

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"
Освітня програма	29399 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

Використані скорочення:

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

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	104
Повна назва ЗВО	Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"
Ідентифікаційний код ЗВО	02071180
ПІБ керівника ЗВО	Сокол Євген Іванович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	www.kpi.kharkov.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/104>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	29399
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Магістр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	кафедра маркетингу
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Кафедра Українознавства, культурології та історії науки, Кафедра Педагогіки та психології управління соціальними системами імені акад. І.А. Зязюна, Кафедра Права
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	61002, Україна, м. Харків, вул. Кирпичова 2
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	Українська, Англійська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	153214
ПІБ гаранта ОП	Косенко Олександра Петрівна
Посада гаранта ОП	Професор
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	Oleksandra.Kosenko@khpi.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(096)-366-58-67
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(067)-282-14-52

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
очна денна	1 р. 4 міс.
заочна	1 р. 4 міс.

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

Підготовка здобувачів другого рівня вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» було розпочато у 1997 році в НТУ «ХПІ», у відповідності до вимог МОН. Останніми роками відбувається постійна модернізація ОПП «Маркетинг» з урахуванням попиту, потреб ринку та вимог стейкхолдерів, затверджених Вченою радою НТУ «ХПІ» Протокол №4 від 26.04.2024р. У 2019р. відбулось оновлення ОПП у зв'язку з прийняттям стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН України від 10.07.2019 р. №960, (зі змінами від 19.09.2019 №1210) та рішенням вченої ради НТУ «ХПІ», від 27.09.2019, протокол №8.

Підґрунтям для розробки ОПП «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» стало існування наукової школи НТУ «ХПІ» під керівництвом відомих вчених д.е.н. проф. Яковлева, д.е.н. проф. Перерви П.Г., д.е.н. проф. Заруби В.Я., а з 2019 р. і д.е.н. проф. Ілляшенка С.М. Засновники, які стояли у витоків становлення теорії та практики маркетингу в Україні, були і є першими учасниками створення професійних об'єднань, головами її регіональних центрів, авторами перших навчальних посібників і наукових публікацій з маркетингу. За період 2003-2021 рр. НПП захищено більш 27 дисертації саме за маркетинговою тематикою на здобуття наукового ступеня кандидата наук (к.е.н., доц. Мірошник М.В.(2006), к.е.н., доц. Ларка Л.С. (2009), к.е.н., доц. Ткачова Н.П.(2012), к.е.н., доц. Романчик Т.В. (2012), к.е.н., доц. Чернобровкіна С.В. (2020)) та доктора економічних наук (д.е.н., проф., Райко Д.В. (2012), д.е.н., проф. Косенко О.П.(2018), Шипуліна Ю.С.(2019), Ілляшенко Н.С.(2021)). Все це дало поштовх до розвитку окремого наукового напрямку в НТУ «ХПІ» і відповідно створенню кафедри маркетингу у 2022р., згідно наказу №522 ОД від 26.11.2021р.

Гарант програми другого рівня ВО – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Косенко Олександра Петрівна. Основний фокус програми націлено на розвиток управління маркетингом на підприємстві для реалізації його власних економічних, соціальних і соціально - відповідальних інтересів.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2024 - 2025	35	17	7	2	0
2 курс	2023 - 2024	65	23	5	28	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	20613 Маркетингові дослідження 29398 Маркетинг 58944 Рекламний бізнес 3532 Маркетинговий менеджмент 4914 Рекламний бізнес 5042 Маркетинг та правова охорона інтелектуальної власності
другий (магістерський) рівень	29399 Маркетинг 30573 Маркетинг 3910 Маркетинговий менеджмент 3912 Маркетингові дослідження 17310 Рекламний бізнес
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	28976 Маркетинг

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	282386	91582
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	282386	91582
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	0	0

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

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

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>ОП_2024.pdf</i>	6ZBAxDOTi1oUawygpxI6kydFAMZ+IhtkbsmS4gAqJW8=
Освітня програма	<i>ОП_2024_англ.pdf</i>	Ml9mCYU5oYsQaQrfNneeCMAHjdo+vyQ2bkaRKyFJUxw=
Навчальний план за ОП	<i>НП 2024англ.pdf</i>	UuAP5vskeYc7QJvFsZ3tPQfTcGeRe8HzkLM999jTgMo=
Навчальний план за ОП	<i>НП 2024 зао.pdf</i>	kdUaJJSnAtRj5kq6iIYOSZtuZojyCmEPgO2TPfrMos=
Навчальний план за ОП	<i>НП 2024.pdf</i>	HDEzTv1mr5gQsqicxMC4Nq+j7pe6ld5vGPXGNOoTayg=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензії ОП 2024.pdf</i>	hPvPzmHI3KcK56yZIDlIsRaEx1Ipv3zI36rBhTRy+k4=

1. Проектування освітньої програми

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

ОПП Маркетинг 2024р. розроблено відповідно до стандарту вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого наказом МОН України від 10.07.2019 р. N 960, всі зазначені в ОП ЗК, СК та ПРН відповідають компетентностям і результатам, регламентованим стандартом спеціальності 075 «Маркетинг». В ОПП наведено послідовність, яка знайшла відображення в структурно-логічній схемі підготовки здобувачів, відповідно до визначеної мети, основного фокусу програми та ОК. В матриці ОПП 2024 р. представлено взаємозв'язок загальних та фахових компетентностей, що надає можливість досягти програмних результатів навчання за відповідними ОК ОПП 2024 р

(<https://drive.google.com/file/d/1WZf8AXzGwY3ItU3KPoYtDOUzqjm7rmeJ/view>).

ПРН 1 – ЗП1, СП4, СП5, СП7, ПП1

ПРН 2 – ЗП1, СП1, СП2, СП7

ПРН 3 – ЗП1, СП5, СП7

ПРН 4 – СП1, СП3, СП4

ПРН 5 – ЗП1, ЗП2, СП5 ПП1

ПРН 6 – СП4, СП5, СП7

ПРН 7 – СП2, СП3, СП7

ПРН 8 – СП2, СП3, СП5, СП6, ПП1

ПРН 9 – ЗП1, СП2, СП3, СП5, СП6, ПП1

ПРН 10 – СП1, СП6, СП7, ПП1

ПРН 11 – ЗП2, СП1, СП7, ПП1

ПРН 12 – ЗП1, СП1, СП6, СП7

ПРН 13 – ЗП2, СП3, СП4, СП7

ПРН 14 – СП2

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

Професійний стандарт для ОПП «Маркетинг» відсутній. Після завершення навчання здобувач вищої освіти отримує освітню кваліфікацію «магістр маркетингу» в галузі 07 – «Управління та адміністрування». Згідно «Класифікатор професій ДК 003:2010» (наказ МЕРіТ України від 15.02.2019 р. №259) кваліфікація здобувача вищої освіти ОПП: (<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>) 1233 Директор з маркетингу; 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю); 1237.1 Головні фахівці; 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу; 1475.4 Менеджер (управитель) із збуту Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 2419.2 Експерт, рекламист, консультант, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) <https://drive.google.com/file/d/1WZf8AXzGwY3ItU3KPoYtDOUzqjm7rmeJ/view>

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін (стейкхолдерів)?

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

Реалізації мети ОПП щодо підготовки здобувачів відбувається з урахуванням системи партнерства «університет (освіта та наука) – бізнес – держава» за рахунок спадкоємності науково-дослідних традицій та шкіл. Інтереси здобувачів вищої освіти враховувались під час формулювання мети, цілей та результатів ОПП шляхом проведення анонімних опитувань <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>, особистих співбесід зі здобувачами, публічних обговорень <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/gromadske-obgovorennya/>, де відгуки здобувачів регулярно моніторяться та враховуються при розробці ОПП. Так, враховуючи побажання і відгуки здобувачів започатковано роботу проекту «Практикум з маркетингу» 2022 р. з залученням представників бізнес – спільноти до проведення майстер класів, гостьових лекцій, тренінгів (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>)

Наприклад, ОПП 2024 внесено пропозицію здобувачки групи БЕМ-М923а Возненко В.О. щодо ОК «International marketing» (перелік вибіркового ОК) та вкладання її англійською мовою для покращення навичок володіння іноземною мовою професійного міжнародного середовища та розвиток soft skills

- роботодавці

Формування системи партнерських відносин «університет – бізнес (промисловість, наукові організації) – держава» для забезпечення конкурентоспроможності ОПП <https://drive.google.com/file/d/1WZf8AXzGwY3ItU3KPoYtDOUzqjm7rmeJ/view> знайшла відображення у щорічних зустрічах, громадських обговореннях <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/gromadske-obgovorennya/>, проведенні опитувань роботодавців з числа представників вітчизняних та зарубіжних підприємств (ТОВ «НВП Технологія», ТОВ «НТЦ «Екомаш», АВ InBev (Чехія), AUTO1.com, (Німеччина); в рамках здійснення консультування міжнародних компаній AERO-IMMOBILIERE DE MANAGEMENT ET D'ENTREPOTS (Франція) та PROCOPTERE AVIATION (Франція) <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robota/> стейкхолдерів - ЗВО, професіоналів - практиків (МА Krasivo Group, PA Monya Gets (Кирило Нагорний), PA Defense (Яна Чумак), ФОП «Адашевський І.В.», ФОП «Анопа А.С.» <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spivpratsyu/> дозволяють враховувати всі рекомендації під час розробки та удосконалення ОПП. Так, зокрема, в ОПП 2024 акцентовано увагу на формуванні навичок мультизадачності (внесено окремі теми до силябусів ЗП1, СП2), тайм-менеджменту (додано до переліку вибіркового ОК «Тайм-менеджмент») та врахування набуття soft-skills (обов'язкова ОК СП6 «Communications and negotiations» англійською)

