг, Промисловий маркетинг, Маркетингова цінова політика, Товарознавство

Відповідно до Правил прийому Особа може вступити до ХАІ для здобуття ступеня магістра на основі ступеня бакалавра чи магістра, здобутих за іншою спеціальністю, за умови успішного проходження додаткових вступних випробувань з урахуванням середнього балу документа про вищу освіту бакалавра чи магістра. ОПП Маркетинг передбачає складання додаткового іспиту за темами: Економіка підприємства, Маркетинг, Статистика

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

В університеті розроблено комплекс положень, що регламентують питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, питання академічної мобільності:

Положення про академічну мобільність здобувачів та аспірантів Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» регламентує діяльність Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» (ХАІ) щодо організації академічної мобільності здобувачів та аспірантів та встановлює загальний порядок організації різних програм академічної мобільності здобувачів та аспірантів ХАІ на території України і закордоном.

Положення «Порядок перезарахування навчальних дисциплін та визначення академічної різниці» визначає порядок перезарахування навчальних дисциплін і визначення академічної різниці для вступників усіх форм навчання, які переводяться з інших закладів вищої освіти; бажають продовжити навчання на наступному освітньо-кваліфікаційному рівні або паралельно (одночасно) навчатися за двома спеціальностями; продовжують навчання після академічної відпустки або повторного навчання; поновлюються на навчання після

відрахування.

Положення розміщено на сайті університету у вільному доступі за адресою <https://khai.edu.ua/university/polozheniya/>.

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

На вказаній освітній програмі «Маркетинг» (2018–2019 р.р.) другого (магістерського) рівня вищої освіти прикладів академічної мобільності немає.

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

Положення розміщено на сайті університету у вільному доступі за адресою <https://khai.edu.ua/university/polozheniya/>.

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

Участь у діючому на кафедрі науковому гуртку «Цифровий маркетинг» дозволяє здобувачам освіти перезарахування кредитів у дисципліні «Цифровий маркетинг».

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Згідно з положенням «Про організацію освітнього процесу», освітній процес на ОП здійснюється за такими формами; навчальні заняття, самостійна робота, практична підготовка, науково-дослідна робота, контрольні заходи.

Основними видами навчальних занять на ОП є як традиційні – лекція, практичне заняття, індивідуальне заняття; консультація, так й інноваційні – демонстрація, бесіда, командна робота, ситуаційні задачі, самонавчання, дискусія, ділова гра, самостійна робота з документацією, мозкова атака тощо.

Форми проведення навчальних занять, їх обсяг, а також поділ бюджету аудиторного навчального часу за окремими формами занять з кожної навчальної дисципліни пояснені в робочих програмах навчальних дисциплін,

встановлюються відповідно до затверджених навчальних планів, розроблених кафедрою, на якій викладається відповідна навчальна дисципліна з урахуванням програмних результатів навчання.

На ОП передбачено виконання курсової роботи з дисципліни «Економічне обґрунтування управлінських рішень у маркетингу» та розрахункових робіт з дисципліни «Економічне обґрунтування управлінських рішень у маркетингу» та з дисциплін вибіркового компонента «Корпоративні інформаційні системи», «Глобальна економіка та дослідження глобальних ринків»).

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? *коротке поле*

На ОП підтримується запровадження студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання забезпечується таким викладанням програм, що заохочує здобувачів до активної участі в організації освітнього процесу.

Науково-дослідна робота здобувачів відповідає науковим інтересам здобувача та напрямам досліджень наукових керівників. Здобувачеві надається право вільного вибору теми курсової роботи із запропонованого кафедрою переліку. Здобувач може запропонувати свою тему курсової роботи.

Під час проходження переддипломної практики здобувачем виконується індивідуальне завдання, зміст якого формується з урахуванням інтересів здобувачів та затверджується керівником дипломної роботи. Здобувач обирає тему дипломної (магістерської) роботи із темарія, запропонованого кафедрою економіки та маркетингу, або пропонує свою з обґрунтуванням доцільності її розроблення. У таких випадках перевагу надають темам, які продовжують розробку виконаної здобувачем курсової роботи або які безпосередньо є пов'язаними з місцем майбутньої професійної діяльності випускника.

Проведені опитування серед здобувачів вищої освіти (у опитуванні брали участь здобувачі денної та заочної форми навчання, 2 курс) показали, що рівень задоволеності здобувачів методами навчання та викладання є високим, та дали змогу виявити напрямки подальшого вдосконалення навчання та викладання на ОП «Маркетинг» (запровадження дистанційних технологій у навчанні). Здобувачі 1 курсу магістратури пройдуть опитування після складання першої сесії.

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

Форми та методи навчання та викладання, які можуть обирати науково-педагогічні працівники запропоновано у Положенні «Про організацію освітнього

процесу» та «Про формування робочої програми навчальної дисципліни», «Про рейтингове оцінювання досягнень студентів».

Принципи академічної свободи прописані у Статуті Університету.

Форми проведення навчальних занять, їх обсяг, а також поділ бюджету аудиторного навчального часу за окремими формами занять з кожної навчальної дисципліни встановлюється кафедрою, на якій викладається відповідна навчальна дисципліна. Методи навчання мають рекомендаційний характер та обираються викладачами самостійно. Розподіл навчального матеріалу за темами, визначення видів контролю та критеріїв оцінювання, а також обов'язкових завдань для складання контролю вільно здійснює розробник робочої програми.

Повний перелік елементів навчальної дисципліни, елементи, які підлягають поточному контролю, та їх оцінка в балах встановлюються розробником робочої програми, затверджуються керівником проектної групи для кожної навчальної дисципліни й доводяться до відома студентів на першому занятті поточного семестру.

Розроблені програми, силабуси, та запропоновані в цих документах форми, методи навчання та методи контролю націлені на підвищення зацікавленості студентів до навчального процесу; стимулювання систематичної та самостійної роботи студентів; підвищення об'єктивності оцінювання знань студентів; виявлення й розкриття особливих здібностей студентів

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 *коротке поле*

Організація освітнього процесу підготовки фахівців освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня відбувається на підставі чинного законодавства та нормативних документів (Закон України «Про вищу освіту», Положення «Про організацію освітнього процесу»; навчальний план; робочі програми навчальних дисциплін; графік організації освітнього процесу; Положення «Про модульно-рейтингову систему оцінювання знань студентів», тощо). Інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів доводиться студентам на організаційних зборах перед початком нового семестру або на 1-й лекції, запланованій з дисципліни та міститься у відповідних силабусах.

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

Науково-дослідна робота кафедри економіки та маркетингу, яка є

випусковою для ОП «Маркетинг», зумовлена необхідністю підготовки здобувачів до самостійної професійної, наукової та педагогічної діяльності в галузі маркетингової діяльності, що передбачає проведення досліджень ринку та застосування методичних маркетингових підходів за невизначеністю умов господарювання, орієнтована на підготовку висококваліфікованих фахівців з управління маркетингом, здатних вирішувати поточні задачі, які виникають на підприємствах у різноманітних галузях економіки

Здобувачі освіти спільно з викладачами приймають участь в темах НДР кафедри 1. «Господарська діяльність підприємства в умовах турбулентності економіки» (№ Д/Р 0117U005480, наук. керівник – гарант ОП «Маркетинг», д.е.н., проф. Доронін А.В.) та «Моделювання діагностики і управління характеристиками соціально-економічних систем» (№ Д/Р 0117U005479, наук. керівник – д.е.н., проф. Давидова І.О). Результати наукових досліджень здобувачів пройшли апробацію на конференціях. Здобувачами освітньої програми «Маркетинг» опубліковано тези доповідей на конференціях «Сучасні тренди та перспективи логістики, маркетингу, збутової діяльності плодоовочівництва в епоху цифрових технологій» (2019 р., м.Херсон), «Інтегровані комп'ютерні технології в машинобудуванні ІКТМ-2018» (м. Харків, 2018). на теми: «Тенденции развития отраслей экономики Украины в различных сферах деятельности» (Бондаренко О.В., гр.667мг, наук. керівник Лістрова О.С.), «Маркетингова стратегія розвитку молочної компанії» (Костенко Т., гр.667мг, наук. керівник ст. викл. Клименко Т.А.), «Особенности определения экономической эффективности сбытовой деятельности предприятия» (Жаворонкова К.Г., гр 667мг, наук. керівник), «Вплив Industry 4.0 на розвиток промисловості» (Голованов Д.С., гр 6-951мг, наук. керівник ст. викладач Клименко Т.А.), «Маркетингові аспекти взаємодії агробізнесу та сучасних поліграфічних підприємств» (Поцелуйко І.Ю., гр. 667мг, наук.керівник доц., к.т.н. Голованова М.А.)

При вивченні дисципліни «Науково-дослідна робота магістра» (викладач – гарант освітньої програми «Маркетинг», д.е.н., професор Доронін А.В.) здобувачі вивчають теоретичні засади, набувають практичні навички науково-дослідної роботи. Мета дисципліни: формування знань про принципи й етапи проведення наукового дослідження, опрацювання результатів наукових досліджень, правил складання звіту про наукову роботу, його структуру і зміст. У викладанні переважної більшості фахових дисциплін використовуються форми і методи навчання, заснованого на дослідженнях. Про комплексність підходу до розвитку наукового потенціалу здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг» свідчить участь здобувачів у Всеукраїнській студентській олімпіаді зі спеціальності «Маркетинг» (Одеський політехнічний університет, 2019 р.), Всеукраїнська олімпіада з "Аграрного маркетингу" (Таврійський державний агротехнологічний університет, м. Мелітополь, 2019 р.)

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

Відповідно до положення «Про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти» Університету освітні компоненти з певною періодичністю (не менше одного разу на п'ять років) оцінюються за такими параметрами: зміст у світлі найновіших досліджень у відповідній галузі з метою забезпечення актуальності програми; зміна потреб суспільства; робоче навантаження, навчальні досягнення та успішність здобувачів; ефективність процедур оцінювання здобувачів; очікування, потреби здобувачів щодо програми та задоволеність нею; навчальне середовище й служба підтримки здобувачів та їх відповідність цілям програми.

Оцінювання змісту освітніх компонентів проводиться щорічно та відображається у програмах навчальних дисциплін, які затверджуються відповідно до визначеної процедури складання робочої програми навчальної дисципліни.

До оцінювання та доопрацювання освітніх програм, змісту освітніх компонентів залучаються науково-педагогічні й наукові співробітники випускової кафедри, здобувачі, випускники, роботодавці й інші зацікавлені сторони.

З метою відповідності до стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня, затвердженого Наказом МОН України № 960 від 10.07.2019, кафедрою економіки та маркетингу було проведено внутрішній аудит програм навчальних дисциплін та визначено зміни до змісту окремих тем дисциплін.

На підставі вивчення рекомендацій стейкхолдерів-роботодавців (зокрема, компанії ТОВ «Арти», м. Харків) та членів ГО «Українська асоціація маркетингу» в дисциплінах ОП зроблено акцент на практичне використання різноманітних інформаційних технологій (MS Project, MS VisualStudio та інші), яке здобувачі демонструють під час виконання курсових та дипломних робіт.

В результаті опитування здобувачів було виявлено потребу розробки дистанційних курсів, що привело до ініціації проекту розробки дистанційних курсів навчальних дисциплін ОП «Маркетинг» та організації підвищення кваліфікації викладачів на тему «Основи застосування дистанційних освітніх технологій у навчальному процесі. Створення електронного навчального курсу в LMS Moodle. Тестовий контроль навчально-пізнавальної діяльності здобувачів в LMS Moodle».

Робоча група на чолі з гарантом програми здійснює систематичний аналіз публікацій, які висвітлюють новітні тенденції маркетингу та готує пропозиції щодо змін окремих елементів ОПП на основі проведеного аналізу та рекомендацій стейкхолдерів, про що доповідає на методичних семінарах кафедри.

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

Навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані із інтернаціоналізацією діяльності ЗВО регламентується Положенням «Про академічну мобільність студентів та аспірантів Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ», встановлює загальний порядок організації різних програм академічної мобільності здобувачів ХАІ на території України і за кордоном, передбачає їх участь у навчальному процесі ЗВО (в Україні або за кордоном), проходження практики, проведення наукових досліджень з можливістю перезарахування в установленому порядку навчальних дисциплін, практик тощо та здійснюється на підставі укладення угод про співробітництво між ХАІ та іншим ЗВО, а також в рамках міжурядових угод про співробітництво в галузі освіти. На кафедрі економіки та маркетингу продовжується робота з обговорення та укладання договорів про академічну мобільність між ХАІ та навчальними закладами України та країн-партнерів

За ОП «Маркетинг» відбувався міжнародний обмін викладачами (проф. Беспарточний М.Г. – Польща, Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku, 2017, Латвія, Informācijas sistēmu menedžmenta augstskola, 2019; доц. Філіпковська Л.О. – Болгарія University of Economics – Varna, 2016)

Підготовка фахівців ОП «Маркетинг» передбачає ознайомлення здобувачів із світовими науковими здобутками у відповідних галузях та з міжнародними інформаційними ресурсами та базами даних. Розробляється план започаткування навчання за подвійним дипломом за спеціальністю «Маркетинг»

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? *довге поле*

Контрольні заходи включають поточний, підсумковий контроль та оцінювання залишкових знань здобувачів

Вивчення всіх навчальних дисциплін завершується диференційним заліком (заліком), або захистом курсової роботи, або іспитом

Семестровий контроль проводять у формі семестрового іспиту, диференційованого заліку, заліку, захисту курсової роботи в обсязі, визначеному в робочій програмі навчальної дисципліни навчального матеріалу, що вивчався протягом семестру, у терміни, установлені в робочому навчальному плані

На рівні викладача застосовуються такі форми контролю: усний контроль, письмовий контроль (тести, контрольні завдання), контроль з використанням комп'ютерних технологій, комбінований контроль

Контрольні заходи проводять з метою встановлення рівня засвоєння здобувачем теоретичного матеріалу і практичних навичок, що передбачені програмами навчальних дисциплін, які викладаються на ОП. Зміст контрольних заходів ще з етапу розробки робочих програм відповідає результатам дисципліни, скорельованих з результатами навчання за освітньою програмою

На ОП (обов'язкова компонента) передбачені іспити на дисциплінах Маркетинговий менеджмент, Стратегічний маркетинг, Маркетинговий аудит, Логістичний менеджмент, Управління конкурентоспроможністю товарів та підприємств; заліки – Основи охорони і комерціалізації інтелектуальної власності, Психологія і педагогіка вищої школи, Економічне обґрунтування управлінських рішень у маркетингу; диф.заліки – Економічне обґрунтування управлінських рішень у маркетингу (курсова робота)

Оцінювання знань здобувача з навчальних дисциплін здійснюється на основі результатів поточного контролю і підсумкового контролю знань.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, семінарських та інших занять з метою перевірки рівня засвоєння здобувачем певної теми або розділу (змістового модулю) навчальної дисципліни, реалізується у формах опитування, виступів на практичних заняттях, експрес-контролю тощо, перевірки результатів виконання різноманітних індивідуальних завдань, контролю засвоєння навчального матеріалу, запланованого для самостійного опрацювання здобувачем, уміння публічно чи письмово додати певний матеріал (презентацію)

Форми проведення поточного контролю і максимальні бали за них встановлюють відповідні кафедри і зазначають у робочій програмі відповідної навчальної дисципліни

Протягом навчального семестру здобувачі складають не менше як два модульні контролі з дисципліни на лекційних, практичних, лабораторних, семінарських заняттях, або в вільний від занять час на відведених графіком навчального процесу тижнях семестру (Положення «Про модульно-рейтингову систему оцінювання знань студентів»)

Підсумковий контроль проводять з метою оцінювання результатів навчання на окремих його завершальних етапах або на певному рівні вищої освіти.

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

В університеті розроблено комплекс положень, які забезпечують чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних

досягнень здобувачів вищої освіти та формалізують процедури проведення контрольних заходів, це Положення:

«Про організацію освітнього процесу»;

«Про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти»;

«Про модульно-рейтингову систему оцінювання знань студентів»;

«Про оцінювання залишкових знань студентів (проведення ректорських контрольних робіт з навчальних дисциплін);

«Про створення та організацію роботи екзаменаційної (атестаційної) комісії».

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

Форми контролю і критерії оцінювання визначаються викладачем у робочій програмі початкової дисципліни залежно від мети й часу контролю і на початку семестру доводяться до відома здобувачів через силабуси.

Інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання оприлюднюється на першому занятті з дисципліни поточного семестру.

Лектор ознайомлює здобувачів із структурою курсу, формою контрольних заходів, з критеріями оцінювання.

Крім того, здобувачі через кураторів ознайомлюються з положенням «Про модульно-рейтингову систему оцінювання знань студентів» (зі змінами від 03.12.2018 р.), у якому зазначено порядок інформування здобувачів та оцінювання їх знань.

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

Форма атестації здобувачів вищої освіти відповідає стандарту вищої освіти. Атестація випускників за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту дипломної роботи магістра та завершується видачою документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: магістр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Маркетинг».

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Порядок проведення атестації регламентується положенням «Про створення та організацію роботи екзаменаційної (атестаційної) комісії»

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

Процедура проведення контрольних заходів регулюється такими Положеннями: «Про організацію освітнього процесу», «Про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти СУЯ ХАІ-НМВ-П/011:2017», «Про формування програми навчальної дисципліни СУЯ.ХАІ-НМВ-П/006:2016», «Про формування робочої програми навчальної дисципліни СУЯ ХАІ-НМВ-П/006:2019», «Про рейтингове оцінювання досягнень студентів СУЯ ХАІ-НАВ-П/003:2018», «Про модульно-рейтингову систему оцінювання знань студентів (Редакція 3.0) СУЯ ХАІ-НАВ-П/003:2017», які розташовані за адресою на сайті Університету <https://khai.edu.ua/university/polozheniya/>

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

Порядок контролю й моніторингу об'єктивності екзаменаторів регулюється Положенням «Про організацію освітнього процесу», базується на проведенні відповідних контрольних заходів, тобто щорічного оцінювання науково-педагогічних і педагогічних працівників Університету і регулярному оприлюдненні результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті (web-порталі) Університету, на інформаційних стендах і в будь-який інший спосіб згідно з Положенням «Про рейтингову систему оцінювання науково-педагогічних працівників» і Положенням «Про атестацію науково-педагогічних працівників».

На ОП «Маркетинг» передбачено проведення екзаменів виключно в письмовій формі, на бланках письмових екзаменів, з шифруванням робіт.

Прикладів врегулювання конфлікту інтересів на ОП «Маркетинг» не було.

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

Повторне складання іспиту, заліку, захист курсової роботи (проекту) допускається не більше двох разів із навчальної дисципліни: перший раз – викладачу, другий – комісії, яку створює декан факультету. Здобувачі, які не ліквідували академічну заборгованість з певної навчальної дисципліни, відраховуються з Університету. Захист інтересів студентів забезпечується студентським самоврядуванням, студентським омбудсменом.

Правила є єдиними для усіх ОП в Університеті.

Повторне проходження контрольних заходів на ОП «Маркетинг» відбулося відповідно чинним Положенням.

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

Порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів в Університеті регулюються Положеннями «Про рейтингове оцінювання досягнень студентів» та «Про студентське самоврядування Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут». Оскарження здійснюється шляхом подання здобувачем вищої освіти заяви на апеляцію.

Прикладів оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів в Університеті за ОП «Маркетинг» не було.

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

Положення Університету «Про академічну доброчесність СУЯ ХАІ-НМВ-П/004:2019» містить політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності. Положення розташовано на сайті Університету <https://khai.edu/ua/university/polozheniya/>.

Які технологічні рішення використовуються на ОП як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності? *коротке поле*:

Для протидії порушенням академічної доброчесності у ЗВО здійснюється інформування здобувачів вищої освіти та НПП, щодо неприпустимості плагіату у студентських роботах різних видів. Окремо ці питання наголошуються у викладанні освітнього компонента «Науково-дослідна робота магістра». Додатково тематичні курсових робіт та дипломних робіт (проектах) є таким, що не уможлиблює питання плагіату.

Проводиться систематична перевірка робіт на плагіат за допомогою спеціальної комп'ютерної програми «Антиплагіат». В ЗВО визначено відповідальних за процедуру виявлення плагіату.

Дане питання регулюється Положеннями «Про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти СУЯ ХАІ-НМВ-П/011:2017» та «Про академічну доброчесність СУЯ ХАІ-НМВ-П/004:2019».

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

Академічну доброчесність серед здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг»

ЗВО популяризує через постійне роз'яснення Положень «Про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти СУЯ ХАІ-НМВ-П/011:2017» та «Про академічну доброчесність СУЯ ХАІ-НМВ-П/004:2019» й вивчення та застосування кращих практик з цього питання, які є у ЗВО України та зарубіжжя. Усі силабуси за дисциплінами освітньої програми, містять рекомендації щодо роз'яснення та дотримання академічної доброчесності.

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

Порушення академічної доброчесності регулюється у ЗВО відповідно до Положень «Про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти СУЯ ХАІ-НМВ-П/011:2017» та «Про академічну доброчесність СУЯ ХАІ-НМВ-П/004:2019» та Методичні рекомендації МОНУ для закладів вищої освіти з підтримки принципів академічної доброчесності. Порушень на освітній програмі «Маркетинг» не зафіксовано.

6. Людські ресурси

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

Академічна та/або професійна кваліфікація викладачів, залучених до освітньої програми, забезпечує досягнення визначених відповідною програмою цілей та програмних результатів навчання.

Необхідний рівень професіоналізму викладачів ОП забезпечується під час конкурсного добору, який передбачає урахування низки складових: проведення відкритих лекцій, надання розробленого науково-методичного матеріалу для забезпечення певного освітнього компонента, урахування особистих досягнень викладача (зокрема, показники загальноуніверситетської системи «Рейтинг професорсько викладацького складу», нагороди), результати опитування здобувачів вищої освіти, участь викладача у процесах забезпечення якості освіти тощо. Процедури конкурсного добору викладачів є прозорими і дають можливість забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми.

У Національному аерокосмічному університеті ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» конкурсний добір викладачів ОП регулюється Положенням «Про порядок проведення конкурсу на заміщення вакантних посад, призначення та звільнення з посад, продовження терміну роботи науково-

педагогічних працівників Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» СУЯ ХАІ-ВК-П/001:2015», що забезпечує необхідний рівень їх професіоналізму, а також мінімізує плинність кадрів.

(<https://khai.edu/ua/university/polozheniya/>)

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

ЗВО залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу при організації проведення практик, для експертизи освітніх програм та робочих програм освітніх компонент, для консультування, для проведення спільних науково-практичних семінарів, круглих столів та інших заходів.

За освітньою програмою «Маркетинг» було отримано відгуки від роботодавців вже під час запровадження (ТОВ «Арти») та від ГО «Українська асоціація маркетингу». Підготовка до сертифікації за програмами ГО УАМ

Спільна участь у міжнародних наукових проектах факультету програмної інженерії та бізнесу й факультету прикладних наук Суспільної академії наук в м. Краків, зафіксована розпорядженням № 885а-5/18 від 26.06.2018 р.

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

ЗВО залучає професіоналів-практиків до проведення окремих аудиторних занять, проведення засідань студентського наукового гуртка, для консультування при підготовці студентських наукових робіт для участі у Всеукраїнських конкурсах, проведення консультування з боку таких підприємств як New Image Marketing Group, Inc та ООО «Арти», практичні заняття на базі компанії New Image Marketing Group.

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

ЗВО сприяє професійному розвитку викладачів через власні програми та плідно співпрацює з іншими організаціями. Така діяльність регулюється Положеннями «Положення про конкурс професійної майстерності «ІКАРИ ХАІ», «Положення про атестацію педагогічних працівників», «Про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних і науково-педагогічних працівників і фахівців промисловості в університеті».

Метою «Конкурсу професійної майстерності «Ікари ХАІ» є удосконалення професійної майстерності працівників Університету, виявлення та поширення

кращого досвіду, інноваційних форм і методів навчання і праці, стимулювання творчого зростання працівників Університету. Переможці конкурсу у різних номінаціях з складу кафедри : доц. Голованова М.А. – 2011 р, 2018 р., доц. Філіпковська Л.О. – 2018 р.

В ЗВО постійно проводиться атестація педагогічних працівників, яка охоплює систему заходів, спрямованих на всебічне комплексне оцінювання їх педагогічної та виробничої діяльності, за якою визначаються відповідність педагогічного працівника займаній посаді, рівень його кваліфікації, присвоюється кваліфікаційна категорія.

Працівники Університету, не менше одного разу на п'ять років, проходять підвищення кваліфікацій і стажування у відповідних наукових і освітньо-наукових установах як в Україні, так і за її межами, відомості щодо проходження підвищення кваліфікації наведено у додатку (таблиця 2).

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності *коротке поле*

Заклад вищої освіти стимулює розвиток викладацької майстерності через матеріальне і професійне заохочення, на підставі чинних документів:

Коллективний договір між ректором і трудовим колективом в особі голови профспілкової організації національного аерокосмічного університету ім. М.С.Жуковського «Харківський авіаційний інститут» на 2017–2020 рр.;

Положення «Про преміювання працівників Університету»;

Положення «Про нагородження знаком пошани «За заслуги» Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»;

Положення «Про порядок преміювання викладачів ХАІ, які здійснюють наукове керівництво аспірантів-іноземців та наукове консультування докторів-іноземців».

Таким чином, система преміювання та морального заохочення НПП, працівників сприяє професійному зростанню та покращенню якості освіти в Університеті.

((https://khai.edu/ua/university/kolektivnij-dogovir/#stvorennya_ymov
<https://khai.edu/ua/university/polozheniya/>)

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? *коротке поле*

Фінансові та матеріально-технічні ресурси (бібліотека, інша інфраструктура,

обладнання тощо), а також навчально-методичне забезпечення освітньої програми забезпечують досягнення визначених освітньою програмою цілей та програмних результатів навчання.

Дані показники у ЗВО регулюються дійсними документами: про фінансову діяльність, фінансовими звітами, про права власності на об'єкти, які використовуються у навчальному процесі та іншою навчально-методичною документацією відповідно до внутрішніх вимог ЗВО.

Заклад вищої освіти забезпечує безоплатний доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах освітньої програми.

Бібліотечний фонд за спеціальністю відповідає ліцензійним умовам. Передплачуються видання України з економічних наук (зокрема журнал Маркетинг в Україні); програмне забезпечення дає можливість проводити заняття відповідно до сучасних вимог із застосуванням інноваційних методів навчання; навчально-методичне забезпечення спрямовано на досягнення цілей та програмних результатів навчання. Так, робочі програми дисциплін, методичні розробки, теми курсових та дипломних робіт здобувачів обговорюються на засіданнях кафедр, проходять експертизу в НМВ.

<https://khai.edu/ua/university/universitet-sogodni2/>

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? *коротке поле*

Освітнє середовище є безпечним для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти, що навчаються за освітньою програмою, та дає можливість задовольнити їхні потреби та інтереси.

У ЗВО постійно проводяться опитування серед здобувачів вищої освіти на ОП щодо їхніх потреб та інтересів, які враховуються при створенні освітнього середовища, формування освітньої траєкторії. Важливий внесок з цього питання вносить студентське самоврядування.

Механізми забезпечення безпечності освітнього середовища відповідають нормативним документам та гарантують безпечність життя та здоров'я здобувачів вищої освіти.

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

Питання безпечності життя та здоров'я здобувачів вищої освіти відображені у «Стратегія розвитку Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» (ХАІ) на 2019/2029 роки», «Кодексу етичної поведінки Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» (ХАІ)» та інших нормативних документах ЗВО.

В ЗВО функціонує психологічна служба, яка активно підтримує здобувачів у складних ситуаціях, пропагує здоровий спосіб життя студентської молоді та працівників. Ці питання також розглядаються кураторами та НПП.

Для безпечного функціонування освітнього процесу серед здобувачів та НПП регулярно проводяться інструктажі з техніки безпеки.

У ЗВО існує розвинута спортивна інфраструктура, яка містить велику кількість спортивних майданчиків, спортивні зали, спортивний манеж та басейн що надає змогу здобувачам реалізовувати здоровий спосіб життя.

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? *довге поле*

Заклад вищої освіти забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку здобувачів вищої освіти, що навчаються за освітньою програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг». Система підтримки здобувачів вищої освіти включає: навчально-аналітичний відділ (НАВ); навчально-методичний відділ (НМВ); навчально-організаційний відділ (НОВ); відділ технічних засобів навчання; відділ сприяння працевлаштуванню студентів і випускників, гаранта програми, студентську профспілку, тощо.

Це підтверджується документами та інші матеріали, що унормовують механізми освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти, які розміщені на офіційному сайті ЗВО (<https://khai.edu/ua/>).

Науково-педагогічний персонал кафедри економіки та маркетингу працює в постійній комунікації зі студентами, що дозволяє уніфікувати механізми освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти з метою задоволеності ними здобувачів вищої освіти.

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

Заклад вищої освіти створює достатні умови щодо реалізації права на освіту

для осіб з особливими освітніми потребами.

ЗВО керується у цьому питанні такими нормативними документами, як «Правила прийому до Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», Порядком супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення під час навчання та відвідування Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» затвердженим наказом Університету від 20.04.2018 р. № 203 та іншими нормативними документами та матеріалами ХАІ.

На освітній програмі «Маркетинг» особи з особливими потребами не навчаються.

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? *довге поле*

У ЗВО наявна чітка і зрозуміла політика та процедури вирішення конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо), які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми. Данні питання регламентуються Статутом Університету та процедурами вирішення конфліктних ситуацій.

Конфліктних ситуацій (зокрема пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та/або корупцією тощо) під час реалізації ОП не зафіксовано. У разі виникнення таких ситуацій студент має право заручитися допомогою омбудсмена – здобувачки Купіної Дар'ї Сергіївни (Положення «Про уповноваженого з прав студентів (студентського омбудсмена) та звернутися до студентського самоврядування.

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

Положення «Про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти СУЯ ХАІ-НМВ-П/011:2017», «Про організацію освітнього процесу СУЯ ХАІ-НОВ-П/005:2016» (<https://khai.edu/ua/university/polozheniya/>).

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

Заклад вищої освіти послідовно дотримується визначених ним процедур розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньої програми на підставі чинного законодавства України та Положень «Про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти СУЯ ХАІ-НМВ-П/011:2017», «Про організацію освітнього процесу СУЯ ХАІ-НОВ-П/005:2016» (<https://khai.edu.ua/university/polozheniya/>).

Освітню програму для певної спеціальності розробляє проектна група, яку очолює керівник-гарант і яка складається з провідних науково-педагогічних працівників Університету. Проектна група створюється розпорядженням проректора з науково-педагогічної роботи Університету за рекомендацією науково-методичної комісії відповідно до спеціальності. У складі проектної групи має бути не менше трьох осіб. Керівник проектної групи є гарантом лише однієї освітньої програми. Відповідальним за роботу проектної групи й отримані результати є керівник-гарант освітньої програми. Він контролює виконання ліцензійних вимог під час започаткування й упровадження освітньої діяльності за відповідною освітньою програмою.

Науково-методична комісія Університету за профілем відповідно до спеціальності наглядає за діяльністю проектної групи й контролює якість виконання покладених на цю групу функцій, надає інформацію проректору з науково-педагогічної роботи. Гарант освітньої програми під час її розроблення взаємодіє із завідувачем випускової кафедри, на якій буде реалізовуватися освітня програма задля забезпечення подальшого якісного виконання цієї програми.

Освітня програма за певною спеціальністю розглядається на засіданні випускової кафедри, вченої ради факультету, на якому реалізується освітня програма, погоджується навчально-методичною комісією за профілем відповідно до спеціальності, затверджується вченою радою Університету й уводиться в дію наказом ректора Університету.

Перегляд освітніх програм з метою їх удосконалення здійснюється у формах оновлення або модернізації. Освітня програма може щорічно оновлюватися в частині усіх компонентів, крім місії (цілей) і програмних навчальних результатів. Підставою для оновлення ОП можуть бути: прийняття або зміна стандарту освітньої діяльності; ініціатива і пропозиції гаранта освітньої програми та/або НПП, які її реалізують; результати оцінювання якості; об'єктивні зміни інфраструктурного, кадрового характеру і/або інших ресурсних умов реалізації освітньої програми. Оновлення відображаються у відповідних структурних елементах ОП (навчальному плані, матрицях, робочих програмах навчальних дисциплін, програмах практик і т.п.).