- академічна спільнота

Взаємодія академічної спільноти провідних ЗВО України <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spivpratsyu/>, залучення представників з міжнародних закладів освіти (Університет Мішкольц (Угорщина) <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/mobilnist-personalu-za-erasmus/>, <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/mizhnarodnyj-tyzhden-personalu-erasmus/> Магдебурзький Університет (Німеччина) <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/stazhuvannya-v-nimechchyni-za-programoyu-erasmus/>, University of applied sciences Hochschule Zittau/Görlitz (Germany) <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykli-onlajn-lektsij-globalnyj-marketyng/>, Казахсько-німецький університет (Алмати, Казахстан), Білостоцький державний університет (Білосток, Польща) та інших, з якими відбувається обговорення пропозицій щодо перегляду та модернізації ОПП. Робота над спільними науковими публікаціями, участь у науково-практичних конференціях (зокрема конференції кафедри <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/conf2024/>), науково-педагогічні стажування, в т.ч. і міжнародні, реалізація договорів про співпрацю (<https://web.kpi.kharkov.ua/emmb/mizhnarodni-zv-yazky/>) дозволяють враховувати сучасні досягнення шляхом впровадження у навчальний процес передових інноваційних технологій і методів навчання.

- інші стейкхолдери

При оновленні ОПП залучаються експерти, професіонали практики, в тому числі міжнародні. Так, при проведенні освітнього проекту «Практикум маркетингу в НТУ «ХПІ»» на тему «Project management foundation» за пропозицією product manager ABInBev м. Прага (Чехія) <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/project-management-foundation-training/> було запропоновано посилити компетентності щодо управління науково-дослідними проектами (проект ОПП 2024 розміщено на сайті кафедри маркетингу) та менеджером з маркетингу в компанії AUTO1Group

(Німеччина) <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/gostova-lektsiya-04-03-2022/> щодо акцентування на міжнародній комунікативній діяльності. Також проведення громадського обговорення <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/gromadske-obgovorennnya/> дозволило у 2024 році акцентувати увагу на розширенні переліку обов'язкових професійних ОК додавши СП7 «Управління результативністю маркетингової діяльності» для більш поглибленого розгляду процесів оцінки та аналізу маркетингової діяльності

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

Мета ОПП «Маркетинг» <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/> відповідають місії <https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/ntu-hpi/mission/> та стратегії розвитку НТУ «ХПІ» <https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/ntu-hpi/strategichnyj-plan-rozvytku-ntu-hpi-na-2019-2025-roky/>, які визначені у «Стратегічному плані розвитку на 2019-2025 роки» щодо створення інноваційної освіти на основі якості та підготовки фахівців для формування системи партнерських відносин «університет – бізнес (промисловість, наукові організації) – держава» для забезпечення конкурентоспроможності. Одним з принципів реалізації місії НТУ «ХПІ» є не тільки розвиток гармонійного процесу особистостей (здобувачів) через підготовку професіоналів, здатних комплексно поєднувати дослідницьку, проектну та підприємницьку діяльність, за рахунок фундаментальних знань та їх реалізації у забезпеченні потреб підприємства через діючу співпрацю системи партнерства «університет (освіта та наука) – бізнес – держава» за рахунок спадкоємності науково-дослідних традицій та шкіл, а також забезпечення реалізації служіння широкому загалу суспільства, що і дозволяє впроваджувати подана на розгляд ОПП «Маркетинг».

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

Цілі та ПРН за ОП «Маркетинг» визначаються з урахуванням тенденцій розвитку науки (НДР кафедри: 1. «Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України» (№ 123U103225), 2. «Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці» (№ 0123U103232), 3. «Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства» (№ 0123U103215); господарські теми «Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах маркетингу» (№ 0123U100896), «Новітні технології маркетингу та їх специфіка в діяльності підприємств України» (№ 0124U001510) <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robita/> та спеціальності на ринку праці. Моніторинг тенденцій на ринку праці проводиться на основі, щорічного обговорення ОПП зі стейкхолдерами, інформації заходів НТУ «ХПІ»: Ярмарка вакансій, Дні кар'єри та інтернет-джерел <https://novarobota.ua/ua>, <https://www.work.ua/>, <https://jobs.ua/>, за даними яких актуальність та попит на фахівців з маркетингу (General Marketing Specialist, інтернет-маркетологи, СММ-маркетологи, маркетинг-аналітики), з кожним днем зростає. Тенденції розвитку спеціальності враховуються шляхом актуалізації змісту обов'язкових ОК, широкого спектру вибірових ОК професійного спрямування та щорічного оновлення тематики кваліфікаційних робіт.

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

ОПП «Маркетинг» постійно оновлюються за результатами обговорення з представниками ГО «УАМ» та «Об'єднання маркетологів України» (члени кафедри маркетингу НТУ «ХПІ» є головами Харківських осередків ГО) на засіданнях кафедри, на зустрічах зі стейкхолдерами, на щорічних опитуваннях роботодавців, здійсненні консультування міжнародних підприємств, прийнятті участі у міжнародних науково-практичних конференціях, реалізації освітнього проекту «Практикум з маркетингу в НТУ «ХПІ»» (<http://surl.li/isebyo>), баз проходження практики, в РА «Defense» (<http://surl.li/nsggap>) та інших представників державних та комерційних підприємств, ТОВ, ФОП, Літне, осіннє стажування в МА «Money Gets» (<http://surl.li/lyrell>). Згідно стратегії розвитку Харківської області 2012-2027 <https://kharkivoda.gov.ua/oblasna-derzhavna-administratsiya/struktura-administratsiyi/strukturni-pidrozdzili/717/102538>), передбачено розвиток різних галузей, у т.ч. машинобудування, що має підтвердження мети, фокусу ОПП та сприяє розвитку маркетингової діяльності підприємств. ПРН досягається за рахунок практикоорієнтованості ОПП шляхом залучення стейкхолдерів з малих та середніх підприємств різних галузей, у т.ч. машинобудівної (наприклад, ТОВ «НВП Технологія», ТОВ «НТЦ «Екомаш»).

Також протягом кількох років на кафедрі маркетингу започатковано освітній проект «Практикум з маркетингу в НТУ «ХПІ» (підвищення рівня майстерності, тренінги, кейси) (<http://surl.li/hodhgy>) що сприяє різнобічному впливу стейкхолдерів-практиків на освітній процес та підготовку фахівців з маркетингу

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

Під час формулювання цілей та ПРН ОПП було враховано досвід українських ЗВО, в яких проводиться підготовка здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» у частині щодо особливостей підготовки, змісту та наповнення, структури навчальних планів, широкого спектру вибірових ОК. Цьому сприяє робота в науково-методичній раді МОН України складу підкомісії 5 зі спеціальності 075 Маркетинг (наказ № 5582 від 25.04.2019», продовження строку повноважень членів сектору вищої освіти та членів науково-методичних комісій (підкомісій) сектору вищої освіти Науково-методичної ради МОН України №286 від 01.04.2022 р.), де представники кафедри маркетингу НТУ «ХПІ» приймають активну участь; спільні наукові дослідження; реалізація договорів про співпрацю (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spivpratsyu/>), спільні публікаціями (у тому числі у базі Scopus (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/publikatsiyi-rajko-d-v/>), проведення науково-практичних конференцій (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/conf2024/>); науково-педагогічні

стажування. Зустрічі для обговорення спільних проєктів дозволяють враховувати сучасні досягнення та досвід вітчизняних програм: національного університету «Львівська політехніка», Національного університету «Одеська політехніка», КНЕУ, Шевченка. Так, в ОПП 2024 до блоку вибіркових ОК внесено «Цифрові технології в маркетингу», «Соціальна відповідальність бізнесу» та «International Marketing»

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

Під час формулювання мети та ПРН ОПП було враховано досвід та іноземних ЗВО: кафедр маркетингу Університету Мішкольц (Угорщина) та Hochschule Zittau/Görlitz, University of Applied Sciences (Німеччина), здобутки Казахсько-німецького університету (Алмати, Казахстан), Білостоцького державного університету (Білосток, Польща) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/mobilnist-personalu-za-erasmus/>). Саме під час вивчення досвіду європейських університетів акцент робився на програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між НТУ «ХПІ» та закладами освіти країн-партнерів (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/mizhnarodni-zv-yazki/erasmus/partnery/>) та врахування зарубіжного досвіду щодо формування маркетингових інструментів управління підприємствами, що дозволяє побудувати управління підприємством на чітко визначеній системній основі. Так, враховуючи досвід аналогічних іноземних освітніх програм, впроваджено ОК СП7 «Управління результативністю маркетингової діяльності» (аналог «Reporting and Business Valuation»)

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

90

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

66

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

24

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

Зміст ОПП «Маркетинг» відповідає предметній області спеціальності 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування» та Стандарту спеціальності ВО. Оскільки ОПП орієнтовано на підготовку фахівців з галузі управління та адміністрування другого рівня вищої освіти, вона містить обов'язкову теоретичну ОК загальної підготовки із теорії маркетингу, її сучасних аспектів та інноваційних технологій: сучасний аспект маркетингової парадигми щодо побудови взаємовигідних відносин з іншими суб'єктами ринку «Маркетинг відносин», «Управління інноваційним розвитком»; питання управлінської діяльності, яка розкривається в ОК: розробляти і аналізувати маркетингову стратегію «Стратегічний маркетинг», здійснювати інтерпретацію результатів досліджень «Основи наукових досліджень» та питання аналізу отриманих результатів досліджень «Засоби аналізу даних», здатність розробляти проєкти та управляти ними «Бренд – менеджмент», «Проектний менеджмент у маркетингу», оцінювати результативність і ефективність функціонування ринкового суб'єкту «Управління результативністю маркетингової діяльності», використовувати методи міжособистісної комунікації в ході проведення переговорів англійською мовою «Communications and negotiations». Теоретичний зміст предметної області розкривають такі ОК: СП 1, СП2, СП4 методи, методики та технології – ЗП1, СП3, СП5; інструментарій та обладнання – ЗП 2, СП6, СП 7. Здобуті в процесі вивчення ОК теоретичні знання та навички використання методів, методик та технологій, сучасного інструментарію, інформаційно-комунікаційного обладнання реалізуються здобувачами в процесі проходження переддипломної практики та написання кваліфікаційної роботи. Вивчення інструментарію та обладнання професійної діяльності забезпечується також із використанням комп'ютерних класів. Перелік дозволяє повністю оволодіти знаннями та практичними навичками для управління розвитком маркетингової діяльності підприємства та їх об'єднаннями у сучасних умовах, що відповідає об'єкту вивчення програми. Всі освітні компоненти ОПП враховано в навчальному плані, структурно-логічній схемі ОПП (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>), змісті освітніх компонентів в силабусах ОК (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-magistriv/>)

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

Індивідуальна освітня траєкторія підготовки здобувача забезпечується через виконання як освітньої (ОК обов'язкового блоку, ОК вільного вибору професійної підготовки, ОК вільного вибору загальної підготовки), так і практичної складової (переддипломна практика, атестація).

Формування індивідуальної траєкторії здобувачів складається з: ознайомлення здобувачів з ОПП та НП (<http://surl.li/dngimd>) силабусами навчальних ОК (<http://surl.li/rpgivd>); індивідуального вибору ОК із переліку вибіркових ОК НП (передбачено 27% вибіркових компонент від загальної кількості кредитів ЄКТС); виконання індивідуальних завдань з тематики самостійної роботи; вибір тематики та керівника кваліфікаційної роботи, вибір баз практик, участь у розробці ОПП в складі робочої групи; прийняття участі у тренінгах (<http://surl.li/yufdfc>), у віртуальній академічній мобільності з експертом маркетингу з закордону (<http://surl.li/tpkpsz>). Прикладами є: Скрипченко Я.В. БЕМ-М923а зарахування окремих тем ОК «Зовнішньоекономічна маркетингова діяльність» як неформальну освіту після проходження навчання у Hochschule Zittau/Görlitz, University of Applied Sciences (Німеччина) за програмою ОК «Global marketing» (<http://surl.li/avmnyu>) та Гуртова М.О БЕМ-М924 після стажування в Австрії в Wirtschaftsuniversität Wien (<http://surl.li/ayukou>) перезарахування індивідуального завдання з ОК «Бренд-менеджмент», як неформальної освіти ОПП.

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

При щорічному перегляді ОПП, з урахуванням тенденцій ринку, думок стейкхолдерів, стандарту, здійснюється формування переліку навчальних ОК вільного вибору здобувачами в межах ОПП, навчального плану. Згідно НП всі вибіркові ОК здобувачі мають вивчати у другому семестрі. Всі ОК вільного вибору для другого рівня здобуття ВО мають обсяг 5 кредитів, що забезпечує реалізацію принципу рівнозначності вибору. Вибір ОК регулюється «Положенням про порядок реалізації здобувачами вищої освіти права на вільний вибір освітніх компонентів» <https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/10/Polozhennya-pro-vybirkovist-DVV-20.12.20231.pdf>

Процес вибору навчальних ОК: до прийому здобувачів на навчання на сайті ННІ економіки, бізнесу та міжнародного бізнесу оприлюднено комплект матеріалів довідкового характеру, складовими якого є перелік вибіркових ОК ОПП, силабуси до них (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-magistriv/>). Після зарахування на навчання куратор академічної групи проводить збори здобувачів для роз'яснення вимог навчання та особливостей здійснення вибору індивідуальної траєкторії навчання, в тому числі вибору ОК з переліку. Серед переліку вибіркових ОК в НП 2024 є ОК професійно-маркетингового спрямування (викладаються кафедрою маркетингу) та ОК, розроблені іншими кафедрами університету, зокрема українознавчого, правового та психологічного спрямування. В ОПП вибіркові ОК складають 38% загального обсягу ОК (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>).

Інформація про зміст вибіркових ОК міститься в анотаціях, що оприлюднені на сторінці ОПП кафедри, ННІ ЕММБ, НТУ ХПІ. Крім того, ознайомлення здобувачів зі змістом ОК відбувається у формі презентацій під час проведення бесід з кураторами. Здобувачам пропонується ознайомитися з внутрішніми нормативними документами НТУ ХПІ, що регламентують процес формування індивідуальної освітньої траєкторії, та з переліком вибіркових ОК, за результатами якого вони подають заяву про зарахування на вивчення обраних ОК.

Так, у 2 семестрі 2024/2025 н.р. здобувачі групи БЕМ-М924 Корзанов М.М., Рибалкін О.А., Кондратенко О.А. обрали для вивчення ОК «Креативний менеджмент», запропоновану КрНУ, та будуть закріплені у відповідні групи ЗВО партнера для її вивчення. в рамках укладеного договору про співпрацю (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spiivpratsyu/>)

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

Набуття практичних навичок здобувачами ОПП відбувається протягом всього періоду навчання: на практичних заняттях, при виконанні індивідуальних завдань, участі в науково-практичних конференціях (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/conf2024/>), засіданнях проблемних гуртків, участі в освітньому проєкті «Практикум з маркетингу НТУ «ХПІ», де відбуваються майстер-класи, тренінги, вебінари з залученням практиків (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/prakykum-z-marketyngu/>), при проходженні переддипломної практики - літня та осіння школа з PA Monya Gets (Кирило Нарорний) <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/zustrich-z-kyrylom-pagornym/>, PA Defense (Яна Чумак), МА та РА (ФОП Анопа А.С., Ананьїна М.В, Кривомлін В.В.); віртуальну академічну мобільність - запрошення іноземного експерта з кафедри маркетингу з університету University of applied sciences Hochschule Zittau/Görlitz (Germany) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykli-onlajn-lektsij-globalnyj-marketyng/>) щодо викладання позааудиторної дисципліни “Глобальний маркетинг”(<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykl-onlajn-lektsij-globalnyj-marketyng/>). Роботодавці залучаються до обговорення під час участі в опитуваннях, розширених засіданнях кафедри, шляхом залучення до проведення заходів практичної підготовки.

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

Метою ОПП щодо набуття здобувачами соціальних навичок Soft skills є забезпечення конкурентоспроможності особистості здобувача на ринку праці за рахунок реалізації не лише професійних вмінь і навичок, а і соціальних, лідерських якостей, здатності до саморозвитку та самореалізації, комунікабельності та вміння працювати в команді, креативності, дотримання принципів академічної доброчесності та етичних норм поведінки, поглибленню психологічних знань, навичкам використання цифрових технологій, удосконалення володіння іноземною мовою для здійснення комунікацій. шляхом впровадження у навчальний процес передових інноваційних технологій і методів навчання. Можливості здобуття soft skills упродовж періоду навчання реалізовано не тільки через вивчення професійних ОК, а і додавання вибіркових загальноуніверситетського каталогу: «Українознавчі ОК», «ОК психологічного спрямування», «ОК правового спрямування».

Поєднання аудиторних та позааудиторних освітніх методів розвитку здобувачів у ОПП в форматі лекцій, прийняття участі у конференціях (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/konferentsiyi/>) публікації здобувачів, гостьових лекцій

від професіоналів-практиків, кейсів, ділових ігор з майстер-класами (<http://surl.li/misgrw>), проходження віртуальної академічної мобільності з запрошеними лекторами (Німеччина, Казахстан) (<http://surl.li/rmhamx>, <http://surl.li/yivvgl>) внутрішньої академічної мобільності (<http://surl.li/ddowtrp>) забезпечують комплексне формування соціальних навичок здобувачів

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

Складовою мети ОПП є забезпечення набуття здобувачами навичок: соціальних, економічних, лідерських. Набуття ОК забезпечується під час аудиторних занять, неформальної освіти, практики та атестації.

Основними методами розвитку у здобувачів ОПП є поєднання аудиторних занять у форматі ділових ігор, кейс-методами із позааудиторними заходами (тренінги, запрошення практиків, воркшопи, конференції, конкурси) з самовдосконаленням (вивчення досвіду успішних людей, відкриті заняття практиків, проходження практики в рекламних та маркетингових агенціях).

Перелік ОК дозволяє повністю оволодіти знаннями та практичними навичками для управління маркетингової діяльності підприємства та їх об'єднаннями у сучасних умовах, що відповідає об'єкту вивчення програми.