У 2019 р. ОП «Маркетинг» переглядалася з урахуванням пропозицій стейкхолдерів, щодо окремих методів навчання та методів оцінювання освітніх компонентів. Здобувачі вищої освіти залучені до перегляду ОП через опитування, щодо змісту конкретних дисциплін. Студентське самоврядування мотивує здобувачів вищої освіти в опитуваннях. Роботодавці вносять пропозиції з точки зору ринку праці.

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 *коротке поле*

Здобувачі вищої освіти безпосередньо та через органи студентського самоврядування залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» та інших процедур забезпечення її якості як партнери.

Моніторинг програми та її компонентів відбувається шляхом опитування здобувачів вищої освіти та працівників з метою оцінювання викладання, навчання та оцінювання, а також вихідної інформації відповідно до показника успішності.

Використовується системи зворотного та прямого зв'язку для аналізу результатів оцінювання та очікуваних розробок в предметній галузі з врахуванням потреб суспільства та наукового середовища.

Позиція здобувачів вищої освіти береться до уваги під час перегляду освітньої програми.

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

Студентське самоврядування бере участь у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОП, щодо їх розробки і перегляду. У своїй діяльності студентське самоврядування керується Положеннями «Про студентське самоврядування Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», «Про систему забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти СУЯ ХАІ-НМВ-П/011:2017», «Про організацію освітнього процесу СУЯ ХАІ-НОВ-П/005:2016» .

У ЗВО організована процедура опитувань здобувачів вищої освіти з метою покращення якості освітньої програми. Результати анкетування опрацьовуються та за наслідками опитувань приймаються відповідні рішення. Студентське самоврядування мотивує до участі в опитуваннях.

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 *коротке поле*

Роботодавці безпосередньо та/або через свої об'єднання залучені до процесу періодичного перегляду освітньої програми та інших процедур забезпечення її якості як партнери.

Роботодавці здійснюють рецензування освітніх програм, проводять консультування викладачів. За рекомендаціями роботодавців в ОП «Маркетинг» введено освітні компоненти, спрямовані на опанування цифрових технологій маркетингу та методів економіко-статистичних досліджень у маркетингу.

У 2019 р. ОП «Маркетинг» переглядалася з урахуванням пропозицій стейкхолдерів, щодо окремих методів навчання та методів оцінювання освітніх компонентів.

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

На кафедрі наявна практика збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху випускників. Щодо освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» планується таку роботу проводити через співпрацю з відділом працевлаштування випускників, асоціацією випускників ЗВО та через процедури спілкування гаранта та викладачів кафедри з випускниками ОПП.

Оскільки акредитація є первинною, то випускників на ОП «Маркетинг» ще не було.

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? *довге поле*

Система забезпечення якості закладу вищої освіти забезпечує вчасне реагування на виявлені недоліки в освітній програмі та/або освітній діяльності з реалізації освітньої програми. У ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості за час реалізації ОП було виявлено недоліки, зокрема застарілі джерела в окремих дисциплінах проведено уточнення щодо виконання розрахункових дисциплін, корегування співвідношення лекційних та практичних занять.

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

Оскільки акредитація освітньої програми є первинною, то зауважень та пропозицій, сформульованих під час попередніх акредитацій немає.

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

Систематично проводиться робота щодо забезпечення якості освітньої програми через відповідне анкетування учасників академічної спільноти. Питання, які присвячено системі якості та процедурам її забезпечення розглядаються на засіданнях Вченої ради Університету та факультету та на засіданнях кафедри.

В академічній спільноті закладу вищої освіти сформована культура якості, що сприяє постійному розвитку освітньої програми та освітньої діяльності за цією програмою.

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

Між різними структурними підрозділами ЗВО (навчально-аналітичний відділ (НАВ); навчально-методичний відділ (НМВ); навчально-організаційний відділ (НОВ); відділ технічних засобів навчання; відділ сприяння працевлаштуванню студентів і випускників) існує формальна (яка регулюється відповідними Положеннями) та неформальна взаємодія щодо процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти. Так, НАВ регулює питання аналітичного супроводу та інформаційного забезпечення навчального процесу, а також розробки та підтримки інформаційно-навчального простору Університету. НМВ вирішує такі питання: диспетчеризація освітнього процесу, методичне забезпечення освітнього процесу, розробка і впровадження систем якості в Університеті. НОВ веде обліково-статистичну роботу, формує екзаменаційні комісії, супроводжує питання замовлення виготовлення та видачі дипломів, веде роботу ЄДЕБО, обробку інформації приймальної комісії Університету. Відділ сприяння працевлаштуванню студентів і випускників сприяє працевлаштуванню випускників та тимчасової трудової зайнятості студентів університету, адаптує випускників до практичної діяльності, налагоджує і підтримує зв'язки з потенційними роботодавцями, проводить заходи, що сприяють успішному працевлаштуванню студентів і випускників ЗВО, здійснює консультативну діяльність з питань тимчасової трудової зайнятості студентів та працевлаштування випускників університету, інформуємо студентів і випускників ЗВО про відкриті вакансії.

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?
коротке поле

У ЗВО визначені чіткі і зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу, які є доступними для них та яких послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми.

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу регулюються: Статутом ЗВО, Колективним договором, Правилами внутрішнього розпорядку, контрактом здобувача вищої освіти, Положенням «Про організацію освітнього процесу», тощо.

<https://khai.edu/ua/university/universitet-sogodni2/normativna-baza/>

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

Заклад вищої освіти не пізніше ніж за місяць до затвердження освітньої програми або змін до неї оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті відповідний проект з метою отримання зауважень та пропозиції заінтересованих сторін

<https://khai.edu/ua/studentu/trudoustrojstvo/>

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

Заклад вищої освіти своєчасно (не пізніше ніж за місяць до затвердження освітньої програми або змін до неї) оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті точну та достовірну інформацію про освітню програму (включаючи її цілі, очікувані результати навчання та компоненти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства

<https://khai.edu/ua/university/universitet-sogodni2/osvitnij-proces/osvitni-programi-i-komponenti/osvitni-programi-magistriv/>

10. Навчання через дослідження – не оформлюється

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

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

Сильні сторони:

Впроваджено студентоцентричне навчання.

Поєднання освітніх компонент з дослідженнями.

Постійне вдосконалення освітньої програми.

Науковий потенціал, наявність на кафедрі аспірантури.

Постійна участь здобувачів, викладачів у регіональних, національних і міжнародних грантових програмах, наукових проектах, конкурсах.

Розвинута навчально-методична і матеріально-технічна бази.

Використання сучасних інформаційних технологій у навчальному процесі.

Налагоджені довготривалі партнерські відносини з підприємствами.

Сприяння з боку Університету працевлаштуванню випускників.

Широкі можливості для заняття спортом на базі власного спортивно-оздоровчого комплексу і розвитку творчої особистості у студентських колективах.

Наявність заочної форми навчання.

Слабкі сторони:

розмитість практики визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті;

відсутність дуальної форми навчання на ОП «Маркетинг»;

слабкий ступінь залучення здобувачів до академічної мобільності.

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

Упродовж найближчих 3 років кафедра економіки та маркетингу планує розвиток ОП «Маркетинг» шляхом безперервного вдосконалення освітніх послуг, розширення партнерських зв'язків з підприємствами, вітчизняними і закордонними ЗВО та науковими установами, урахування потреб ринку праці та вимог основних стейкхолдерів освітнього процесу, розвитку нових освітніх технологій навчання, нарощування сучасного кадрового потенціалу науково-педагогічного персоналу.

Заплановані заходи ЗВО:

Розширення партнерських зв'язків з підприємствами, вітчизняними і закордонними ЗВО та науковими установами. Проведення «Ярмарку вакансій», організація стажування на підприємствах. Залучення студентів до участі у міжнародних конференціях, стажуваннях, грантових програмах. Впровадження

елементів дуальної освіти. Розвиток академічної мобільності на освітній програмі.

Розширення залучення до наукових досліджень студентів та аспірантів, сприяння їх участі в програмах стажування та академічної мобільності.

Безперервний розвиток і вдосконалення освітніх послуг. Проведення круглих столів з стейкхолдерами для визначення потреб вдосконалення освітніх програм. Співпраця з Українською асоціацією маркетингу (УАМ) з метою удосконалення змісту освітньої програми.

Урахування потреб ринку праці та вимог основних стейкхолдерів освітнього процесу. Залучення роботодавців та інших замовників, яким потрібні фахівці, до соціального партнерства в організації професійної економічної освіти з метою найповнішого задоволення потреб ринку праці. Забезпечення збалансованості теоретичної і практичної підготовки фахівців, ефективної і результативної взаємодії університету з роботодавцями.

Розвиток новітніх освітніх технологій навчання. Розвиток дистанційного навчання за освітньою програмою «Маркетинг» та створення відповідних дистанційних курсів.

Нарощування сучасного кадрового потенціалу науково-педагогічного персоналу. Розвиток системи підвищення кваліфікації викладачів на базах провідних підприємств галузі. Залучення до викладання іноземних викладачів, науковців, фахівців-практиків.

Впровадження передового світового досвіду в галузях освіти і науки та результатів власних науково-дослідних розробок в освітній процес.

Постійне підвищення показників системи забезпечення якості освіти. Забезпечення реалізації принципів академічної доброчесності відповідно до вимог стандарту ESG 2015.

Удосконалення традиційних та пошук сучасних форм запровадження наукових результатів у змісті та методиці навчання.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента (дисципліна/курсозна робота/практика/дипломна робота/інше)	Поле для завантаження силабуса або інших навчально-методичних матеріалів	Якщо викладання навчальної дисципліни потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
1	2	3	4
Основи охорони і комерціалізації інтелектуальної власності	дисципліна		Мультимедійна аудиторія 315 ім.к., 71,3м ² ; Проектор мультимедійний – 1шт, Проекційний екран – 1 шт, Комп'ютер – 1шт. MSWindowsXP Professional SP3, MS Office 2007, MS Office 2010, MS Project 2007, MS Visio 2007, MS Visual Studio 2007, MS SQL Server 2005, My SQL Server 5.01, наявність каналів доступу до Інтернету Комп'ютерна лабораторія 511- ім.к., 50,7м ² Комп'ютери: - 14 шт. Celeron 430
Психологія і педагогіка вищої школи	дисципліна		Лекційна аудиторія 208 ім.к., 99,4 м ² ; Проектор мультимедійний – 1шт, Проекційний екран – 1 шт, Комп'ютер – 1шт.
Економічне обґрунтування управлінських рішень у	дисципліна		Лекційна аудиторія 208 ім.к., 99,4 м ² ; Проектор мультимедійний – 1шт, Проекційний екран – 1 шт, Комп'ютер – 1шт.

маркетингу			
Економічне обґрунтування управлінських рішень у маркетингу (Курсова робота)	курслова робота		Комп'ютерна лабораторія 501- ім.к., 69,3м2 Комп'ютери: - 14 шт. Target
Логістичний менеджмент	дисципліна		Мультимедійна аудиторія 315 ім.к., 71,3 м2; Проектор мультимедійний – 1шт, Проекційний екран – 1 шт, Комп'ютер – 1шт. MS Windows XP Professional SP3, MS Office 2007, MS Office 2010, MS Project 2007, MS Visio 2007, MS Visual Studio 2007, MS SQL Server 2005, My SQL Server 5.01, Наявність каналів доступу до Інтернету
Маркетинговий аудит	дисципліна		Мультимедійна аудиторія, кабінет дипломного проектування, 409 ім.к., 50,5 м2; Проектор мультимедійний – 1шт, Проекційний екран – 1 шт, Комп'ютер – 1шт. MS Windows XP Professional SP3, MS Office 2007, MS Office 2010, MS Project 2007, MS Visio 2007, MS Visual Studio 2007, MS SQL Server 2005, My SQL Server 5.01, Наявність каналів доступу до Інтернету
Маркетинговий менеджмент	дисципліна		Мультимедійна аудиторія 315 ім.к., 71,3 м2; Проектор мультимедійний – 1шт, Проекційний екран – 1 шт, Комп'ютер – 1шт. MS Windows XP Professional SP3, MS Office 2007, MS Office 2010, MS Project 2007, MS Visio 2007, MS Visual Studio 2007, MS SQL Server 2005, My SQL Server 5.01, Наявність каналів доступу до Інтернету
Стратегічний маркетинг	дисципліна		Лекційна аудиторія 208ім.к., 99,4 м2; Проектор мультимедійний – 1шт, Проекційний екран – 1 шт,

			Комп'ютер – 1 шт.
Управління конкурентоспроможністю товарів та підприємств	дисципліна		Мультимедійна аудиторія, кабінет дипломного проектування, 409 ім.к., 50,5 м2; Проектор мультимедійний – 1 шт, Проекційний екран – 1 шт, Комп'ютер – 1 шт. MS Windows XP Professional SP3, MS Office 2007, MS Office 2010, MS Project 2007, MS Visio 2007, MS Visual Studio 2007, MS SQL Server 2005, My SQL Server 5.01, Наявність каналів доступу до Інтернету
Дипломне проектування	дипломна робота		

* наводять 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

ПІБ викладача	Посада	Чи входить у групу забезпечення відповідної спеціальності?	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП (на основі таблиці 1)	Обґрунтування
Голованова Майя Анатоліївна	Доцент	Так	Маркетинговий аудит	<i>Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно, або категорія, педагогічне звання</i> Науковий ступінь – Канд.техн.наук, 05.13.06 - Автоматизовані системи управління та прогресивні інформаційні технології (10.03.10р. диплом ДК № 058566). Тема дисертації: «Модель, метод та інструментальні засоби вибору технологічних рішень у машинобудівному виробництві в умовах невизначеності». <i>Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність,</i>

			<p>кваліфікація згідно з документом про вищу освіту:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Харківський авіаційний інститут ім. М. Є. Жуковського, 1987 р. Прикладна математика, інженер-математик; 2. Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», 2001 р. Економіка підприємства, спеціаліст з економіки підприємства. <p>Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сертифікат , що засвідчує участь у тренінгу з Підготовки експертів для забезпечення якості вищої освіти, виданий Міністерством Освіти та науки України Інститутом Вищої Освіти ПАПН України, ХДУХТ від 02.04.2019 р. 2. Сертифікат щодо складання тесту «Перевірка базових знань щодо забезпечення якості вищої освіти» у рамках проекту «формування мережі експертів із забезпечення якості вищої освіти» 12-16.06.2019 р. 3. Сертифікат щодо успішного закінчення курсу «Експерт з акредитації освітніх програм: онлайн тренінг, наданий Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти через платформу масових відкритих онлайн-курсів Prometheus» від 06.10.2019 р. 4. Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», свідоцтво про підвищення кваліфікації ПК 02066769/000129-17, «Основи застосування дистанційних освітніх технологій у навчальний процес», 24.02.2017р. 5. Сертифікат «Сучасні детермінанти розвитку бізнес-освіти». Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут». 26.10.2017 р. 6. Сертифікат «Проблеми та перспективи формування і розвитку інтелектуального капіталу для економіки України». Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», 25.05.2017 р. 7. Національний аерокосмічний університет ім М.Є. Жуковського «ХАІ», ФПК, 2015. Тематика "Місткість ринку: методичні підходи та практичні рекомендації", 252 години. Свідоцтво про підвищення кваліфікації І2СПВ №089331 від 30.05.2016 р. <p>Визнаний професіонал з досвідом практичної роботи за фахом: Стаж науково-педагогічної роботи – 26 років;</p> <p>Відповідність Ліцензійним вимогам (п. 30. Види і результати професійної діяльності особи за спеціальністю, яка застосовується до визнання кваліфікації, відповідної спеціальності) І наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України;</p>
--	--	--	--

				<p>1. Голованова М.А., Голованов Д.С. Застосування ланцюг маркова для визначення місткості ринкових сегментів в умовах цифрової трансформації поведінки поколінь споживачів. Системи управління, навігації та зв'язку. Збірник наукових праць. 2019, № 3(55). С. 89–98.</p> <p>2. Голованова М. А., Каменєва З.В. Лояльність клієнтів і метрики її вимірювання. Маркетинг в Україні. 2019. № 1. С. 43-45.</p> <p>3. Golovanov M. A., Lebedchenko V. V. Using the economic and mathematical models for determining the market capacity. Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості. 2018. № 1 (3). С.</p> <p>4. Голованова М. А. Товарный ассортимент и удовлетворённость потребителей / М. А. Голованова // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: Щорічний збірник наукових робіт. // редкол. : Малий та ін. – Харків.: Нац. фармац. ун-т, 2018. – С. 268–280.</p> <p>5. Голованова М.А. Конкурентоспособность Украины в мировой индустрии путешествий и туризма / М. А. Голованова, З. В., О. В. Яровой // Вісник НТУ «ХП». Серія: «Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства». – Х. : НТУ «ХП», 2016. – № 62 (11171). – С. 7–14.</p> <p>6. Голованова М. А. Динамічне ціноутворення як інструмент задоволення потреб вузьких сегментів ринку / М. А. Голованова // Маркетинг в Україні - 2016. - № 6. - С. 23.</p> <p>7. Голованова М. А., Вамболь В. В. Анализ экономических механизмов и инструментов регулирования природоохранной деятельности. East journal of security studies. - 2017. № 1.- С. 265-281.</p> <p>8. Голованова, М. А. Можливість організації «дуального університету» в Україні / М.А. Голованова, С.М. Мельніков // Маркетинг в Україні, 2015. - № 5. – С. 69-70.</p> <p>9. Голованова М.А. Оценка трудоемкости работ на ранних стадиях создания программного обеспечения / М.А.Голованова, Е.В. Надин // Системи обробки інформації. – Х. : Вид-во Харк. ун-ту повітряних сил ім. Івана Кожедуба, 2014. – № 8 (124) – С. 78–83.</p> <p>10. Голованова М.А. Экономико-математическая модель оценки конкурентоспособности промышленной продукции / М.А.Голованова, З. В. Каменева, Э. В. Билошенко// Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. С. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2014. – № 3 (27) – С. 92–104.</p> <p>2) наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії <u>Посібники:</u></p> <p>1. Голованова М. А. Місткість ринку: методологічні підходи і практичні рекомендації - навч. посіб. з грифом МОН. Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. С. Жуковсько-го «Харк. авіац. ін-т», 2014. – 153 с.</p> <p>2. Варталян В. М. Маркетингові методи ціноутворення. - Навч. посібн. з грифом МОН України (лист № 1 / 11-10075 від 02.11.10) / В. М. Варталян, М. А. Голованова, С. М.</p>
--	--	--	--	---

			<p>Мельніков - Х. : Нац. аерокосм. ун-т «Харьк. авіац. ін-т», 2011. –275 с.</p> <p>3. Голованова М. А. Маркетинговые исследования международных и внутренних рынков / Х. : Нац. аерокосм. ун-т «Харьк. авіац. ін-т», 2017. –96 с.</p> <p>4. Голованова М.А. Маркетинговые исследования международных и внутренних рынков : навч. посіб / М. А. Голованова. - Х. : Нац. аерокосм. ун-т «Харьк. авіац. ін-т», 2017.- 96 с.</p> <p>5. Промышленный маркетинг : навч. посіб. // Е.А.Воляк, М. А. Голованова, Т. А. Клименко, С.М. Мельников, В.Л. Петрик, Л.О. Филипковская – Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2015. – 125 с.</p> <p>6. Маркетинг услуг: учеб. пособие / М. А.Голованова, В. Л. Петрик, Т. А. Клименко, З. В. Каменева Х. : Нац. аерокосм. ун-т им. Н. Е. Жуковского «Харьк. авіац. ін-т», 2014. – 102 с.</p> <p>7. Экономическая эффективность природоохранных мероприятий и оценки экономического ущерба, причиняемого народному хозяйству загрязнением окружающей среды / Нечипорук Н.В., Кобрин В.Н., Голованова М.А., Вамболь В.В., Лебедченко В.В. - Х. : Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2013. – 96 с.</p> <p>8. Международная экономика: требования к выпускной работе бакалавров навч. посіб / Варталян В. М., Голованова М. А. Артемова А. В., Каменева З. В., Попов А. С., Филипковская Л. А. - Х. : Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2012. – 57 с.</p> <p>9. Международная экономика: предвыпускная практика навч. посіб Варталян В.М., Голованова М.А. Артемова А. В., Каменева З. В., Попов А. С., Филипковская Л. А. - Х. : Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2012. – 28 с.</p> <p><u>Монографії:</u></p> <p>1. Голованова М. А. Задоволеність клієнтів як фактор підвищення ефективності діяльності малих підприємств. Імперативи розвитку підприємства в контексті інноваційної економіки : кол. монографія. Київ, КНЕУ, 2019. С. 34–47.</p> <p>2. Голованова М. А. Трансформація інструментарія маркетинга под впливом покоління Z. Сучасний економічний інструментарій прийняття ефективних економічних рішень : кол. монографія. Харків, ХАІ, 2019. С.76–109.</p> <p>3- Голованова М. А. Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : кол. монографія. Харків. Видавництво Іванченка І. С.2018. С.С. 90–102.</p> <p><i>7)робота у складі Науково-методичної ради/науково-методичних комісії (підкомісії) з вищої освіти МОН:</i> Наказ МОН 1762 від 13.12.2013 «Деякі питання впровадження новітніх стандартів вищої освіти за напрямом підготовки (спеціальністю) «Маркетинг» Член робочої групи.</p> <p><i>8) виконання функцій наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України, або іноземного рецензованого наукового видання:</i></p>
--	--	--	---

				<p>Тема: «Господарська діяльність підприємства в умовах турбулентності економіки» (№ Державної реєстрації 0117U005480).</p> <p>10) організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/інституту/факультету/відділення (наукової установи)/філії/кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/відділу (наукової установи)/навчально-методичного управління (відділу)/лабораторії/іншого навчально-наукового (інноваційного) структурного підрозділу/вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/відповідального секретаря приймальної комісії та його заступника:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Заступник декана заочного факультету 2009-2015 рр. 2. Відповідальний секретар відбіркової комісії заочного факультету у 2015 р. <p>14) керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Всеукраїнська олімпіада з маркетингу. Переможці 1-го туру (Студенти гр. 657 мг: Прокопенко Д.І., Бондаренко О.В.), участь у II-му турі 04-05 квітня 2019 р. в м Одеса. Бондаренко О.В. – переможець в номінації «За оригінальне рішення завдань з маркетингу»» 2. Всеукраїнська олімпіада з "Аграрному маркетингу". Переможці 1-го туру (Студенти гр. 657 мг: Прокопенко Д.І., Бондаренко О.В.), участь у II-му турі 22-24 травня 2018 р. в м Мелітополь. Грамота за V-те місце. 3. Всеукраїнський конкурс дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів зі спеціальності «Маркетинг» за рівнем вищої освіти «бакалавр» 2018 р.. Переможець 1-го туру – Поцелуйко І.Ю., гр 641мг, учасник II-го туру. 4. Керівництво студентською науковою роботою на науково-творчий конкурс, що проводився у рамках II етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з навчальної дисципліни «Аграрний маркетинг» / Хижа Валерія Олегівна (ХАІ, група 631мг) зайняла III місце; 5. Керівництво студентською науковою роботою на Всеукраїнський конкурс студентських команд LoNG 2018 (Look of New Generation/Погляд нового покоління) / Студентська команда «Капітани індустрії» (ХАІ, група 631мг). Фіналісти конкурсу. У фіналі перемога в номінації «Системність і послідовність»; <p>15) наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Голованова М. А. Удосконалення роботи університетів через самооцінювання на основі принципів САФ. 1-а Міжнародна науково-методична конференція "Модернізація вищої освіти та забезпечення якості освітньої діяльності". - 2019. - С. 52-54. 2. Голованова М. А. Вірусний маркетинг — сучасний тренд. XII Міжнародна науково-практична конференція «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки
--	--	--	--	--

				<p>України» - 7-9 грудня 2017 р. м. Хмельницький Хмельницький національний університет, - 2018.</p> <p>3. Голованова М. А. Психологічні аспекти ціноутворення / М. А. Голованова Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики: матеріали III Міжнар. наук.-практ. Конференції (28 квітня 2018 р.) – Кривий Ріг: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган- Барановського, 2018. С.</p> <p>4. Голованова М. А. Нейромаркетинг: сучасний погляд на споживача / М. А. Голованова // II Всеукраїнск. наук.-техн. конф. «Сучасні інформаційні технології, засоби автоматизації та електропривод»: тези доповіді (19-21 квітня 2018 року).</p> <p>5. Голованова М. А. Применение RFM-анализа для повышения удовлетворённости потребителей / М. А. Голованова // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: Щорічний збірник наукових робіт. // редкол. : Малий та ін. – Харків.: Нац. фармац. ун-т, 2018. – С. 370–371.</p> <p>6. Давыдова И. О. Тенденции развития рынка тепличных овощных культур в Азербайджане/ И. О. Давыдова М. А. Голованова, С. Г. Гулиева // Актуальні питання економіки, управління та права: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 19 лютого 2018 р.): у 2 ч. – Полтава: ЦФЕНД, 2018. – Ч. 1. – 71 с. С. 43–44.</p> <p>7. Голованова, М. А. Азербайджан в мировом рейтинге конкурентоспособности на рынке путешествий и туризма / М. А. Голованова, С. Джафарли // Актуальні питання економіки, управління та права: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 19 лютого 2018 р.): у 2 ч. – Полтава: ЦФЕНД, 2018. – Ч. 2. – 70 с. – С. 10–11.</p> <p>8. Голованова М. А. Формирование запасов товаров на предприятиях мелкорозничной торговли на основе IT-технологий / М. А. Голованова, Ю. В. Матирко // Современные информационные технологии в экономике и управлении предприятиями, программами и проектами : тез. докл. на XIV науч.-практ. конф. Харьков, 29 сентября 2017 г. – Х. : Нац. аэрокосм. ун-т «Харьк. авиац. ин-т», 2017. – С.80–82.</p> <p>9. Голованова М. А. Використання інноваційної логістики при оптимізації матеріальних потоків у будівельному комплексі / М. А. Голованова, М. М. Федоренко, З. В. Каменева // Всеукраїнська науково-технічна конференція «Інтегровані комп'ютерні технології в машинобудуванні ІКТМ-2017» – Харків Національний аерокосмічний університет ім. М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», 2017 – Том 3 – С. 220-222.</p> <p>10. Голованова М. А. Проблемы и возможности использования алгоритмов распознавания образов в экспертных системах / М. А. Голованова, В. В. Третьяк // XXII Міжнародний конгрес двигунобудівників. Тези доповідей. . – Х. : Нац. аэрокосм. ун-т «Харьк. авиац. ин-т», 2017. – С.71.</p> <p>11. Голованова М. А. Стратегии повышения конкурентоспособности предприятия в условиях дуополии / М. А. Голованова // Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : Міжнародна науково-практична</p>
--	--	--	--	--

				<p>інтернет-конференція, присвячена 50-річчю заснування ХДУХТ, 3 жовтня 2017 р. : [тези доп.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. – Х. : ХДУХТ, 2017. – С. 231–232.</p> <p>12. Голованова М. А. Підходи до оцінювання споживчої задоволеності на ринку послуг / М. А. Голованова // Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, присвячена 50-річчю заснування ХДУХТ, 3 жовтня 2017 р. : [тези доп.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. – Х. : ХДУХТ, 2017. – С. 26–28.</p> <p>13. Голованова М.А. Особливості факторів економічної ефективності агропромислового підприємства / М. А. Голованова, Н. В. Бондаренко // Інтегровані комп'ютерні технології в машинобудуванні ІКТМ-2016 : тези доп. Міжнар. наук.-техн. конф. – Т. 3. – Х. : Нац. аеро-косм. ун-т ім. М.С. Жуковсько-го „ Харк. авіац. ін-т ”, 2016. С. 168-169.</p> <p>14. Голованова М. А. Механизмы ценообразования на газ / М. А. Голованова, В. В. Бакуменко // Современные информационные технологии в экономике и управлении предприятиями, программами и проектами : тез. докл. на XIV науч.-практ. конф. Одесса, 8-14 сентября 2016 г. – Х. : Нац. аэрокосм. ун-т «Харьк. авиаци. ин-т», 2016. – С.82-84.</p> <p>15. Голованова М. А. Факторы конкурентоспособности авиакомпании на рынке грузовых авиаперевозок / М. А. Голованова, В. А. Мардахаев //Современные информационные технологии в экономике и управлении предприятиями, программами и проектами : тез. докл. на XIV науч.-практ. конф. Одесса, 8-14 сентября 2016 г. – Х. : Нац. аэрокосм. ун-т «Харьк. авиаци. ин-т», 2016. – С.80-82.</p> <p>16. Голованова М. А. Конкурентоспособность Украины в мировой индустрии путешествий и туризма / М. А. Голованова, З. В. Каменева, О. В. Яровой // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 24 (1196). – С. 8-16.(Фахове видання)</p> <p>17. Голованова М. А. Застосування PERT-методики для визначення місткості ринку / М. А. Голованова // Маркетинг в Україні : тези доп. на XI наук.-практ. конф. (Київ, 17 – 18 грудня 2015). – К. : Українська асоціація маркетингу, 2015. – С. 20–21.</p> <p>18. Голованова М. А. Розрахунок місткості національних та міжнародних ринків на основі норм споживання / М. А. Голованова // Сучасні виклики розвитку світової економіки «МСGE'2015» : тези доп. на IV Міжн. наук.-практ. конф. (Київ, 18 – 19 листопада 2015). – К. : ун-т Шевченка, 2015. –С. 227 – 231.</p> <p>19. Голованова М. А. Интегрированная оценка конкурентоспособности промышленной продукции / М. А. Голованова // Економіка сталого розвитку: теоретичні підходи та практичні рекомендації : тези доп. на Міжн. наук.-практ. конф. (м. Кошице (Словаччина), 13-16 вересня 2015 р.). С. 24-</p> <p>20. Голованова М. А. Особенности формирования себестоимости авиаперевозок / М. А. Голованова, И. А. Ахмедов, Актуальные проблемы управления бизнесом,</p>
--	--	--	--	---

				<p>предприятиями и проектами : тез. докл. на ІХ науч.-практ. конф. (Одесса, 14-18 сент.2015). – Х. : Нац. аерокосм. ун-т «Харьк. авіац. ін-т», 2015. – С.139-140.</p> <p>16)участь у професійних об'єднаннях за спеціальністю:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Член правління ГО «Українська асоціація маркетингу» з 2014 р. 2. Участь у роботі Індустріального гендерного комітету з реклами (ІГКР) в Харківській області; 2014–2018 – Голова комітету; з 2018 – Член Правління. 3. Участь у роботі Незалежного Сертифікаційного центру УАМ з присвоєння кваліфікації «Менеджер з маркетингових досліджень» в Харкові на базі Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського "Харківський авіаційний інститут". З 2009 по т.ч – заст.директора Сертифікаційного центру. <p>17) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років: Досвід практичної роботи за спеціальністю 26 років.</p>
Лістрова Олена Сергіївна	Доцент	Так	Маркетинговий менеджмент	<p>Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно, або категорія, педагогічне звання: Науковий ступінь – Канд. техн. наук, 05.13.05 - Автоматизовані системи управління та прогресивні інформаційні технології (14.04.2004 р. диплом ДК № 23165). Тема дисертації: «Моделі та методи планування, оперативного накопичення та реалізації товарів в сучасних торгових центрах». Вчене звання – Доцент по кафедрі економіки та маркетингу (атестат 12ДЦ №17751 від 21.06.2007 р.).</p> <p>Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Харківський аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», 1998 р., Економіка й управління в машинобудуванні, інженер-менеджер. <p>Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», свідоцтво про підвищення кваліфікації ПК 02066769/000105-17, тема: «Основи застосування дистанційних освітніх технологій у навчальному процесі», 24.02.2017 р.; 2. Ukrainian IT-school, свідоцтво №smm1704s141, тема: «Social media marketing», 21.01.2018 р. <p>Визнаний професіонал з досвідом практичної роботи за фахом: Стаж науково-педагогічної роботи – 18 років;</p> <p>Відповідність Ліцензійним вимогам (п. 30. Види і результати професійної діяльності особи за спеціальністю, яка застосовується до визнання кваліфікації, відповідної спеціальності)</p>