Теоретичний зміст предметної області розкривають такі ОК: СП1, СП2, СП4, методи, методики та технології – ЗП1, СП3, СП5 інструментарій – СП6, СП7, ЗП2. В процесі вивчення ОК здобуті теоретичні знання та навички щодо використання методів, сучасного інструментарію з розвитку маркетингової діяльності реалізуються в процесі проходження практики та написання випускної кваліфікаційної роботи. Всі освітні компоненти ОПП враховано в навчальному плані, структурно-логічній схемі ОПП (<http://surl.li/twatmy>), змісту освітніх компонентів в силабусах ОК (<http://surl.li/twatmy>)

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

У відповідності з «Положення про організацію освітнього процесу в Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» (третья редакція)» https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/09/Polozhennya_pro_organizatsiyu_osvitnogo_2024_final_pravka_3.pdf загальний обсяг навчального навантаження здобувачів вищої освіти за весь термін навчання складає 90 кредитів ЕКТС. Цей обсяг розподіляється між обов'язковими та вибірковими компонентами як 66 та 24 кредитів відповідно (73% та 27%). Навчальний час, відведений на самостійну роботу здобувачів вищої освіти регламентується навчальним планом і складає, як правило 2/3 від загального обсягу ОК (<http://surl.li/jxookz>). Зміст та особливості методики викладання різних ОК ОПП передбачають навантаження, що включає різну кількість аудиторної та позааудиторної роботи.

Для здійснення підготовки до виконання самостійної роботи здобувачі можуть використовувати репозитарій бібліотеки НТУ «ХПІ» (<http://surl.li/nbpqhe>) або інші джерела. Здобувачі мають можливість бути ознайомленими з силабусами, де міститься інформація щодо обсягу освітніх компонент, змісту та обсягів самостійної роботи та термінів її виконання (<http://surl.li/twatmy>).

Для задоволеності якістю навчального процесу проводиться анкетування, результати яких розміщуються на сайті кафедри. Опитування здобувачів свідчать про задоволеність організацією навчального процесу, рівнем викладання ОК та часом відведеним на самостійну роботу (<http://surl.li/bkvrwz>)

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

Практикоорієнтованість ОПП: здобувачі приймають участь у наукових конференціях (<http://surl.li/lnoatf>), участі в дослідженнях щодо наукових тем кафедри та консультування іноземних та вітчизняних підприємств (<http://surl.li/tiefkd>), ЗВО (<http://surl.li/tuffzg>), освітньому проєкті «Практикум з маркетингу в НТУ «ХПІ» гостей лекцій від професіоналів-практиків, кейсів, ділових ігор з майстер-класами <http://surl.li/egmbct>, при проходженні переддипломної практики (<http://surl.li/jvxude>), що і забезпечує формування практичних навичок здобувачів. НТУ «ХПІ» є одним з перших учасників <https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/tag/dualna-osvita-pilotnogo-proyektu> за Наказом МОН 15.10.2019 №1296, входить до організованого в рамках проєкту «Дуальна освіта для України» за підтримкою ГО «Українська Асоціація Маркетингу». На даний час не використовується при підготовці магістрів ОПП «Маркетинг» в НТУ «ХПІ», але до підготовки здобувачів ОПП залучаються вітчизняні та закордонні професіонали-практики з проведення тренінгів, гостей лекцій, аудиторних занять, проходження практик (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu>), проводяться зустрічі та громадські обговорення щодо перегляду ОПП та НП, де враховуються побажання до сутності підготовки здобувачів та їх практикоорієнтованості.

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

Підтримуючи проголошені резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй глобальні цілі сталого розвитку до 2030 року та результати їх адаптації з метою забезпечення збалансованості економічного, соціального та екологічного вимірів сталого розвитку України <http://surl.li/kltrcq> при розробці ОПП Маркетинг враховано наступні пункти:

- 4) забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти згідно «Положення про організацію освітнього процесу в НТУ «ХПІ» https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/09/Polozhennya_pro_organizatsiyu_osvitnogo_2024_final_pravka_3.pdf
- 5) забезпечення гендерної рівності – всі здобувачі ОП мають рівні гендерні права на всіх етапах отримання освіти;
- 12) забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва – СП2 «Маркетинг відносин», ОКВП12 «Соціальна відповідальність бізнесу»
- 16) сприяння побудові миротлюбного і відкритого суспільства, забезпечення доступу до правосуддя для всіх і створення ефективних, підзвітних та заснованих на широкій участі інституцій на всіх рівнях – СП2 «Маркетинг відносин», ОКВП12 «Соціальна відповідальність бізнесу», ОК вільного вибору загальної підготовки правового спрямування;
- 17) зміцнення засобів здійснення й активізація роботи в рамках глобального партнерства в інтересах сталого розвитку – СП6 «Communications and negotiations», залучення вітчизняних та закордонних професіоналів-практиків з проведення тренінгів, гостьових лекцій, аудиторних занять <http://surl.li/egmbct>

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

<http://vstup.kpi.kharkov.ua/edprogram/marketyng-magistr/>

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

Правила прийому на навчання (https://vstup.kpi.kharkov.ua/admission/admission_rules/) затверджено ректором НТУ «ХПІ» 03.04.2024 р., оприлюднено на сайті НТУ «ХПІ», є у вільному доступі та щорічно оновлюються відповідно до вимог МОН України. Додатково основні інструкції щодо вступу до магістратури містяться на сайті <http://vstup.kpi.kharkov.ua/admission/structure/emmb/>.

Вступ до магістратури відбувається на основі раніше набутого ступеню бакалавр (НРК6) чи на основі ступеню спеціаліст/магістр (НРК7) у формі другої вищої освіти (тільки контрактна форма навчання). Для вступу на ОПП «Маркетинг» абітурієнт надає результати єдиного вступного іспиту (ЄВІ) та єдиного фахового вступного випробування (ЄФВВ) у формі предметного тесту з управління та адміністрування та тесту загальних навчальних компетенцій (ТЗНК).

Згідно правил прийому до НТУ «ХПІ» існує дорожня карта вступника до магістратури ННІ ЕММБ (<https://web.kpi.kharkov.ua/emmb/vstupnyky/vstup-v-mahistraturu/>), де враховано, що вступник має мати базові фахові знання з маркетингу, менеджменту та підприємництва та іноземної мови, що є підґрунтям для здобуття освіти ОПП маркетинг. Програми фахових іспитів для вступників переглядаються щорічно з урахуванням компетентностей, що потрібні для навчання на ОПП, за результатами обговорення на засіданнях кафедри із залученням стейкхолдерів (https://drive.google.com/file/d/1MaDkUkiEnyyE9O_fZK2K_QzGoUcmWGH3/view)

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

Підставою щодо зарахування результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, є положення і документи, що оприлюднені на сайті НТУ «ХПІ», а саме:

«Правила Прийому до НТУ «ХПІ» (Додаток до Правил прийому до НТУ «ХПІ» <http://surl.li/ugwmnq>
Положення про організацію освітнього процесу в Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» (третя редакція) <http://surl.li/mtvjqi> - п.9, щодо порядку та процедури визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті;

Положення про академічну мобільність студентів, аспірантів, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників університету (зі змінами та доповненнями) <http://surl.li/dktjvg> - п. 5,6,7,9.

П.2.2 Положення про порядок реалізації здобувачами вищої освіти права на вільний вибір ОК <http://surl.li/ytrmig>
Розділ 4 Положення про порядок відрахування, переривання навчання, поновлення і переведення здобувачів вищої освіти, а також надання їм академічної відпустки та права на повторне навчання» <http://surl.li/djqixh>

Положення про порядок визнання результатів неформальної та інформальної освіти у НТУ «ХПІ» <http://surl.li/oslujp>

Наведені документи розміщені на сайті ЗВО а також на стрінках структурних підрозділів: навчального відділу (<http://surl.li/irawiu>), бібліотеки (<http://surl.li/kqqohw>), відділу міжнародних зв'язків (<http://surl.li/dryntw>)

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

На ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти в НТУ «ХПІ» прикладами є: Гуртова М.О БЕМ-М924 - зарахування індивідуального завдання з ОК «Бренд-менеджмент» як результату навчання у Відні (Австрія) у

Wirtschaftsuniversität Wien за освітньою програмою Bachelor's Degree Program in Business, Economics and Social Sciences, як неформальної освіти; реалізація внутрішньої академічної мобільності з ЗВО партнерами. Так, у 2 семестрі 2024/2025 н.р. здобувачі групи БЕМ-М924 Корзанов М.М., Рибалкін О.А., Кондратенко О.А. обрали для вивчення ОК «Креативний менеджмент», запропоновану КрНУ, та будуть закріплені у відповідні групи ЗВО партнера для її вивчення в рамках укладеного договору про співпрацю <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spivpratsyu/>

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

Положення про порядок визнання результатів неформальної та інформальної освіти у НТУ «ХПІ» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-neformalnoyi-ta-informalnoyi-osvity.pdf>)

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті дозволяється для ОК, які входять до НП за яким навчається здобувач і розповсюджується як на нормативні, так і на вибіркові ОК, за виключенням освітнього компонента з підготовки кваліфікаційної роботи. Обов'язковою умовою визнання результатів неформального/інформального навчання в рамках вибіркової компоненти освітньої програми є відповідність цих результатів навчання рівню освіти, на якому реалізується ОП. Університет може визнати результати навчання, здобуті у неформальній/інформальній освіті, в обсязі, що не перевищує 25% від загального обсягу ОП здобувача. Зарахована може бути як ОК повністю, так і її окремі складові (навчальні компоненти, змістовні модулі, окремі теми). Ознайомлення здобувачів з Порядком відбувається на початку навчання гарантом, куратором групи та викладачами ОП.