				<p>2) наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Листровой С.В. Разработка метода мониторинга распределенной вычислительной системы на основе определения кратчайших путей и кратчайших гамильтоновых циклов в графе / С.В.Листровой, С.В.Минухин, Е.С.Листровая // Восточно-Европейский журнал передовых технологий ISSN1729-3774. - № 6/4. – 2015. - С.32-45. 2. Листровая Е.С. Экономический анализ альтернативной солнечной энергетики / Е.С. Листровая, Д.Н. Бабакин // Вісник НТУ «ХП». - №42 (1214). - 2016. - С 81-85. 3. Листровой С.В. Метод и модель планирования распределения пакетов заданий в кластере Grid системы / С.В.Листровой, Е.С.Листровая, М.С. Курцев // Электрон. Моделирование. –Т. 38. - №6. – 2016. –С. 85-105. 4. Листровая Е. С. Пути эффективной реализации международного маркетинга на примере украинских компаний / Е. С.Листровая, Е. А. Шатравка, Е. А.Матвиенко // Вісник економіки транспорту і промисловості. - №56. – 2016. – С. 139-144. 5. Listrovaya E. S. Modeling Local Scheduler Operation Based on Solution of Nonlinear Boolean Programming Problems / E. S. Listrovaya, V. A. Bryksin, M. S. Kurtsev // Cybernetics and Systems Analysis Cybern Syst Anal. - 2017. –Р. 1-10. 6. Проблеми и перспективы развития железнодорожного транспорта Украины/Е.С.Листровая, А.С. Валевская// Молодий вчений. - №11 (63). – 2017. -С.1143-1147. <p>3) наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Инструментальные средства экономики и маркетинга. Модельный тренажер ms excel и maple: учебное пособие / Л. А. Филипповская, В. М. Вартамян, Е. С. Листровая, А. В. Артемова. – Харьков: Нац. аэрокосмический ун-т «ХАИ», 2013. -320 с. 2. Лістрова О. С. Маркетинговий менеджмент: учебное пособие / О. С. Лістрова, Л. О. Філіпповська, О. О. Матвієнко. – Харьков: Нац. аэрокосмический ун-т «ХАИ», 2014. - 88 с. 3. Інформаційно-управляючі системи та організації паралельних обчислень: навчальний посібник / С. В. Лістровий, О. С. Лістрова, М. А. Мірошник, за ред. С. В. Лістрового. – Харків: «Діса плюс», 2015, -324 с. 4. Філіпповська Л. О. Інформаційні технології в управлінні виробництвом і збутом продукції : навч. посіб. до практ. занять / Л. О Філіпповська ., О. С.Лістрова. - Харків : Нац. аерокосм. ім. М. С. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2017. – 54 с. 5. Федоренко М. М. Поведінка споживача : навч. посіб. / М. М. Федоренко, О. С. Лістрова, О. О. Матвієнко. – Харків : ХАІ, 2018. – 68 с. <p>15) наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Лістрова О.С.Тенденции развития отраслей экономики Украины в различных сферах деятельности / О.С.Лістрова, О.В. Бондаренко // Всеукраїнська науково-технічна
--	--	--	--	---

				<p>конференція «Інтегровані комп'ютерні технології в машинобудуванні ІКТМ-2018»: Збірник тез доповідей конференції. – Харків: нац. аерокосм. ун-т ім. М.С.Жуковського “Харк. авіац. ін.-т”, 2018. – Том 3. - С.15.</p> <p>17) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років: Досвід практичної роботи за спеціальністю 18 років.</p> <p>18) наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років. З 2016 року до теперішнього часу консультант з питань Застосування цифрових технологій для просування товарів та послуг в АТ «МЖК «Інтернаціоналіст», м. Харків</p>
Либа Василь Олексійович	Доцент	Ні	Стратегічний маркетинг	<p>Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно, або категорія, педагогічне звання: Науковий ступінь – Канд. екон.наук,08.00.11 - Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці, (30.06.2015 р. диплом ДК № 029372). Тема дисертації: «Моделі та методи моніторингу економічної стійкості машинобудівного підприємства в умовах невизначеності».</p> <p>Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту: 1. Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», 2012 р., Економіка підприємства, магістр з економіки підприємства.</p> <p>Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі: 1. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», свідоцтво про підвищення кваліфікації І2СПВ № 153825, «Міжнародні економічні відносини», 28.10.2016р.</p> <p>Визнаний професіонал з досвідом практичної роботи за фахом: Стаж науково-педагогічної роботи – 7 років;</p> <p>Відповідність Ліцензійним вимогам (п. 30. Види і результати професійної діяльності особи за спеціальністю, яка застосовується до визнання кваліфікації, відповідної спеціальності) 1) наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або Web of Science Core Collection: 1. Лыба В. А. Моделирование экономической устойчивости предприятия машиностроительного комплекса / В. М. Вартамян, Д. С. Ревенко, В. А. Лыба // Актуальні проблеми економіки. наук. екон. журнал. – К., 2014. – № 6 (156). – С. 437-443. 2. Лыба В.А. Детерминированное моделирование устойчивости динамических социально-экономических систем / Д.С. Ревенко, В.А. Лыба, К.И. Горячева // Бизнес Информ. –</p>

			<p>2014. - №4. – С. 87 – 90.</p> <p>2) наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Лыба В. А. Метод диагностики способности предприятия к адаптации на основе показателей экономической устойчивости / Д. С. Ревенко, В. А. Лыба // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – Херсон, 2015. – Вип. 11. – Ч.5. – С. 157–160. 2. Лыба В. А. Метод прогнозирования международных экономических процессов в условиях неопределенности исходных данных / Д. С. Ревенко, В. А. Лыба, В. В. Ткачук // Причорноморські економічні студії. - Вип. 20. – 2017. - С. 10-16. 3. Лыба В. А. Диагностика банкротства предприятия на основе показателей экономической устойчивости / Д. С. Ревенко, В. А. Лыба, В. В. Курянская // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент – Одеса: МГУ, 2015. – Вип. 14 – С. 321–325. 4. Лыба В. О. Формування стратегій міжнародної конкурентоспроможності машинобудівних підприємств / Д. С. Ревенко, В. О. Лыба, Л. С. Зейда // Причорноморські економічні студії. - Вип. 5. – 2016. - С. 35-38. 5. Лыба В. О. Роль міжнародного менеджменту у формуванні сучасних підходів до міжнародного бізнесу / А.В. Доронін, Д. С. Ревенко, В. О. Лыба // Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – № 11. – С. 55–59. 6. Лыба В.А. Экономическая устойчивость предприятия: основные понятия и составляющие системы / Д.С. Ревенко, В.А. Лыба // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. - Х., 2013. - Вип. 1. – С. 56-65. 7. Лыба В.А. Интегральные модели экономической устойчивости предприятия и инструментальные средства их визуализации и диагностики / Д.С. Ревенко, В.А. Лыба // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту: зб. наук. пр. - Х., 2014. - Вип. 1. – С. 148-159. 8. Лыба В.А. Разработка интегрального индекса оценивания уровня экономической устойчивости социально-экономической системы / Д.С. Ревенко, В.А. Лыба // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики: сб. науч. тр. – Х., 2014. – Вып. 3. – С. 36-43. 9. Лыба В.А. Модель оценивания экономической устойчивости предприятия в условиях неопределенности / Д.С. Ревенко, В.А. Лыба // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Херсон, 2014. – Вип. 6. – Ч. 5. – С. 254–257. 10. Лыба В.А. Моделирование экономической устойчивости предприятия как способ предупреждения банкротства / В.А. Лыба // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – Херсон, 2014. – Вип. 8. – Ч.4 – С. 56–63. 11. Лыба В.А. Информационная технология моделирования экономической устойчивости
--	--	--	---

				<p>предприятия в условиях неопределенности исходных данных / В.А. Лыба // Проблемы і перспективи розвитку підприємництва: зб. наук. пр. Харк. нац. автомоб.-дор. ун-ту. – Харків: ХНАДУ, 2014. – №. 2 (7). – Т. 2. – С. 17–22.</p> <p>3) наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lyba V.O. The stability of socio-economic systems under conditions of global development : Collective monograph / I.O.Davydova, D.S.Revenko, V.O. Lyba, under the editorship of T. Derkach, Doctor of Economic Science // Coastal Regions: Problems and Paradigms of Socio-Economic Development. Riga, Latvia: Publishing House “Baltija Publishing”, 2018. P. 167-187. 2. Лыба В.О. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посібник / Д. С. Ревенко, В. О. Лыба. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2016. – 182 с. <p>10) організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/інституту/факультету/відділення (наукової установи)/бібліотеки/кафедри</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Заступник декана факультету програмної інженерії та бізнесу, з 2015 року 2. Заступник відповідального секретаря відбіркової комісії факультету програмної інженерії та бізнесу, з 2016 року <p>13) наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій загальною кількістю три найменування</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Лыба В.А. Стратегия предприятия: практикум / В.М. Вартамян, Д.С. Ревенко, В.А. Лыба. - Х.: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін.-т», 2014. – 57с. 2. Лыба В.О. Стратегия підприємства: метод. рекомендації до виконання курсової роботи / В.М. Вартамян, Д.С. Ревенко, В.А. Лыба. - Х.: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін.-т», 2015. – 57с. 3. Лыба В.О. Методи економіко статистичних досліджень: метод вказівки до самостійної роботи студентів / Д.С. Ревенко, В.О. Лыба. - Х.: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін.-т», 2014. – 64с. <p>15) наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Лыба В. О. Методи адаптаційно-ситуаційного управління міжнародним бізнесом / А.В. Доронін, В. О. Лыба, Б. І. Комар // Сучасна економіка: стан та перспективи подальшого співробітництва з країнами ЄС, тези доповіді Міжнародної науково-практичної конференції, 3 лютого 2017 року. - м. Запоріжжя: КПУ, 2017. - С.10-13. 2. Лыба В. А. Учет фактора неопределенности в моделировании экономической устойчивости предприятия / В. А. Лыба // Современные информационные технологии в экономике и управлении предприятиями, программами и проектами: матер. XII межд.
--	--	--	--	--

				<p>науч.-практ. конф. – Х.: Нац. аэрокосм. ун-т им. Н.Е. Жуковского «ХАИ», 2014. - С. 64-66.</p> <p>3. Лыба В. А. Формирование бизнес-портфеля фирмы в условиях неопределенности / В. А. Лыба, Т. В. Колесник // Сучасні проблеми моделювання соціально-економічних систем: матер. VI міжн. наук.-практ. Інтернет конф. 3-12 квітня 2014 – Бердянськ, 2014. - С. 92-95.</p> <p>4. Лыба В. А. Графический метод мониторинга адаптации предприятия к изменениям во внешней среде / В. А. Лыба // XIII международная научно-практическая конференция “Современные информационные технологии в экономике и управлении предприятиями, программами и проектами», Одесса, 14-18 сентября 2015 - Харьков: Национальный аэрокосмический университет им. Н.Е. Жуковского «Харьковский авиационный институт», 2015. – С 36–37.</p> <p>5. Лыба В. А. Диагностика банкротства предприятия на основе модели экономической устойчивости / В. А. Лыба, В. В. Курьянская // XIII международная научно-практическая конференция “Современные информационные технологии в экономике и управлении предприятиями, программами и проектами», Одесса, 14-18 сентября 2015. - Харьков: Национальный аэрокосмический университет им. Н.Е. Жуковского «Харьковский авиационный институт», 2015. – С 126–127.</p> <p>6. Лыба В.А. Модель оценивания экономической устойчивости предприятия / В. А. Лыба, Д. С. Ревенко // Моделювання та прогнозування соціально-економічних процесів : матер. IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених і студентів (Харків, 13–14 березня 2014 року). – Харків : Лідер, 2014. – С. 120-123.</p> <p>17) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років; Досвід практичної роботи за спеціальністю 7 років.</p> <p>18) наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років</p> <p>Наукове консультування керівництва ТОВ «Екобудінвест» (м. Харків) з питань прийняття та обґрунтування господарських та управлінських рішень, розробки бізнес-планів з 2016р. по теперішній час.</p>
Петрик Валерія Леонидівна	Доцент	Ні	Управління конкурентоспроможністю товарів та підприємств	<p>Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно, або категорія, педагогічне звання:</p> <p>Науковий ступінь – Канд. техн. наук, 05.13.06 - Автоматизовані системи управління та прогресивні інформаційні технології (10.03.2010 р. диплом ДК № 58571). Тема дисертації: «Інформаційна технологія верифікації програм-ного забезпечення інформаційно-управляючих систем на основі дескрипторної моделі».</p> <p>Вчене звання – Доцент по кафедрі економіки та маркетингу (атестат 12ДЦ №36868 від 21.11.2013 р.).</p>

				<p>Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Харківський державний університет ім. О. М. Горького, 1991 р., Прикладна математика, математик-прикладник; 2. Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», 2007 р., Програмне забезпечення автоматизованих систем, інженер-дослідник. <p>Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», свідоцтво про підвищення кваліфікації 12СПВ №089333, тема: «Статистичний аналіз наукової та інно-ваційної діяльності підприємств України», 30.05.2015 р. 2. Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», свідоцтво про підвищення кваліфікації ПК 02066769/000108-17, Розробка дистанційного курсу навчання з дисципліни «Економіко-математичні моделі та методи», 24.02.2017 р. <p>Визнаний професіонал з досвідом практичної роботи за фахом: Стаж науково-педагогічної роботи – 18 років;</p> <p>Відповідність Ліцензійним вимогам (п. 30. Види і результати професійної діяльності особи за спеціальністю, яка застосовується до визнання кваліфікації, відповідної спеціальності)</p> <p>2) наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Петрик, В.Л. Повышение эффективности деятельности автотранспортных предприятий на основе экономико-математического моделирования транспортных процессов / В.Л. Петрик, Глущенко С.А. Економічний дискурс: міжнародний збірник наукових праць. Випуск 2 / відповід. ред. Н.В. Семенишена. – Тернопіль : Крок, 2014. – 363-366 с. <p>3) наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Петрик В.Л. Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / В.Л. Петрик, В.М. Вартамян, Є.О. Воляк, С.М. Мельников, Т.А. Клименко, Л. О. Філіпковська, М.А. Голованова. - Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2015. – 128 с. 2. Промисловий маркетинг : навч. посіб. // Е.А.Воляк, М. А. Голованова, Т. А. Клименко, С.М. Мельников, В.Л. Петрик, Л.О. Филипповская. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є.
--	--	--	--	--

			<p>Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2015. – 125 с.</p> <p>3. Маркетинг услуг: учеб. пособие / М. А. Голованова, В. Л. Петрик, Т. А. Клименко, З. В. Каменева. - Х. : Нац. аэрокосм. ун-т им. Н. Е. Жуковского «Харьк. авиаци. ин-т», 2014. – 102 с.</p> <p>4. Петрик В. Л. Практикум по статистике: учеб. пособие/ В. Л. Петрик, З. В. Каменева, Д. А. Турко. - Х.: Нац. аэрокосм. ун-т им. Н. Е. Жуковского «Харьк. авиаци. ин-т», 2014. – 120 с.</p> <p>5. Петрик В. Л. Дослідження операцій: теорія, завдання, тести : навч. посіб. / В. Л. Петрик, Т. А. Клименко, Л. О. Філіпковська. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2014. – 78 с.</p> <p>6. Петрик В. Л. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібник. / В. Л. Петрик. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2019. – 140 с.</p> <p>10) організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/інституту/факультету/відділення (наукової установи)/філії/кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/відділу (наукової установи)/навчально-методичного управління (відділу)/лабораторії/іншого навчально-наукового (інноваційного) структурного підрозділу/вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/відповідального секретаря приймальної комісії та його заступника:</p> <p>1. Виконання обов'язків заступника декану;</p> <p>2. Відповідальний секретар приймальної комісії.</p> <p>13) наявність виданих навчально-методичних посібників / посібників для самостійної роботи студентів:</p> <p>1. Петрик В. Л. Економіко-математичне моделювання : навч. посіб. до самостійного вивч. дисципліни : у 2 ч. / В. Л. Петрик, В. М. Вартачан, О. О. Воляк. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2013. – Ч. 1. – 92 с.</p> <p>2. Петрик В. Л. Статистика: навч. посіб до виконання розрахункової роботи/ В. Л. Петрик. – Харків. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2017. – 37 с.</p> <p>3. Петрик В. Л. Управління конкурентоспроможністю підприємства: методичні вказівки до виконання контрольної роботи/ В. Л. Петрик. – Харків. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2018. – 20 с.</p> <p>15) наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій:</p> <p>1. Петрик В.Л. Особенности функционирования и развития автомобильного рынка Украины / В.Л. Петрик, С.М. Прытков // «Актуальные вопросы экономики, управления и права» : тез. допов. Международная научно- практическая конференция, 19 февраля 2018 г. - Полтава: ЦФЕНД, 2018. – Ч. 1.– С. 15-17.</p> <p>2. Петрик В.Л. Проблемы конкурентоспособности машиностроительного комплекса Украины</p>
--	--	--	--

				<p>/ В.Л. Петрик //«Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі» : тез. допов. Міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 3 жовтня 2017 р. – Харків: Харківський державного університету харчування та торгівлі. – С. 287- 288.</p> <p>3. Петрик В.Л. Оцінка стану та основні напрями розвитку газовидобутку в Україні / В.Л. Петрик, Є.Д. Нікіфорова // Всеукраїнська науково-технічна конференція „Інтегровані комп’ютерні технології в машинобудуванні ІКТМ- 2017”: Тези доповідей. – Харків: Національний аерокосмічний університет,„ХАІ”, 2017. – С. 243-244.</p> <p>4. Петрик В.Л. Підвищення економічної ефективності підприємств будівельної галузі України / В.Л. Петрик // «Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку»: тез. допов. Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції , 2018 р. – Херсон.</p> <p>5. Петрик В.Л. Стан та проблеми розвитку ринку металевих конструкцій України / В.Л. Петрик, Д.А. Синецький // «Інтегровані комп’ютерні технології в машинобудуванні ІКТМ-2018» : тез. допов. Всеукраїнська науково-технічна конференція, 2018 р. – Харків: Національний аерокосмічний університет «ХАІ», 2018. – С. 17.</p> <p>17) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п’яти років: Досвід практичної роботи за спеціальністю 18 років</p> <p>18) наукове консультування установ, підприємств, організацій протягом не менше двох років.З 2014 року до теперішнього часу консультант з питань конкурентоспроможності товарів та підприємств в АТ «МЖК «Інтернаціоналіст», м. Харків</p>
Півень Маргарита Анатоліївна	Доцент	Ні	Психологія і педагогіка вищої школи	<p>Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно, або категорія, педагогічне звання: Науковий ступінь – Канд. психол. наук, 19.00.01 - Загальна психологія, історія психології (26.06.17р. диплом ДК № 043113). Тема дисертації: «Структурні особливості емоційної зрілості особистості».</p> <p>Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту: 1. Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «ХАІ», 2011 р. Психологія, психолог.</p> <p>Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі: 1. Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», свідоцтво про підвищення кваліфікації ПК № 02066769/000228-17, тема «Структурні особливості емоційної зрілості особистості», 26.12.2017 р.</p>

			<p>Відповідність Ліцензійним вимогам (п. 30. Види і результати професійної діяльності особи за спеціальністю, яка застосовується до визнання кваліфікації, відповідної спеціальності)</p> <p>2) наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Півень М.А. Програма психологічної корекції емоційної зрілості особистості / М.А. Півень // Теорія і практика сучасної психології. – 2018. – № 6. – С. 27-34 2. Півень М.А. Формування структурних компонентів емоційної зрілості особистості / М.А. Півень // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки». – 2018. – Вип. 1. – Том 1. – С.148-153. 3. Півень М.А. Психосемантичні особливості «Его»-системи осіб з різним рівнем емоційної зрілості / М.А. Півень // Вісник Харківського університету імені В.Н. Каразіна. – Серія: «Психологія». – 2017. – Вип. 63. – С. 29 – 34. 4. Півень М.А. Структура емоційно-захисних патернів осіб з різним рівнем емоційної зрілості / М.А. Півень // Вісник Харківського університету імені В.Н. Каразіна. – Серія: «Психологія». – 2016. – Вип. 60. – С. 26 – 29. 5. Півень М.А. Структура емоційної зрілості особистості / М.А. Півень // Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Психологія. – 2014. – Вип. 47. – С. 156 – 163. 6. Півень М.А. Особливості організації емоційної сфери особистості з різним рівнем емоційної зрілості / О. С. Кочарян, М. А. Півень // Вісник Харківського університету імені В. Н. Каразіна. – Серія: «Психологія». – 2014. – Вип. 55. – № 1110. – С. 27 – 31. <p>3) наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи нормальної сексуальності: навч. посіб. / Б.Л. Гульман та ін. – Харків: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. С. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2018. – 92 с. <p>14) керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або робота у складі організаційного комітету/журі Всеукраїнської студентської олімпіади (Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт), або керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком/проблемною групою; керівництво студентом, який став призером або лауреатом Міжнародних мистецьких конкурсів, фестивалів та проектів, робота у складі організаційного комітету або у складі журі міжнародних мистецьких конкурсів, інших культурно-мистецьких проектів; керівництво студентом, який брав участь в Олімпійських, Паралімпійських іграх, Всесвітній та Всеукраїнській Універсіаді, чемпіонаті світу, Європи, Європейських іграх, етапах Кубка світу та Європи, чемпіонаті України; виконання обов'язків тренера, помічника тренера національної збірної команди України з видів спорту; виконання обов'язків головного секретаря, головного судді, судді міжнародних та всеукраїнських змагань; керівництво спортивною делегацією; робота у складі організаційного комітету, суддівського корпусу:</p>
--	--	--	--

				<p>Керівництво студентом, який зайняв призове III місце I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Психологія» (Теоретична та прикладна психологія) – Недосекіна А.В.</p> <p>15) наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Півень М. А. Особистісні особливості та особливості соціально-психологічної адаптації осіб із різним рівнем емоційної зрілості / М. А. Півень // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання та проблеми розвитку соціальних наук». – Кельце, 2016. – С. 78 – 81. 2. Півень М. А. Співвідношення емоційної зрілості з загальною зрілістю особистості на рівні психосемантичних особливостей «Его»-системи / М. А. Півень // Тенденції розвитку психології та педагогіки: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – К.:ГО «Київська наукова організація педагогіки та психології», 2017. – С. 95-96. 3. Півень М. А. Особливості механізмів психологічного захисту осіб з різним рівнем емоційної зрілості / М. А. Півень // Нове та традиційне у дослідженнях сучасних представників психологічних та педагогічних наук: Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2018. – Ч. 1. – С. 32-34. 4. Півень М. А. Особливості формування емоційної зрілості особистості / М. А. Півень // Сучасний вимір психології та педагогіки: Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 25-26 травня 2018 року). – Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2018. – С. 41-44. 5. Півень М. А. Розбіжності в стійких емоційних рисах між групами осіб з різним рівнем емоційної зрілості / М. А. Півень // Психологія та педагогіка у XXI столітті: перспективи та пріоритетні напрямки досліджень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – К.:ГО «Київська наукова організація педагогіки та психології», 2018. – С. 72-74 6. Півень М. А. Опитувальник діагностики емоційної зрілості особистості Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції: «Проблеми оптимального функціонування особистості в сучасних умовах» (Харків. 25 жовтня 2018 року). – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2018. – С. 141-142 7. Півень М. А. Програма психологічної корекції емоційної зрілості особистості / М. А. Півень // Актуальні проблеми реформування системи виховання та освіти в Україні: Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (м.Львів, 26-27 квітня 2019 року). – Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2019. – Ч.1. – С. 29-32.
--	--	--	--	--

<p>Скачков Олександр Миколайович</p>	<p>Доцент</p>	<p>Ні</p>	<p>Економічне обґрунтування управлінських рішень у маркетингу</p>	<p>Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно, або категорія, педагогічне звання Науковий ступінь – Канд. техн. наук, 05.13.06 - Автоматизовані системи управління та прогресивні інформаційні технології (23.0.14р. диплом ДК № 023819). Тема дисертації: «Моделі та методи інформаційної технології моніторингу економічної безпеки машинобудівного підприємства в умовах параметричної невизначеності».</p> <p>Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту 1. Національний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», 2004 р., економіка підприємства, економіст.</p> <p>Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі: 1. Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», свідоцтво про підвищення кваліфікації І2СПВ №089335, тема «Моделі і методи ІТ моніторингу економічної безпеки машинобудівного підприємства», 30.05.2015 р. 2. Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «ХАІ», свідоцтво про підвищення кваліфікації ПК 02066769/000118-17, тема «Створення електронного навчального курсу в LMS Moodle», 24.02.2017р.</p> <p>Визнаний професіонал з досвідом практичної роботи за фахом: Стаж науково-педагогічної роботи – 14 років;</p> <p>Відповідність Ліцензійним вимогам (п. 30. Види і результати професійної діяльності особи за спеціальністю, яка застосовується до визнання кваліфікації, відповідної спеціальності) 2) наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України: 1. Вартанян В.М. Выбор контрагентов хозяйственной деятельности машиностроительного предприятия/ В.М. Вартанян, А.Н. Скачков, И.А. Скачкова. - Научно-технический журнал «Радио-электронные и компьютерные системы». – 2 (72). – Харьков: Нац. аэрокосмич. ун-т «ХАИ», 2015. – С.139-143. 2. Скачков А.Н. Оценка и выбор стейкхолдеров предприятия / А.Н. Скачков, И.А. Скачкова / Открытые информационные и компьютерные интегрированные технологии: сб. науч. тр. Нац. аэрокосм. ун-та им. Н.Е. Жуковского “ХАИ”. – Вып. 72. – Харьков, 2016. –С.164-169</p>
--	---------------	-----------	---	--

				<p>3. Скачков А.Н. Оценка и выбор членов команды проекта / А.Н. Скачков, И.А. Скачкова / Проблемы і перспективи розвитку підприємництва: зб. наук. пр. Харківського національного автомобільно-дорожного університету. – 2 (17). -Харків: ХНАДУ, 2017. – С. 101-107.</p> <p>4. Turkina M., Skachkov O. Economic efficiency of modernizing the equipment for thermal power plants / Innovative technologies and scientific solutions for industries. – 2017. - 2 (2) – P.130-136.</p> <p>5. Скачков О.М. Теоретико-методичний інструментарій управління зацікавленими сторонами проекту // О.М. Скачков, І.А. Скачкова Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості. - 2018. – №1 (3). – с. 48-53.</p> <p>6. Skachkov O. Theoretical and methodical toolkit for managing the Stakeholders of a project / O.Skachkov, I. Skachkova // Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості: щоквартальний науковий журнал–№1 (3) 2018 -Харків, 2018. – с. 48-53.</p> <p>3) наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії;</p> <p>1. Маркетинг та дистрибуція інформаційних технологій: навч. посіб./ О. М. Скачков, А. В. Артёмова – Х.: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2015. – 95 с.</p> <p>2. Маркетингові комунікації: навч. посіб. / О. М. Скачков - Харків. - Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського "Харк. авіац. ін-т", 2016. - 104 с .</p> <p>3. Skachkova I. Applying project management tools in the implementation of lean production techniques. / I.Skachkov, O. Skachkova // Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko, in 2 Vol. / Higher School of Social and Economic. – Przeworsk: WSSG, 2019. – Vol. 2. - с. 251-260.</p> <p>б) проведення навчальних занять із спеціальних дисциплін іноземною мовою в обсязі не менше 50 аудиторних годин на навчальний рік;</p> <p>Economics of Enterprise для іноземних студентів спеціальності 6.073 - 67 аудиторних годин в 2018/19 навч. році.</p> <p>13) наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій загальною кількістю три найменування;</p> <p>1. Економічне управління підприємством : навч. посіб. / О. М. Скачков, О.С. Попов. - Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського ""Харківський авіаційний інститут"".– Харків : ХАІ, 2018.– 124 с.</p> <p>2. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків : навч. посіб. до практикуму / О. М. Скачков, Д.О. Турко. - Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського ""Харківський авіаційний інститут"".– Харків : ХАІ, 2018.– 68 с.</p> <p>3. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / О. М. Скачков, Л. О. Філіпковська. – Харків : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2019. – 104 с.</p>
--	--	--	--	--

				<p>15) наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Скачков А.Н. Узагальнена модель управління запасами / А.Н. Скачков, И.А. Скачкова // Тези доповідей всеукр. науково-технічної конференції «Інтегровані комп'ютерні технології в машинобудуванні ІКТМ – 2018. – Харків: Нац. аерокосміч. ун-т «ХАІ», 2018. – Том 3. – С. 133. 2. Скачков А. Н. Подбор и оценка членов команды проекта / А.Н. Скачков, И.А. Скачкова// Міжнародна науково-практична конференція “Інтегровані комп'ютерні технології в машинобудуванні ІКТМ-2016”. Тези доповідей. – Харків: нац. аерокосм. ун-т ім. М.Є.Жуковського “Харк. авіац. ін.-т”, 2016 р. - С. 67. 3. Скачков А.Н. Модель оценки членов команды проекта / А.Н. Скачков, И.А. Скачкова // XV Международная научно-практическая конференция «Современные информационные технологии в экономике и управлении предприятиями, программами и проектами», г. Харьков, 29 сентября 2017 г. – Харьков: Национальный аэрокосмический университет им. Н. Е. Жуковского «Харьковский авиационный институт», 2017. – С. 90-92. 4. Скачков О. М. Диверсифікація ризиків підприємства / О. М. Скачков, І.А. Скачкова // Міжнародна науково-практична конференція “Інтегровані комп'ютерні технології в машинобудуванні ІКТМ-2017”. Тези доповідей. – Харків: нац. аерокосм. ун-т ім. М.Є.Жуковського “Харк. авіац. ін.-т”, 2017 р. - С. 67. 5. Скачков А.Н. Модель оценки и выбора заинтересованных сторон проекта / А.Н. Скачков, И.А. Скачкова // XIV Международная научно-практическая конференция «Современные информационные технологии в экономике и управлении предприятиями, программами и проектами», г. Одесса, 8-14 сентября 2016 г. – Харьков: Нац. аэрокосм. ун-т им. Н.Е. Жуковского “ХАИ”. 2016. С. 103-105. <p>17) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років: Досвід практичної роботи за спеціальністю 14 років.</p>
Федоренко Микола Михайлович	Доцент	Ні	Логістичний менеджмент	<p>Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно, або категорія, педагогічне звання: Науковий ступінь – Канд.техн.наук, 05.13.06 - Автоматизовані системи управління та прогресивні інформаційні технології (11.02.2004 р. диплом ДК № 022278). Тема дисертації: «Інформаційна технологія символно-числового аналізу виробничо-економічних процесів для підтримки прийняття управлінських рішень». Вчене звання – Доцент по кафедрі менеджменту (атестат 02ДЦ №014768 від 16.06.2005 р.).</p> <p>Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту:</p>

				<p>1. Харківський державний педагогічний інститут ім. Г. С. Сковороди, 1971 р., вчитель фізики середньої школи.</p> <p>Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі:</p> <p>1. Національний авіаційний університет, стажування на кафедрі логістики Інституту економіки та менеджменту, довідка № 03.02/3358, 25.10.2013-24.01.2014 р.</p> <p>Визнаний професіонал з досвідом практичної роботи за фахом: Стаж науково-педагогічної роботи – 20 років;</p> <p>Відповідність Ліцензійним вимогам (п. 30. Види і результати професійної діяльності особи за спеціальністю, яка застосовується до визнання кваліфікації, відповідної спеціальності)</p> <p>2) наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Федоренко М. М. Использование активных методов преподавания логистики / М. М. Федоренко, Ю. А. Романенков // Збірник матеріалів КНАУ 2017– С.162-167. 2. Федоренко М. М. Выбор стратегии предприятия в сфере услуг / Актуальные проблемы и перспективы эволюции современного общества. - ХНПУ ім. Г. С. Сковороди 2017р. - С.35-42. 3. Каменева З. В. Використання інноваційної логістики при оптимізації матеріальних потоків у будівельному комплексі / З. В. Каменева, М. М. Федоренко, М.А. Голованова // «Інтегровані комп'ютерні технології в машинобудуванні» – Харків: Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», 2017. – Том 3. – С. 220-222. 4. Федоренко Н.М. Управление инновационной деятельностью в региональных логистических системах / Н. М. Фежоренко, Т. В. Януш // Вчені записки ХІУ. - № 36, 2014. – С. 134-138. <p>3) наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Федоренко М. М. Управління матеріальними запасами - ключовий аспект логістичної діяльності сучасного підприємства: монографія / М. М. Федоренко, О. М. Сумець, М. М. Назарян, М. В. Кармінська-Белоброва. - Х.: «Міськдрук», 2014. - 256 с. 2. Федоренко М. М. Поведінка споживача : навч. посіб. / М. М. Федоренко, О. С. Лістрова, О. О. Матвієнко. – Харків : ХАІ, 2018. – 68 с. <p>7) робота у складі експертних рад з питань проведення експертизи дисертацій МОН або галузевих експертних рад Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, або Акредитаційної комісії, або їх експертних рад, або міжгалузевої експертної ради з вищої освіти Акредитаційної комісії, або трьох експертних комісій</p>
--	--	--	--	--