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

У 2023-2024 н.р. здобувач гр. БЕМ-М923 Скрипченко Я.В. надав на кафедру сертифікат про проходження навчання у Hochschule Zittau/Görlitz, University of Applied Sciences (Німеччина) за програмою курсу «Global marketing» та заяву щодо зарахування результатів навчання в якості результатів вивчення деяких тем з ОК «Зовнішньоекономічна маркетингова діяльність». Предметна комісія переглянула силабус ОК та дійшла висновку щодо можливості зарахування теми «Глобальний маркетинг», яка чітко співпадає з тематикою курсу неформальної освіти, та зарахування захисту презентації на курсі, як виконання та захист індивідуального завдання. <http://surl.li/avmnyu>
Здобувачка гр. БЕМ-М924 Гуртова М.О. проходила навчання у Відні (Австрія) у Wirtschaftsuniversität Wien за освітньою програмою Bachelor's Degree Program in Business, Economics and Social Sciences (01.02-30.06.23). В навчальному плані здобувачки була дисципліна Brand Management (6 кредитів), яку вона склала з оцінкою excellent, про що свідчить наданий транскрипт з результатами сесії. Гуртова М.О. звернулася з проханням зарахувати результати неформальної освіти за іншою освітньою програмою як такі, що співпадають зі змістом дисципліни «Бренд-менеджмент». Предметна комісія заслухала презентацію підсумкової роботи здобувачки і вирішила зарахувати Гуртовій М.О. результати неформальної освіти з виставленням 40 балів за індивідуальне завдання <http://surl.li/ayykou>

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Методи, засоби та технології навчання і викладання за ОПП регламентуються «Положенням про організацію освітнього процесу в НТУ «ХПІ»» <http://surl.li/yqluxo>, яке розроблено відповідно до Законів України «Про освіту» <http://surl.li/eqdfhj>, «Про вищу освіту» <http://surl.li/uqmank>, «Про наукову і науково-технічну діяльність» <http://surl.li/ogtjxf>, «Про забезпечення функціонування української мови як державної» <http://surl.li/atkzas>, законодавства України, нормативно-правових актів Міністерства освіти і науки України, Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, а також на підставі Статуту й внутрішньої нормативної документації Університету <http://surl.li/hdioip>.

ПРН забезпечуються збалансованим набором ОК, студентоцентризованим підходом до здобувачів освіти, інноваційними формами та методами навчання, участю здобувачів у студентських наукових гуртках та проблемних групах <http://surl.li/mudywf>, а також самостійною роботою здобувачів під керівництвом викладачів – переддипломна практика, участь в науково-дослідницькій діяльності <http://surl.li/toftdd>. За ОПП передбачено проведення лекцій, практичних та лабораторних занять, самостійної роботи здобувачів, проходження переддипломної практики. У форсмажорних умовах воєнного стану застосовується дистанційна форма навчання за допомогою Office 365 (<http://surl.li/qpjhez>).

Все це сприяє досягненню результатів навчання за рахунок поєднання теоретичних і практичних занять, а також самостійної, практичної та дослідницької роботи.

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

Орієнтація на студентоцентризований підхід до навчання відображена у нормативних документах НТУ «ХПІ»: «Положення про організацію освітнього процесу в НТУ «ХПІ» (<http://surl.li/yqluxo>), «Положення про академічну мобільність студентів, аспірантів, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників університету» (<http://surl.li/bgrsts>). Опитування здобувачів та стейкхолдерів щодо задоволеності ними ОПП сприяє адаптації форм та методів навчання до їх потреб (лекції проводять у формі дискусій, презентацій, на практичних заняттях розбирають кейси, проводять ділові ігри) (<http://surl.li/nahzvf>). Результати опитування свідчать про високий рівень задоволеності здобувачів якістю викладання за ОПП. Кафедра маркетингу запрошує маркетингологів-практиків для проведення майстер-класів у межах освітнього проєкту «Практикум з маркетингу в НТУ «ХПІ»» (<http://surl.li/nahzvf>). Студентоцентризований підхід також реалізується шляхом формування гнучкої індивідуальної освітньої траєкторії, що підкріплюється можливістю вибору ОК професійного та загального спрямування з переліку, формулюванням критеріїв оцінювання, що дозволяє врахувати індивідуальні здібності, інтереси та пріоритети здобувачів

Запроваджена інтерактивна форма обговорення «Скринька довіри» (<http://surl.li/ktckiwi>)

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

Підтримка АС представлена у Статуті НТУ «ХПІ» <http://surl.li/zgevgj>, «Кодексі етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»» <https://bit.ly/48vwl9o>, «Положенні про організацію освітнього процесу» <http://surl.li/yqluxo> та поширюються як на НПП, так і на здобувачів. НПП проходили стажування в Запорізькому національному університеті, приймали участь у програмах академічної мобільності у Мішкольцькому університеті (Угорщина), циклі тренінгів УАМ «LIFECCELL DIGITAL ACADEMY», за програмою JEAN-MONNET, Краківському економічному університеті (Польща), JEAN-MONNET CHAIRS «European technology transfer for Ukrainian universities», міжнародній школі педагогічної майстерності Greate Creative Entrepreneurs Leaders School, міжнародних освітніх проєктах у перспективі ЄС в університетах Collegium Civitas, JEAN-MONNET EPSEI “EU practices of social and economic inclusion” <http://surl.li/vmqvpo>, отримання НПП сертифікатів з іноземною мови на рівні B2.

Це сприяло підвищенню відповідності методів навчання і викладання за ОП принципам академічної свободи. АС здобувачів реалізується за допомогою можливості побудови індивідуальної освітньої траєкторії, вибору бази практики, керівника та напряму дослідження дипломної роботи, участі у проєктах кафедри маркетингу освітньому проєкті «Практикум маркетингу з НТУ “ХПІ”» <http://surl.li/nahzvf>, стартапах, науково-практичних конференціях, НДР <http://surl.li/toftdd>. Проводиться анкетування здобувачів, результати якого оприлюднюються на сайті <http://surl.li/tiqwen>

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

Інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання згідно «Порядку організації поточного, семестрового контролю та атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій навчання в НТУ «ХПІ»» (<https://bit.ly/41ZLLjw>) на ОПП «Маркетинг» відображається у силабусах освітніх компонентів, які доступні на сайті кафедри маркетингу (<http://surl.li/rpgivd>), ОПП «Маркетинг» (<http://surl.li/jrbrba>). У силабусах міститься інформація і про цілі та задачі ОК, про зміст і про порядок та критерії оцінювання. Крім цього, ця інформація оголошується кожним викладачем окремих ОК на початку семестру під час занять. На всі питання щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів здобувачі можуть отримати відповіді, звернувшись безпосередньо до викладача згідно «Положення про систему корпоративної комунікації НТУ «ХПІ»» (<http://surl.li/qmcnbn>) за допомогою корпоративної пошти Microsoft Outlook, чатів та команд у Microsoft Teams (<http://surl.li/rdzsim>)

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

Поєднання навчання і досліджень ОПП «Маркетинг» реалізується через можливість для здобувачів брати участь у роботі наукових гуртків кафедри маркетингу <http://surl.li/ijjwdh>, участі в наукових конференціях (зокрема конференції нашої кафедри <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/conf2024/>), публікації статей <http://surl.li/zlnfxr>, прийняття участі у стартап проєктах <http://surl.li/rfgpdg>, заходах кафедри щодо проведення тренінгів, гостьових лекцій професіоналами - практиками <http://surl.li/xrqwtg> вітчизняних та закордонних та циклу лекцій з запрошеними лекторами, Міжнародний конкурс студентських наукових робіт <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/vitayemo-nashyh-zdobuvachiv/>

Результати НДР НПП використовуються при формуванні змісту та викладанні ОК ОПП: Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці, ДР 0123U103232; Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства ДР 0123U103215; Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України ДР 0123U103225, госпдоговірних тем «Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах маркетингу» (0123U100896) та «Новітні технології маркетингу та їх специфіка в діяльності підприємств України» (0124U001510), консультуванню міжнародних компаній AERO-IMMOBILIERE DE MANAGEMENT ET D'ENTREPOTS (Франція) та PROCOPTERE AVIATION (Франція) <http://surl.li/xyusku>. Участь НПП у науково-дослідницьких проєктах кафедри маркетингу, науковому консультуванні суб'єктів господарювання дозволяє оновити зміст ОК <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/akty-vprovazhennya-naukovyh-publikatsij/> Активна участь здобувачів у дослідницькій діяльності надає можливість отримати додаткові бали до стипендіального рейтингу відповідно до Порядку формування стипендіального рейтингу студентів НТУ «ХПІ» для призначення академічних стипендій <http://surl.li/dskgmt>

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

НПП постійно апробує результати власних досліджень, впроваджуючи їх в освітній процес.

<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/akty-vprovazhennya-naukovyh-publikatsij/>

Так, наприклад, зміст ОК «Основи наукових досліджень» (Тема «Наукові установи України та організація підготовки наукових кадрів») оновлено доц. Літвиненко М.В. та «Проект-менеджмент у маркетингу» доц. Васильцової С.О. під час проходження стажування ЗНУ; знайшло відображення змісту ОК «Засоби аналізу даних» (Тема «Аналіз даних: визначення, цілі, типи, інструменти») доц. Грінберг Г.Л. за результатами наукового консультування ТОВ «CloudWorks LTD» «Розробка методики та інформаційних технологій інтелектуального аналізу економічної інформації»;

Апробовано результати змісту ОК «Стратегічний маркетинг» (Тема «Контроль та оцінка стратегічної маркетингової діяльності підприємства») в ході підвищення кваліфікації доц. Кітченко О.М. за проектом-модулем JEAN-MONNET “Business Models for Sustainability: Challenges and Digital Transformations”.