				<p>МОН/зазначеного Агентства, або Науково-методичної ради/науково-методичних комісій (підкомісії) з вищої освіти МОН: Робота у складі НМК з логістики.</p> <p>10) організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/інституту/факультету/відділення (наукової установи)/філії/кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/відділу (наукової установи)/навчально-методичного управління (відділу)/лабораторії/іншого навчально-наукового (інноваційного) структурного підрозділу/вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/відповідального секретаря приймальної комісії та його заступника: З 2012 по 2016 рр. завідувач кафедри менеджменту Харківського інституту управління.</p> <p>15) наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Каменева З. В. Маркетинговое управление товарным ассортиментом и критерии оценки его эффективности / З. В. Каменева, Н. М. Федоренко // Всеукраїнська науково-технічна конференція «Інтегровані комп'ютерні технології в машинобудуванні ІКТМ-2017» – Харків Національний аерокосмічний університет ім. М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», 2017 – Том 3 – С. 223-225. 2. Fedorenko N. M. Methodology for formation of indicator typical balanced system for pharmacy organizations / N. M. Fedorenko, Z. V. Kamenyeva, N. B. Zyubanova // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: Щорічний збірник наукових робіт. Матеріали VI міжнародної науково-практичної дистанційної конференції, м. Харків, 22-23 березня 2018 р.) / редкол. : В. В. Малий та ін. – Харків.: Нац. фармац. ун-т, 2018. – С. 68- 74 3. Федоренко М. М. Проблеми пошуку механізмів мотивації трудової діяльності персоналу / М. М. Федоренко, З. В. Каменєва // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: Щорічний збірник наукових робіт. Матеріали VI міжнародної науково-практичної дистанційної конференції, м. Харків, 22-23 березня 2018 р.) / редкол. : В. В. Малий та ін. – Харків.: Нац. фармац. ун-т, 2018. – С. 222- 225. 4. Fedorenko M. M. The evaluation of necessary changes at production enterprises / N. M. Fedorenko, Z. V. Kamenyeva, N. B. Zyubanova // Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції – Кривий Ріг: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла ТуганБарановського, 2018. – С. 581-583. 5. Федоренко М. М. Оцінювання технічного рівня і якості промислової продукції / М. М. Федоренко, З. В. Каменєва // Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку: матеріали 3-ої Всеукраїнської наук.-практ. конф. / упоряд. Боліла С.Ю.,
--	--	--	--	--

				<p>Шепель Т.С. – Херсон, ДВНЗ «ХДАУ». - 21.05.2018: тези доповідей. – 2018. – С. 200-203.</p> <p>16) участь у професійних об'єднаннях за спеціальністю;</p> <p>17) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років:</p> <p>Досвід практичної роботи за спеціальністю 20 років.</p>
Філіпковська Лариса Олексіївна	Доцент	Ні	Основи охорони і комерціалізації інтелектуальної власності	<p>Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно, або категорія, педагогічне звання:</p> <p>Науковий ступінь – Канд.техн.наук,05.13.06 - Автоматизовані системи управління та прогресивні інформаційні технології (21.05.03р. диплом ДК № 018853). Тема дисертації: «Структурно-аналітичні моделі, алгоритми і програмні засоби для розпізнавання виробничих ситуацій за різнотипними ознаками».</p> <p>Вчене звання – Доцент по кафедрі економіко-математичного моделювання (атестат ДЦ №010388 від 17.02.05 р).</p> <p>Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту:</p> <p>1. Харківський авіаційний інститут, 1979р., Прикладна математика, інженер-математик.</p> <p>Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі:</p> <p>1. Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», свідоцтво про підвищення кваліфікації ПК 02066769/000129-17, «Основи застосування дистанційних освітніх технологій у навчальний процес», 24.02.2017 р.</p> <p>2. Международная школа технического законодательства и управления качеством, ISTL, г. Киев – Национальный аэрокосмический университет им. Н.Е. Жуковского «ХАИ», сертификат № ISTL-QM/16/2603-1487, тема «Внутрішній аудитор систем менеджменту якості відповідно до вимог ISO 9001:2015», 26.03.2016 р.</p> <p>3. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», свідоцтво про підвищення кваліфікації 12СПВ №153822, «Міжнародні економічні відносини», 28.10.2016 р.</p> <p>4. Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», свідоцтво про підвищення кваліфікації, тема «Інноваційна безпека економіки», 30.05.2015 р.</p> <p>Визнаний професіонал з досвідом практичної роботи за фахом:</p> <p>Стаж науково-педагогічної роботи – 37 років;</p>

				<p>Відповідність Ліцензійним вимогам (п. 30. Види і результати професійної діяльності особи за спеціальністю, яка застосовується до визнання кваліфікації, відповідної спеціальності)</p> <p>1) наявність за останні п'ять років наукових публікацій у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз, рекомендованих МОН, зокрема Scopus або WebofScienceCoreCollection:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Філіпковська Л. О. Формування первинних знань про стани авіатранспортного підприємства для діагностування його економічної безпеки /Л. О. Філіпковська, О. О. Матвієнко, С. В. Нікітенко // Бізнес Інформ (Харківський національний економічний університет МОН України, НДЦ індустріальних проблем розвитку НАН України). – Харків: ВД «Інжек». – 2015. – № 5(448). – С. 165-172. <p>2) наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Філіпковська Л.О. Перспективні напрямки розвитку транспорту України /Л.О. Філіпковська, В. В. Муратов // Економіка транспортного комплексу : зб. наук. пр. – Х. : ХНАДУ, 2017. – Вип. 29. – С. 69–85. 2. Філіпковська Л. О. Інструментальний засіб ідентифікації стану підприємства для формування економічної безпеки / Л. О. Філіпковська, О. О. Матвієнко // Наука й економіка (науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету). – Хмельницький: ПНВЗ «Хмельницький економічний університет». – 2015. – Вип.4(40). – С. 99-105. 3. Филипковская Л.А. Адаптивность как способ достижения экономической безопасности предприятия // «Украина – България – Европейски съюз: съвременно състояние и перспективи». Сборник с доклади международной научной конференции. Том 2. – Варна – Херсон: Издательство «Наука и экономика», 2015. – С. 283-286. 4. Filipkowska, L. Managerial decision support making in economic systems based on cognitive modeling / L. Filipkowska, O. Matviienko // International Journal of Engineering and Technology (UAE). – Vol 7. – № 4.3, special issue 3. – 2018. –pp. 588–592. 5. Філіпковська Л.О. Дослідження підходів до управління вартістю інноваційних проєктів / Л.О. Філіпковська, М.М. Нос // Управління проєктами та розвиток виробництва: зб. наук. пр. – Луганськ: вид-во СЛУ ім. В. Даля (Севєродонецьк), 2018. – №4(68). – С. 5-15. <p>3) наявність виданого підручника чи навчального посібника або монографії:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Филипковский В. С. Основы охраны и коммерциализации интеллектуальной собственности для инже-неров / В. С. Филипковский, Л. А. Филипковская. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т „Харк. авіац. ін.-т”, 2013 – 132 с. Гриф «Рекомендовано Міністерством освіти і науки України» (лист №1/11-12622 від 6.08.2013). 2. Філіпковська Л. О. Методологія когнітивного моделювання економічних систем на основі теорії розпізнавання образів / Л. О. Філіпковська // Соціально-економічні аспекти розвитку суспільства: монографія / Під ред. д-ра екон. наук, професора Кизима
--	--	--	--	---

				<p>М. О. – Х.: ВД «Інжек», 2014. – С. 201-218.</p> <p>3. Філіпковська Л. О. Концептуальні засади когнітивного моделювання адаптивності підприємства / Л. О. Філіпковська, О.О. Матвієнко // Прикладные аспекты моделирования социально-экономических систем: монографія / Под ред. докт. экон. наук, проф. В.С. Пономаренко, докт. экон. наук, проф. Т.С. Клебановой. – Бердянск : Издатель Ткачук А.В., 2015. – С. 281-298.</p> <p>4. Філіпковська Л.О. Інформаційні технології в управлінні виробництвом і збутом продукції : навч. посіб. до практ. занять / Л.О Філіпковська ., О. С.Лістрова. - Харків : Нац. аерокосм. ім. М.Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2017. – 54 с .</p> <p>5. Філіпковська Л.О.Маркетинговий менеджмент /Л. О. Філіпковська., О. С. Лістрова, О. О. Матвієнко.- .Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2014. – 87 с.</p> <p>6. Економіка: дипломне проектування за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» : навч. посіб. / І. О. Давидова, А.В. Доронін, Л. О. Філіпковська, З.В. Каменєва. – Харків. – Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2019. – 48 с.</p> <p>8) виконання функцій наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України, або іноземного рецензованого наукового видання:</p> <p>1. Відповідальний виконавець наукової теми «Адаптивне управління стратегічною стійкістю авіатранспортного підприємства».</p> <p>10) організаційна робота у закладах освіти на посадах керівника (заступника керівника) закладу освіти/інституту/факультету/відділення (наукової установи)/філії/кафедри або іншого відповідального за підготовку здобувачів вищої освіти підрозділу/відділу (наукової установи)/навчально-методичного управління (відділу)/лабораторії/іншого навчально-наукового (інноваційного) структурного підрозділу/вченого секретаря закладу освіти (факультету, інституту)/відповідального секретаря приймальної комісії та його заступника: Голова НМК факультету програмної інженерії та бізнесу;</p> <p>12) наявність не менше п'яти авторських свідоцтв та/або патентів загальною кількістю два досягнення:</p> <p>1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 48825 «Комп'ютерна програма «Інтерактивний програмний комплекс ав-томатизованого аналізу даних та створення правил класифікації виробничих ситуацій КОД-Т».</p> <p>2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 50070 «Комп'ютерна програма «Інтерактивний програмний комплекс класифікації листових деталей для виготовлення імпульсними технологіями».</p> <p>15) наявність науково-популярних та/або консультаційних (дорадчих) та/або дискусійних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій:</p> <p>1. Филиппковская Л.А. Вовлечение интеллектуальной собственности в хозяйственный</p>
--	--	--	--	--

				<p>оборот предприятия / Л.А. Филипповская, С. В. Филипповский // «Украина – България – Европейски съюз: съвременно състояние и перспективи». Сборник с доклади от международна научна конференция. Том 2. – Варна: Издателство «Наука и икономика», 2016. – С. 243-247.</p> <p>2. Філіпковська Л. О. Тенденції розвитку транспортної галузі України у контексті реалізації принципів логістики / Л. О. Філіпковська, В. В. Муратов // Проблеми підготовки професійних кадрів з логістики в умовах глобального конкурентного середовища: XIV МНПК 27-28 жовтня 2016 р. Збірник доповідей. – К.: НАУ, 2016. – С. 157-159.</p> <p>3. Філіпковська Л.О. Складові трансформації інтелектуальної власності в інноваційний продукт / Л.О. Філіпковська // Проблеми та перспективи розвитку економіки України : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 7 квітня 2017 р.). – Київ : Національний авіаційний університет, 2017. – С. 58–62.</p> <p>4. Філіпковська Л. О. Досягнення економічної безпеки авіатранспортних підприємств на основі управління ризиків / Л. О. Філіпковська, О. О. Матвієнко // Перспективи управлінської діяльності суб'єктів господарювання в контексті економічної безпеки: Матеріали міжнародного форуму з безпеки, Черкаси, 25-27 травня 2017 р. – Черкаси: вид-во ПП Чабаненко Ю.А., 2017. – С. 190–192.</p> <p>5. Філіпковська Л.О. Маркетинг як інструмент забезпечення економічної безпеки авіатранспортних підприємств / Л.О. Філіпковська, О.О. Матвієнко // Моніторинг, моделювання та менеджмент емерджентної економіки: зб. наук. пр. Шостої Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса–Черкаси, 24–26 трав., 2017 р. / Редкол.: В. М. Соловійов, Л. О. Кібальник (відп. за випуск) та ін. – Черкаси: Видавець Ольга Вовчок, 2017. – С. 330–334.</p> <p>6. Филипповский С.В. Устойчивость и бифуркации колебаний упругого ротора с диском на консольном конце и шарикоподшипников в вибрирующем планере летательного аппарата / С. В. Филипповский, Л. А. Филипповская // Вестник двигателестроения. – Запорожье: АО «Мотор Сич», 2017. – № 2/2017. – С. 18–23.</p> <p>7. Филипповская Л.А. Функциональный подход к управлению системой экономической безопасности предприятия / Л.А. Филипповская Л.А., В.В. Муратов // Украина, Болгария, ЕС: экономические и социальные тенденции развития: материалы Международной научно-практической конференции (г. Бургас, Болгария, 11-12 сентября 2017). – Бургас: Авангард Прима, 2017. – С. 42– 45.</p> <p>8. Філіпковська Л.О. Використання експертних систем у маркетингу / Л.О. Філіпковська // Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі: Міжнародна науково-практична інтернет- конференція, присвячена 50-річчю заснування ХДУХТ, 3 жовтня 2017 р.: [тези доп.] / редкол.: О. І. Черевко [та ін.]. – Х. : ХДУХТ, 2017. – С. 92–93.</p> <p>17) досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років: Досвід практичної роботи за спеціальністю 37років.</p>
--	--	--	--	---

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

(на основі таблиці 1)

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
<i>Дипломне проектування</i>		
ПРН1. Вести роботу з документами за професійним спрямуванням. Володіти методиками та сучасними засобами інформаційних технологій.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН5. Знати та розуміти закономірності, методи та підходи творчої та креативної діяльності, системного мислення у професійній сфері.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН8. Уміння застосовувати знання і розуміння для розв'язання задач, які характерні обраній спеціальності.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН9. Вміти використовувати методи та методики проведення наукових та прикладних досліджень.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН10. Знати методологію системних досліджень, методів дослідження та аналізу складних об'єктів та процесів, розуміти їх складність, їх різноманіття, багатофункціональність для розв'язання прикладних завдань в галузі професійної діяльності.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН11. Систематично читати літературу за фахом (у тому числі закордонну), складати реферати, анотації, аналітичні огляди тощо.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра

ПРН12. Знати методи проведення досліджень та вміти вдосконалювати методики їх проведення.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН13. Розуміти необхідність бути наполегливим у досягненні мети та якісного виконання робіт у професійній сфері.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН14. Вміти чітко, послідовно та логічно висловлювати свої думки та переконання.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН15. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН16. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН17. Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН18. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН19. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра

ПРН20. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН21. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН22. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН23. Застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки.	публічний захист кваліфікаційної магістерської роботи
ПРН24. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН25. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки.	публічний захист кваліфікаційної магістерської роботи
ПРН26. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
ПРН27. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної	публічний захист дипломної роботи магістра

вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	записки	
ПРН28. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.	самостійна робота, консультації із викладачами, підготовка дипломної роботи та написання пояснювальної записки	публічний захист дипломної роботи магістра
<i>Управління конкурентоспроможністю товарів та підприємств</i>		
ПРН8. Уміння застосовувати знання і розуміння для розв'язання задач, які характерні обраній спеціальності.	лекція, пояснення, демонстрація	оцінювання викладачем (письмова контрольна робота), проміжне оцінювання
ПРН9. Вміти використовувати методи та методики проведення наукових та прикладних досліджень.	лекція, пояснення, демонстрація	оцінювання викладачем (письмова контрольна робота), проміжне оцінювання
ПРН11. Систематично читати літературу за фахом (у тому числі закордонну), складати реферати, анотації, аналітичні огляди тощо.	лекція, бесіда	оцінювання викладачем (усна бесіда)
ПРН12. Знати методи проведення досліджень та вміти вдосконалювати методики їх проведення.	лекція, пояснення, демонстрація	оцінювання викладачем (письмова контрольна робота), проміжне оцінювання
ПРН14. Вміти чітко, послідовно та логічно висловлювати свої думки та переконання.	лекція, бесіда	оцінювання викладачем (усна бесіда)
ПРН16. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.	лекція, бесіда	оцінювання викладачем (усна бесіда)
ПРН18. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.	лекція, пояснення, демонстрація	тести, оцінювання викладачем (письмова контрольна робота), проміжне оцінювання
ПРН19. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику	лекція, пояснення, демонстрація	тести, оцінювання викладачем (письмова контрольна робота), проміжне

маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.		оцінювання
ПРН21. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.	лекція, пояснення, демонстрація	тести, оцінювання викладачем (письмова контрольна робота), проміжне оцінювання
ПРН25. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	лекція, пояснення, демонстрація	тести, оцінювання викладачем (усна бесіда), проміжне оцінювання
ПРН28. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.	лекція, пояснення, демонстрація	тести, оцінювання викладачем (письмова контрольна робота), проміжне оцінювання
ПРН29. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	лекція, пояснення, демонстрація	тести, оцінювання викладачем (усна бесіда), проміжне оцінювання
ПРН30. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	лекція, пояснення, демонстрація	тести, оцінювання викладачем (усна бесіда), проміжне оцінювання
<i>Стратегічний маркетинг</i>		
ПРН6. Знати основи кадрового менеджменту, авторського праву, професійної педагогіки, що сприяють розвитку загальної культури й соціалізації особистості та спрямовують її до етичних цінностей.	лекції, семінари, практичні заняття, самостійна робота, консультації із викладачами	поточний контроль, усні презентації, усні та письмові екзамени
ПРН8. Уміння застосовувати знання і розуміння для розв'язання задач, які характерні обраній спеціальності.	лекції, семінари, практичні заняття, самостійна робота	поточний контроль, письмові та усні екзамени, усні презентації

ПРН12. Знати методи проведення досліджень та вміти вдосконалювати методики їх проведення.	лекції, самостійна робота, консультації із викладачами	поточний контроль
ПРН16. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.	лекції, практичні заняття, самостійна робота, консультації із викладачами	письмові та усні екзамени, усні презентації, поточний контроль
ПРН18. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.	консультації із викладачами	поточний контроль
ПРН19. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.	лекції, семінари, практичні заняття, самостійна робота, консультації із викладачами	письмові та усні екзамени, усні презентації, поточний контроль
ПРН21. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.	лекції, практичні заняття, самостійна робота	поточний контроль, презентації, проектна робота
ПРН25. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	лекції, практичні заняття, самостійна робота	поточний контроль, презентації, проектна робота
ПРН29. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	лекції, практичні заняття	поточний контроль, презентації, проектна робота
Маркетинговий менеджмент		
ПРН6. Знати основи кадрового менеджменту, авторського праву, професійної педагогіки, що сприяють розвитку загальної культури й соціалізації особистості та спрямовують її до етичних цінностей.	Методи навчання (лекція, пояснення, демонстрація, ілюстрація, бесіда)	методи (тести, оцінювання викладачем, усна бесіда, оцінювання викладачем письмова робота)

ПРН8. Уміння застосовувати знання і розуміння для розв'язання задач, які характерні обраній спеціальності.	Методи навчання (лекція, пояснення, демонстрація, ілюстрація, бесіда)	Методи (тести, оцінювання викладачем усна бесіда, оцінювання викладачем письмова робота)
ПРН12. Знати методи проведення досліджень та вміння вдосконалювати методики їх проведення.	Методи навчання (лекція, пояснення, демонстрація, ілюстрація, бесіда)	Методи (тести, оцінювання викладачем усна бесіда, оцінювання викладачем письмова робота)
ПРН16. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.	методи навчання (лекція, пояснення, демонстрація, ілюстрація, бесіда)	Методи (тести, оцінювання викладачем усна бесіда, оцінювання викладачем письмова робота)
ПРН18. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.	Методи навчання (лекція, пояснення, демонстрація, ілюстрація, бесіда)	Методи (тести, оцінювання викладачем усна бесіда, оцінювання викладачем письмова робота)
ПРН19. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.	Методи навчання (лекція, пояснення, демонстрація, ілюстрація, бесіда)	Методи (тести, оцінювання викладачем усна бесіда, оцінювання викладачем письмова робота)
ПРН21. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.	Методи навчання (лекція, пояснення, демонстрація, ілюстрація, бесіда)	Методи (тести, оцінювання викладачем усна бесіда, оцінювання викладачем письмова робота)
ПРН25. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	Методи навчання (лекція, пояснення, демонстрація, ілюстрація, бесіда)	Методи (тести, оцінювання викладачем усна бесіда, оцінювання викладачем письмова робота)
ПРН29. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	Методи навчання (лекція, пояснення, демонстрація, ілюстрація, бесіда)	Методи (тести, оцінювання викладачем усна бесіда, оцінювання викладачем письмова робота)
Маркетинговий аудит		
ПРН7. Займатися самоаналізом, використовувати методи адекватної оцінки (самооцінки), критики	методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда)	методи (тестування, оцінювання викладачем, усна бесіда або письмова робота)

(самокритики), долати власні недоліки.		
ПРН8. Уміння застосовувати знання і розуміння для розв'язання задач, які характерні обраній спеціальності.	Методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда)	Методи (тестування, оцінювання викладачемусна бесіда або письмова робота)
ПРН9. Вміти використовувати методи та методики проведення наукових та прикладних досліджень.	Методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда)	Методи (тестування, оцінювання викладачемусна бесіда або письмова робота)
ПРН10. Знати методологію системних досліджень, методів дослідження та аналізу складних об'єктів та процесів, розуміти їх складність, їх різноманіття, багатофункціональність для розв'язання прикладних завдань в галузі професійної діяльності.	Методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда)	Методи (тестування, оцінювання викладачемусна бесіда або письмова робота)
ПРН11. Систематично читати літературу за фахом (у тому числі закордонну), складати реферати, анотації, аналітичні огляди тощо.	Методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда)	Методи (тестування, оцінювання викладачемусна бесіда або письмова робота)
ПРН16. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.	Методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда)	Методи (тестування, оцінювання викладачемусна бесіда або письмова робота)
ПРН18. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.	Методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда)	Методи (тестування, оцінювання викладачемусна бесіда або письмова робота)
ПРН21. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.	Методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда))	Методи (тестування, оцінювання викладачемусна бесіда або письмова робота)
ПРН22. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи	Методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда)	Методи (тестування, оцінювання викладачемусна бесіда або письмова робота)

ринкового суб'єкта.		
ПРН25. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	Методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда)	Методи (тестування, оцінювання викладачемусна бесіда або письмова робота)
ПРН28. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.	Методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда))	Методи (тестування, оцінювання викладачемусна бесіда або письмова робота)
ПРН30. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	Методи навчання (лекція, пояснення, консультування, бесіда)	Методи (тестування, оцінювання викладачемусна бесіда або письмова робота)
<i>Логістичний менеджмент</i>		
ПРН8. Уміння застосовувати знання і розуміння для розв'язання задач, які характерні обраній спеціальності.	пояснення на практиці; консультації під час бесіди (особливо для студентів практиків).	по тестам на комп'ютерах; по усних бесідах ;самооцінка; по відзивам з міст практики.
ПРН16. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.	ознайомлення з літературою під час лекції; направлення студентів на виставки нової літератури у бібліотеці;пошук матеріалів для написання тезисів і статей на конференції..	використання нової літератури в статтях і тезах студента;обговорення «новинок» під час бесіди і семінарів
ПРН18. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.	пояснення під час написання наукових робіт студента;використання ілюстрованих елементів під час бесіди або лекції.	оцінка можливостей студента у практичній роботі або у науковій.
ПРН21. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.	лекції, бесіда, пояснення	самооцінювання, перехресне оцінювання.
ПРН25. Виявляти розуміння сутності та	лекції, ілюстрація матеріалів,	само оцінювання; перехресне оцінювання.

особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	пояснення.	
ПРН30. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	пояснення або бесіда при консультації студентів практиків.	само оцінювання; перекісне оцінювання.
<i>Економічне обґрунтування управлінських рішень у маркетингу (Курсова робота)</i>		
ПРН7. Займатися самоаналізом, використовувати методи адекватної оцінки (самооцінки), критики (самокритики), долати власні недоліки.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН8. Уміння застосовувати знання і розуміння для розв'язання задач, які характерні обраній спеціальності.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН9. Вміти використовувати методи та методики проведення наукових та прикладних досліджень.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН12. Знати методи проведення досліджень та вміти вдосконалювати методики їх проведення.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН13. Розуміти необхідність бути наполегливим у досягненні мети та якісного виконання робіт у професійній сфері.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН14. Вміти чітко, послідовно та логічно висловлювати свої думки та переконання.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН15. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН16. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в	виконання курсового проекту,	диф. залік

маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.		
ПРН17. Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН18. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН19. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН22. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН23. Застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН25. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН26. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.	виконання курсового проекту,	диф. залік
ПРН30. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати	виконання курсового проекту,	диф. залік

критерії та показники її оцінювання.		
<i>Економічне обґрунтування управлінських рішень у маркетингу</i>		
ПРН2. Вміти використовувати комунікаційні технології для підтримування гармонійних ділових та особистісних контактів, як передумову ділового успіху	лекції, практичні роботи	тестування, залік
ПРН3. Знати та розуміти закони та методи міжособистісних комунікацій, норми толерантності, ділових комунікацій у професійній сфері, ефективної праці в колективі, адаптивності	лекції, практичні роботи	залік
ПРН5. Знати та розуміти закономірності, методи та підходи творчої та креативної діяльності, системного мислення у професійній сфері	практичні роботи	тестування, залік
ПРН6. Знати основи кадрового менеджменту, авторського праву, професійної педагогіки, що сприяють розвитку загальної культури й соціалізації особистості та спрямовують її до етичних цінностей	практичні роботи	тестування, залік
ПРН12. Знати методи проведення досліджень та вміти вдосконалювати методики їх проведення	практичні роботи, розрахункова робота	залік.
ПРН13. Розуміти необхідність бути наполегливим у досягненні мети та якісного виконання робіт у професійній сфері	лекції, практичні роботи	залік
ПРН14. Вміти чітко, послідовно та логічно висловлювати свої думки та переконання	практичні роботи	залік

ПРН20. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів	практичні роботи, розрахункова робота	залік
ПРН24. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій	лекції, практичні роботи	залік
<i>Психологія і педагогіка вищої школи</i>		
ПРН1. Вести роботу з документами за професійним спрямуванням. Володіти методиками та сучасними засобами інформаційних технологій	лекція, ілюстрація, самостійна робота з документацією	оцінювання викладачем письмової частини завдання
ПРН2. Вміти використовувати комунікаційні технології для підтримування гармонійних ділових та особистісних контактів, як передумову ділового успіху	лекція, пояснення, тематична дискусія, ділова гра	оцінювання викладачем усної частини завдання
ПРН3. Знати та розуміти закони та методи міжособистісних комунікацій, норми толерантності, ділових комунікацій у професійній сфері, ефективної праці в колективі, адаптивності	бесіда, метод проблемного викладання, ділова гра, самостійна робота	поточний контроль
ПРН5. Знати та розуміти закономірності, методи та підходи творчої та креативної діяльності, системного мислення у професійній сфері	проблемна лекція, проблемний семінар, педагогічні ігрові вправи	оцінювання викладачем усної частини завдання, модульний контроль
ПРН6. Знати основи кадрового менеджменту, авторського праву, професійної педагогіки, що сприяють розвитку загальної культури й соціалізації особистості та спрямовують	лекція, демонстрація, самостійна робота з літературою	оцінювання викладачем усної та письмової частини завдання

її до етичних цінностей		
ПРН7. Займатися самоаналізом, використовувати методи адекватної оцінки (самооцінки), критики (самокритики), долати власні недоліки	лекція, дискусія, аналіз особистості	усне індивідуальне опитування, колективне опитування
ПРН12. Знати методи проведення досліджень та вміти вдосконалювати методики їх проведення	лекція, дослідницький метод	письмове опитування, тест.
ПРН13. Розуміти необхідність бути наполегливим у досягненні мети та якісного виконання робіт у професійній сфері	лекція, пояснення, мозкова атака, педагогічні ігрові вправи.	оцінювання викладачем письмової частини завдання, колективне обговорення
ПРН14. Вміти чітко, послідовно та логічно висловлювати свої думки та переконання	лекція, бесіда, тематична дискусія	усне індивідуальне опитування, колективне опитування
ПРН24. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій	тематична дискусія, проблемний семінар, ділова гра	усне індивідуальне опитування, колективне опитування
Основи охорони і комерціалізації інтелектуальної власності		
ПРН1. Вести роботу з документами за професійним спрямуванням. Володіти методиками та сучасними засобами інформаційних технологій	практичні заняття, самостійна робота	оцінювання викладачем – усна бесіда, колективне обговорювання
ПРН2. Вміти використовувати комунікаційні технології для підтримування гармонійних ділових та особистісних контактів, як передумову ділового успіху	ситуаційні задачі, демонстрація	колективне обговорювання
ПРН5. Знати та розуміти закономірності, методи та підходи творчої та креативної діяльності, системного мислення у професійній сфері	лекції, демонстрація, бесіда, командна робота	тестування, колективне обговорювання

ПРН6. Знати основи кадрового менеджменту, авторського праву, професійної педагогіки, що сприяють розвитку загальної культури й соціалізації особистості та спрямовують її до етичних цінностей	лекція, ситуаційні задачі, практичні заняття	тестування, оцінювання викладачем – усна бесіда
ПРН10. Знати методологію системних досліджень, методів дослідження та аналізу складних об'єктів та процесів, розуміти їх складність, їх різноманіття, багатофункціональність для розв'язання прикладних завдань в галузі професійної діяльності	комп'ютерні практичні заняття	самооцінювання
ПРН14. Вміти чітко, послідовно та логічно висловлювати свої думки та переконання	бесіда, самонавчання, командна робота	колективне обговорювання, підсумкове оцінювання
ПРН15. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу	лекція, демонстрація, ситуаційні задачі	оцінювання викладачем, усна бесіда
ПРН16. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток	самостійна робота, консультації	оцінювання викладачем, усна бесіда
ПРН17. Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки	самонавчання, командна робота	колективне обговорювання
ПРН18. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу	самостійна робота	індивідуальна робота, проміжне оцінювання
ПРН24. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні	лекції, командна робота, ситуаційні задачі	тестування

переговорів, наукових дискусій		
--------------------------------	--	--

Таблиця 4 – загальна інформація про МТЗ, яка є статичною для одного ЗВО

Загальна інформація про заклад вищої освіти
 Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»:

1	Кількість ліцензованих спеціальностей	
	за 1 (бакалаврським) рівнем	40
	за 2 (магістерським) рівнем	34
	За 3 (освітньо-науковим/ освітньо-творчим) рівнем	14
2	Кількість акредитованих освітніх програм	
	за 1 (бакалаврським) рівнем	94
	за 2 (магістерським) рівнем	87
	За 3 (освітньо-науковим/ освітньо-творчим) рівнем	13
3	Контингент студентів на всіх курсах навчання	
	на денній формі навчання	4919
	на інших формах навчання (заочна, дистанційна)	885
4	Кількість факультетів	
		8
5	Кількість кафедр	
		40
6	Кількість співробітників (всього)	
	• в т.ч. педагогічних	101
	Серед них: - докторів наук, професорів	128
	- кандидатів наук, доцентів	240
7	Загальна площа будівель, кв. м	
	– власні приміщення (кв. м)	112414

	– орендовані (кв. м)	122,0
	– здані в оренду (кв. м)	2663
	Навчальна площа будівель, кв. м	
	– власні приміщення (кв. м)	52355
	– орендовані (кв. м)	122,0
	– здані в оренду (кв. м)	1030,0
8	Наявність бібліотеки (в т.ч. кількість місць у читальному залі)	884
9	Кількість гуртожитків	9
	кількість місць для проживання студентів	5508

Таблиця 4 заповнюється вперше програмою, що подається на акредитацію. Для наступних форм СО, використовуються дані внесені при першому заповненні форми СО ЗВО. Без можливості редагування в MVP.

Запевнення

Запевняємо, що уся інформація, наведена у звіті та доданих до нього документах, 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 нього документів у повному обсязі у відкритому доступі.

Керівник ЗВО

Гарант освітньої програми

Andriy Doronin