Проведено оновлення зміст ОК «Маркетинг відносин» (Тема «Сучасна маркетингова парадигма маркетингу відносин підприємства з партнерами та споживачами») проф. Райко Д.В. за результатами наукового закордонного стажування в рамках угоди Erasmus+, Університет Мішкольц, м. Мішкольц, Угорщина (2023р) та підготовкою підручника та практикуму з Грифом НТУ “ХПІ”(2024р).

ОК «Бренд-менеджмент» (Тема «Ефективний брендинг і формування корпоративної культури») оновлено проф. Косенко О.П. після участі у мобільності викладачів за програмою “ERAMUS+”, Мішкольцький університет, м. Мішкольц, Угорщина, (2022, 2024р).

Зміст ОК «Управління інноваційним розвитком» (Тема «Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства») апробовано проф. Ілляшенко С.М. за результатами дослідницького проекту «Strategie rozwoju innowacji», 2021 – 2023 р. в університеті WSEH м. Бельсько-Бяла, Польща).

Також на регулярних зустрічах зі стейкхолдерами (щорічно) виникають пропозиції додати якісні конкретні теми до розгляду/вивчення на ОПП. Внаслідок виникнення таких пропозицій зміст ОК може змінюватись. Так, наприклад до ОПП «маркетинг» 2024 враховано пропозиції про необхідність формування навичок мультизадачності та тайм-менеджменту. З боку практиків було вказано пропозицію навчати здобувачів краще керувати своїм часом і вміти одночасно справлятися з кількома проектами при визначеному дедлайні. Враховуючи таку пропозицію до переліку вибірових ОК було додано «Тайм-менеджмент», а до тематики обов'язкових ОК внесено теми, що враховують особливості роботи в умовах багатозадачності (ЗП1, СП2). Окрім того було наголошено про важливість врахування важливості набуття soft-skills при отриманні освіти. Така пропозиція теж була врахована і у переліку обов'язкових ОК з'явилась СП6 «Communications and negotiations») буде викладатись англійською.

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

Згідно зі стратегією ітернаціоналізації НТУ “ХПІ” <http://surl.li/tkunfl> результатами ОПП є напрями: доступ до міжнародних наукових ресурсів (Scopus, Web of Science), співробітництво <http://surl.li/qiudqg>, спільні наукові публікації, міжнародні стажування мобільність <http://surl.li/kjdens> Так, Косенко О.П., Райко Д.В., Ткачова Н.П. у межах міжнародної академічної мобільності за Грантовою угодою Erasmus+ перебували в університеті Угорщини <http://surl.li/mkholu>, <http://surl.li/rrijup>, <http://surl.li/xdynmc>. У межах співробітництва проведено освітній марафон «Глобальний Маркетинг» з лектором з Німеччини <http://surl.li/xdftjt>. Ілляшенко С.М. є науковим керівником дослідницького проекту польського університету WSEH у м. Бельсько-Бяла <http://surl.li/jnsmss>. У межах міжнародного стажування доц. Кітченко О.М. прийняла участь у The Teaching Excellence International Training Program <http://surl.li/mhaujl>, Чернобровкіна С.В. Малопольська школа державного управління, Краківський економічний університет, Польща, <http://surl.li/mdzkkp>; Райко Д.В., Косенко О.П. JEAN-MONNET EPSEI “EU practices of social and economic inclusion” <http://surl.li/vmqvpo>. На ОПП постійно запрошуються міжнародні експерти галузі для проведення тренінгів, майстер-класів, консультування міжнародних компаній aéro-immobilière de management et d'entrepôts та procoptere aviation (Франція) <http://surl.li/narvbx>

Наукові дослідження у межах ОПП здійснюються з партнерами з Угорщини, Німеччини, Польщі, Казахстану <http://surl.li/thsmot>

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

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

Форми контрольних заходів у межах ОК ОПП спеціальності «Маркетинг» спрямовані на перевірку та оцінювання досягнення програмних результатів навчання здобувачів другого рівня відповідно «Положення про організацію освітнього процесу в НТУ «ХПІ»» <http://surl.li/yqlxho>, «Положення про критерії та систему оцінювання знань та вмінь і про рейтинг здобувачів вищої освіти <http://surl.li/hakxao>, ОПП «Маркетинг» <http://surl.li/jfkub>, силабусів ОК <http://surl.li/yotipk>.

На ОПП використовуються наступні види контролю: вхідний контроль (для реалізації індивідуального підходу в процесі викладання ОК та визначенні форм і методів проведення занять та організації освітнього процесу); поточний контроль (оцінювання семінарських, практичних занять та за результатами виконання завдань самостійної роботи); підсумковий (у формі іспитів та диференційованих заліків і призначений продемонструвати рівень досягнення програмних результатів навчання здобувачами) та атестація (проводиться відповідно до Стандарту); ректорський (перевірки якості навчального процесу).

Форми проведення поточного контролю визначаються специфікою та змістовим наповненням кожного ОК. Використання різних форм контрольних заходів дозволяє встановити рівень сформованості компетентностей здобувачів та перевірити досягнення програмних результатів навчання. Критерії оцінювання розроблені з врахуванням різних видів навчальної роботи здобувачів. Основні форми поточного контролю: усне опитування, тестування, виступи на практичних заняттях, презентації, підготовка індивідуальних робіт. Під час навчання on-line використовуються інструменти Office 365 (управління командами та комп'ютерне тестування), що дозволяє здобувачам здійснити самостійний контроль досягнення результатів навчання. Поєднання різних форм контрольних заходів дозволяють встановити рівень сформованості компетентностей здобувачів та перевірити досягнення програмних результатів навчання.

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

Чіткість та зрозумілість методів контрольних заходів та критеріїв для оцінювання учбових досягнень здобувачів забезпечуються через дотримання встановлених нормативних документів НТУ "ХПІ", зокрема "Положення про організацію освітнього процесу" (<http://surl.li/yqlxho>) та «Положення про критерії та систему оцінювання та вмінь і про рейтинг студентів» (<http://surl.li/hakxao>). Критерії для оцінювання навчальних досягнень здобувачів розробляються кафедрою, ґрунтуючись на вищезазначених положеннях і відображаються у силабусах ОК і є доступними на веб-сайті кафедри для ознайомлення (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-2023-2024-n-r-magistry/>). Деталізація у силабусах включає в себе опис критеріїв оцінювання, розподіл балів за різними видами робіт, а також особливості методів навчання та форм контролю. Прозорість та доступність інформації підкріплюється анкетуванням та опитуванням здобувачів (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>), результати яких використовуються для подальшого удосконалення навчального процесу.

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

На початку кожного навчального року кафедра інформує здобувачів про доступність силабусів по кожній ОК на сайті кафедри (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-2023-2024-n-r-magistry/>). На початку осіннього семестру здобувачі отримують доступ до силабусів та навчально-методичних матеріалів навчального року. У цих документах викладено детальну інформацію про критерії оцінювання, які застосовуються під час поточного контролю, оцінювання курсових робіт, тестів, виконання індивідуальних завдань, а також підсумкового оцінювання у вигляді заліків чи іспитів, які передбачені навчальним планом. Оцінювання проводиться відповідно до національної та ЄКТС шкали оцінювання. Окрім того, на перших заняттях кожен викладач проговорює особливості оцінювання конкретної ОК і в разі виникнення питань може надати розгорнуту відповідь. Розклад екзаменаційних сесій публікується на сайті інституту (<https://web.kpi.kharkov.ua/emmb/studentam/rozklad-zanyat/>).

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

До атестації допускаються здобувачі, які успішно завершили у повному обсязі засвоєння освітньої програми ОП Маркетинг (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>), яка розроблена у відповідності до вимог Стандарту вищої освіти (<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>), яка передбачає розв'язання складної задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота перевіряється на рівень унікальності за допомогою сервісу перевірки текстів PLAGIARIZM. Атестація здійснюється у формі публічного захисту випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи. Процедура атестації, формування і діяльності екзаменаційної комісії визначені у Положенні про екзаменаційну комісію у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» <https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-ekzamenatsijnu-komisiyu.pdf>

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

Процедура проведення контрольних заходів регулюється через комплекс внутрішніх нормативних документів. Основними з них є "Положення про організацію освітнього процесу" (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-organizatsiyu-osvitnogo-protsesu.pdf>), «Положення про критерії та систему оцінювання знань та вмінь і про рейтинг здобувачів вищої освіти» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/vr/wp-content/uploads/sites/27/2019/10/POLOZHENNYA-PRO-KRITERIYI-TA-SISTEMU-OTSINYUVANNYA-ZNAN-TA-VMIN-I-PRO-REJTING-STUDENTIV.pdf>), які розміщені у вільному доступі. Ці документи містять чіткі вказівки щодо організації, проведення, та оцінювання результатів контрольних заходів, включаючи самостійні роботи, екзамени, атестацію тощо.

Форми підсумкового контролю за кожним ОК, а також види та критерії оцінювання знань відображено у силабусах (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-2023-2024-n-r-magistry/>). Силабуси ОК є загальнодоступними для всіх учасників освітнього процесу.

Яким чином процедури проведення контрольних заходів забезпечують об'єктивність екзаменаторів?

Якими є процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів? Наведіть приклади застосування відповідних процедур на ОП

Процедури врегулювання конфлікту інтересів знаходяться у «Положенні про критерії та систему оцінювання знань та вмінь і про рейтинг студентів» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-kryteriyi-otsinyuvannya-znan-ta-vmin-i-pro-rejtyng-zdobuvachiv.pdf>), «Положенні про екзаменаційну комісію у НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-ekzamenatsijnu-komisiyu.pdf>); Порядок подання апеляцій (іспити, заліки, атестація) наведено в «Положенні про організацію освітнього процесу в Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2023/12/Polozhennya-pro-organizatsiyu-osvitnogo-protsesu.pdf>).

Здобувач, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового контролю, має право звернутися до апеляційної комісії у день оголошення результатів оцінювання. Апеляція має бути розглянута на засіданні апеляційної комісії не пізніше наступного дня після її подання. Здобувач, який подав апеляцію, має право бути присутнім при розгляді своєї заяви. Апеляційна комісія створюється розпорядженням директора інституту. За час провадження освітньої діяльності за ОПП Маркетинг випадків оскарження об'єктивності екзаменаторів, конфлікту інтересів не було

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів регулюється відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу» (<http://surl.li/yqlyxo>), «Положення про екзаменаційну комісію у НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-ekzamenatsijnu-komisiyu.pdf>), «Положення про критерії та систему оцінювання знань та вмінь і про рейтинг студентів» (<http://surl.li/hakxao>); «Положення Про порядок ліквідації академічної заборгованості в НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-poryadok-likvidatsiyi-akademichnoyi-zaborgovanosti.pdf>), якщо здобувачі вищої освіти, які в день, визначений за розкладом для складання контрольного заходу, отримали незадовільну оцінку або не з'явилися з поважних причин (наприклад, через хворобу), може бути надано право перескладання екзамену або заліку протягом сесії за графіком ліквідації академічних заборгованостей.

Графіки ліквідації академічної заборгованості вказуються в наказі про проведення сесії, затверджується проректором університету та доводяться до відома здобувачів вищої освіти. Застосування процедури оскарження результатів контрольних заходів на даній ОПП не було.

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

Урегулювання процедур та порядок оскарження здобувачами результатів контрольних заходів відбувається відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу» (<http://surl.li/yqlyxo>), та «Положення про екзаменаційну комісію» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/01/Polozhennya-pro-ekzamenatsijnu-komisiyu.pdf>). У разі отримання незадовільної оцінки, перескладання підсумкового контролю з ОК допускається не більше двох разів. При повторному перескладанні заходи контролю може проводити комісія, яку формує директор інституту та затверджує відповідним розпорядженням. У випадку незгоди з отриманою оцінкою, здобувачі мають право подати апеляцію. Для цього необхідно надіслати заяву до ректора або до проректора університету, відповідального за науково-педагогічну діяльність, в день проведення екзамену одразу після оголошення оцінок. Це вимагається «Положенням про організацію освітнього процесу». На ОПП «Маркетинг» не було випадків оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів

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

Політика, стандарти, і процедури дотримання академічної доброчесності відображені на сайті НТУ «ХПІ» (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>), а саме: Статут НТУ «ХПІ»; Правила внутрішнього розпорядку НТУ «ХПІ»; Опис системи внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти НТУ «ХПІ»; Кодекс етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/43/2024/04/Kodeks-etyky-akademichnyh-vzayemovidnosyn-ta-dobrochesnosti-Natsionalnogo-tehnichnogo-universytetu-Harkivskij-politehnicnij-instytut-.pdf>); Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у випускних кваліфікаційних роботах здобувачів вищої освіти НТУ «ХПІ»; Положення про репозиторій «Електронний архів НТУ «ХПІ»»; «Положення про Електронний репозиторій кваліфікаційних випускних робіт здобувачів вищої освіти у НТУ «ХПІ»» (<http://library.kpi.kharkov.ua/files/documents/polozhennya-proekt-plagiat.pdf>) (<http://repositorygt.kpi.kharkov.ua/>). Зі здобувачами ОПП обговорюються питання академічної етики при проведенні наукових досліджень (ЗП1 «Основи наукових досліджень»; публікація тез доповідей та наукових статей) та інструментів перевірки унікальності. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності представлено на офіційному сайті бібліотеки НТУ «ХПІ» (http://library.kpi.kharkov.ua/uk/Academic_Goodness)

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

До технологічних рішень, які використовуються на ОПП, як інструментів протидії порушення АД на ОПП,

відносяться: створення інформаційної бази у відкритому доступі (веб-сторінка на сайті кафедри (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/>); підвищення кваліфікації НПП; перевірка наукових та кваліфікаційних робіт на плагіат; інформування здобувачів, тренінги представників кафедри маркетингу (<https://bit.ly/48vGhzk>) та бібліотеки (https://t.me/library_khpi; запровадженням процедур моніторингу дотримання академічної доброчесності (анкетування здобувачів (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>). Ці заходи, поєднані з чіткою політикою університету щодо академічної чесності та строгими процедурами реагування на порушення, створюють ефективну систему запобігання будь-яким формам порушення академічної доброчесності в НТУ "ХПІ". Завантажені в репозитарій дипломні роботи та проекти доступні для перегляду за адресою <http://repositorygt.kpi.kharkov.ua>
Для перевірки документів в університеті використовується антиплагіатна система StrikePlagiarism.com компанії Plagiat.PL. http://library.kpi.kharkov.ua/uk/Academic_Goodness

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

З метою популяризації академічної доброчесності серед здобувачів ОПП здійснюються інформаційні заходи: ознайомлення здобувачів з «Кодексом етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/wp-content/uploads/sites/25/2023/05/KODEKS-ETYKY2.pdf>); підписання «Декларації про дотримання кожним здобувачем АД» (http://web.kpi.kharkov.ua/phd/wp-content/uploads/sites/136/2020/01/Deklar_pro_dobr.pdf); проведення бібліотекою відповідних заходів (https://t.me/library_khpi); інформування про відповідальність учасників освітнього процесу; обговорення питань на засіданнях кафедри; здійснення перевірки наукових та магістерських робіт, дослідження АД (публікації, конференції), підвищення кваліфікації НПП («Академічна доброчесність»: онлайн-курс для викладачів» на платформі Prometheus, «Академічна доброчесність в університеті» на платформі громадянської освіти в Україні ВУМ online <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/kursy-z-dobrochesnosti-2024/>), зустрічі представників бібліотеки НТУ «ХПІ» зі здобувачами кафедри маркетингу <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/akademichna-dobrochesnist/>, <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/lektsiya-akademichna-dobrochesnist-u-naukovyh-doslidzhenniyah-ta-osvitnomu-protsezi/>
Відкриті конференції і семінари <http://library.kpi.kharkov.ua/uk/conference?page=1>, <http://library.kpi.kharkov.ua/uk/node/21756>

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

У разі надходження заяви від члена університетської спільноти про порушення Кодексу на ім'я ректора його наказом створюється Комісія з академічної етики, де розглядається кожен випадок і визначає санкції згідно з Кодексом етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ» <http://surl.li/iurnyi>
За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти, згідно закону України та внутрішнім нормативним документам НТУ «ХПІ», можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: відмова у присудженні наукового ступеня чи присвоєння вченого звання; позбавлення присудженого наукового ступеня чи присвоєного вченого звання; відмова у присвоєнні або позбавлення присвоєного педагогічного звання, кваліфікаційної категорії; позбавлення права брати участь у роботі визначених законом органів чи обіймати встановлені законом посади; позбавлення права наукового керівництва аспірантами та наукового консультування докторантів. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування із закладу освіти (крім осіб, які здобувають загальну середню освіту); позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих закладом освіти пільг з оплати навчання. На даній ОПП випадки порушення академічної доброчесності не було

6. Людські ресурси

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

Конкурсний добір викладачів ОП здійснюється згідно із законодавством України та положення про обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників, яке регламентує умови та процедуру конкурсного відбору НПП НТУ «ХПІ» (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/staff/polozhennya-pro-obrannya-ta-priinyattya-na-robotu-naukovo-pedagogichnih-pratsivnikiv-ntu-hpi-2/>). Під час конкурсного добору викладачів ОП враховується відповідність їх вимогам освітньо-професійної кваліфікації (постанова Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. No 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. No 365) (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF>): базова вища освіта, наявність вченого звання та наукового ступеня; сертифікатів про знання англійської мови та стажування, досвід викладацької і практичної роботи; наявність наукових фахових публікацій, в т.ч. (SCOPUS, Web of Science, in), авторських підручників, посібників, проведення тренінгів, участь у професійних об'єднаннях, а також наявність не менше чотирьох результатів професійної діяльності згідно із зазначеними у п. 38 чинної редакції Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.

До викладання ОПП залучені 8 висококваліфікованих викладачів, з яких 4 д.е.н., всі мають академічну та/або професійну кваліфікацію (100% мають науковий ступінь/вчене звання і постійно підвищують свою кваліфікацію),

сертифікати про володіння англійською мовою на рівні B2, що забезпечує досягнення цілей ОПП та програмних результатів навчання. Рівень професійної активності викладачів ОК ОПП підтверджується в середньому 6-12 пунктами ліцензійних умов відповідно ОК, яку вони викладають

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

Конкурсний добір НПП ОП регламентується Законами України «Про освіту», «Про вищу освіту», наказу МОН України від 05.10.2015 р. № 1005, КЗпП України, Статутом НТУ «ХПІ» (<http://public.kpi.kharkov.ua/administrativna-diyalnist/statut/>), Колективним договором між ректоратом ПУЕТ та профспілковим комітетом ПУЕТ на 2021-2025 роки (<https://public.kpi.kharkov.ua/wp-content/uploads/2022/01/Kolektivnij-dogovir-NTU-HPI-2021-2025.pdf>), Положенням про обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників НТУ «ХПІ» (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/staff/wp-content/uploads/sites/15/2019/09/Polozhennya-pro-obrannya-ta-prijnyattya-na-robotu-naukovo-pedagogichnih-pratsivnikiv-NTU-HPI-1.pdf>) та укладання з ними трудових договорів (контрактів) (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/staff/strokovij-trudovij-dogovir-kontrakt/>)

Кандидатури обговорюються на засіданні кафедри. Конкурсна комісія розглядає документи та приймає рішення щодо допуску до участі в конкурсі, чим забезпечується необхідний рівень професіоналізму викладачів. Процедури конкурсного добору НТУ «ХПІ» є прозорими завдяки висвітленню на сайті ЗВО. Оголошення про проведення конкурсу, терміни й умови проведення публікуються на офіційному сайті. Під час конкурсного добору НПП враховується: наявність і рівень наукового ступеня; наявність і рівень вченого звання; наявність повної вищої освіти за профілем кафедри, кваліфікація за дипломом; загальний та науково-педагогічний стаж роботи тощо, відповідність Ліцензійним пунктам тощо.

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

Для організації та реалізації освітнього процесу відбувається постійна взаємодія з РА та МА та іншими підприємствами <http://surl.li/wjrrcm>, в процесі науково-технічного співробітництва та наукового консультування <http://surl.li/hcidlt>, реалізації освітнього проекту «Практикум з маркетингу в НТУ «ХПІ»» <http://surl.li/ixqhmp> щодо проведення тренінгів, майстер-класів, круглих столів, де відбувається формування напрямів переддипломної підготовки та місць проходження практики з професіоналами практиками - літнє, осіннє стажування в Money Gets <http://surl.li/yztgwv>, менеджером з маркетингу в компанії AUTO1 Group (Німеччина) та керівником напряму СЕМ (управління клієнтським досвідом) ТОВ «Омега», маркетологами компаній K-DENT Global IT Support, стартап проекту з РА «Money Gets» <http://surl.li/ogxkut>, віртуальна академічна мобільність – заняття з професором маркетингу з Німеччини <http://surl.li/bkqnjl>, Казахстану <http://surl.li/hcrgca> та внутрішньої академічної мобільності <http://surl.li/swxsei>. Відповідно до рекомендацій стейкхолдерів та вимог світових тенденцій, висловлюються пропозиції щодо удосконалення ОПП і оновлюється зміст ОК, проводяться опитування. Проведення заходів у такому форматі зацікавлює здобувачів та дозволяє більш ґрунтовно дослідити проблеми сучасного маркетингу, отримати передачу досвіду та знань, консультації від професіоналів-практиків.

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

В НТУ «ХПІ» налагоджена система професійного розвитку (підвищення кваліфікації) викладачів, яка забезпечує організацію та проходження викладачами підвищення кваліфікації не рідше ніж 1 раз на 5 років відповідно до законодавства України. «Положення про підвищення кваліфікації педагогічних і НП працівників Університету» <http://surl.li/fqzjgk>. Також НТУ «ХПІ» залучає до освітнього процесу наукових фахівців з досвідом науково-дослідної роботи; проводить наукові конференції <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/conf2024/>, семінари, круглі столи <http://surl.li/mncrjz>, науково-технічне співробітництво та наукове консультування <http://surl.li/ddrghx>, програми співпраці з іншими організаціями <http://surl.li/vkzrsq>, ЗВО, у тому числі міжнародними <http://surl.li/ciejtq>, програми підвищення професійної кваліфікації по ЗВО для НПП кафедри через реалізацію програм академічної мобільності <http://surl.li/zpjnln>. Викладачі НТУ «ХПІ» мають можливість отримати дипломи рівня B2 з англійської мови, а також проходять стажування за кордоном <http://surl.li/xldfzd>. Рівень їх професіоналізму підтверджується через проведення відкритих занять <http://surl.li/edpidx>, рейтингу НППта кафедри маркетингу <https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/yakist-osvity/rejtyng-npp-ta-kafedr/>

Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності

Система заохочення викладачів за досягнення у фаховій сфері відбувається згідно із Колективним договором між адміністрацією НТУ «ХПІ» та комітетом первинної профспілкової організації працівників (<https://public.kpi.kharkov.ua/wp-content/uploads/2021/09/KD-NTU-HPI-2021-2025-s-dodatkami.pdf>). До матеріальних форм заохочення належать преміювання; матеріальне стимулювання наукової діяльності викладачів за публікацію SCOPUS та Web Of Science, за захист дисертації (керівнику та аспіранту), а також додаткове матеріальне стимулювання викладачів за викладання англійською мовою. Нематеріальне заохочення відбувається шляхом нагородження державними нагородами, грамотами та подяками (наприклад, Заруба В.Я. «Відмінник народної освіти», подяки: Райко Д.В. з нагоди 135 річчя НТУ «ХПІ» ХПІ (29.01.2021р.,) Райко Д.В. за внесок у розвиток освіти і науки (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/vitayemo-dianu-rajko/>) (25.05.2024).

Протягом останніх 2022-2024 років всі викладачі ОПП отримували премії за професійні досягнення.

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

НТУ «ХПІ» має розвинену сучасну матеріально-технічну базу, що забезпечує потреби навчального процесу, наукової роботи та є достатнім для подальшого розвитку самого ЗВО та ОПП. У навчальному процесі університету одночасно задіяно 211 аудиторій і лабораторій площею 78994 кв. Комп'ютерні лабораторії університету розташовані на площі 4901 кв. Університет має 160 мультимедійних проєкторів. Науково-технічна бібліотека НТУ «ХПІ» (площа 7018,9м²) має 9 читальних залів, кількість посадкових місць – 194, з них 50 – робочі місця при абонентах; у бібліотеці фондів навчальної літератури за обсягом 800904 примірників, наукової літератури – 493736 примірників. У розпорядженні кафедри маркетингу знаходяться приміщення площею 243,9кв.м: 2 комп'ютерних класів 67,0 кв.м; кількість комп'ютерів 29 з сучасною інформаційно-комунікаційною технологією Office 365 з інструментами управління командами, корпоративною поштою <http://surl.li/oztmeu>, 2 ноутбуки, 2 мультимедійних проєктори, 1 інтерактивна дошка. ОПП забезпечено силабусами та НМКД <http://surl.li/aegpfa>, підручниками, посібниками, монографіями кафедри <http://surl.li/yiyzuu>, наповненість репозитарію більше ніж 100 робіт <http://surl.li/danine>, сучасними виданнями України <http://surl.li/gfpryo>.

Соціальна інфраструктура: 15 гуртожитків, медпункт, Палац студентів НТУ «ХПІ», спортивний комплекс «Політехнік», буфети, їдальня.

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

На базі НТУ «ХПІ» створено освітнє середовище для задоволення потреб та інтересів здобувачів та НПП ОПП: сучасна НТ бібліотека з вільним доступом до Інтернету, репозиторій <http://repository.kpi.kharkov.ua>, електронний каталог повнотекстових баз, бази даних Scopus, Web of Science <http://library.kpi.kharkov.ua/>; сучасні засоби візуалізації та інформатизації Office 365, іструменти створення команд для реалізації ОК, АСУ НП, АСУ кафедри, особисті електронні кабінети здобувачів/викладачів, корпоративна пошта <http://surl.li/vkueeb>, тренінговий стартап центр Spark НТУ ХПІ <http://surl.li/wqpxog>, де здобувачі ОПП в рамках стартап проєктів працюють з реальним бізнесом <http://surl.li/mejrgc>. Першочергові інформаційні ресурси, потрібні для навчання доступні також на сайті інституту <https://web.kpi.kharkov.ua/emmb/> та кафедри <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/>. Освітнє середовище НТУ «ХПІ» включає: соціально-побутову інфраструктуру (гуртожитки), їдальні, кафе, кафедру фізичного виховання <https://web.kpi.kharkov.ua/sport/uk/>; первинну профспілкову організацію студентів <https://profkom-khpi.org/>. Потреби та інтереси здобувачів вищої освіти належним чином виявляються під час співпраці ЗВО з органами студентського самоврядування. В НТУ «ХПІ» діють OCC StudHeads та «Студентський Альянс» <http://surl.li/adeltz>.

Для врахування потреб та інтересів здобувачів вищої освіти проводиться їх опитування на рівні університету та кафедр <http://surl.li/abvbgf>

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

Задоволення потреб здобувачів та викладачів ОПП соціально-побутовими умовами реалізується за допомогою Палацу студентів <https://bit.ly/32rpYRf>, спортивного центру «Політехнік» (<https://bit.ly/36LLYKa>), спортивно-оздоровчого табору. Питанням щодо догляду за здоров'ям, захистом психічного здоров'я, соціального благополуччя здобувачів та НПП, НДП університету займається як медичний пункт (<http://surl.li/wjesqe>), так і створена соціально-психологічна служба <http://surl.li/pijgae>. В університеті створена система управління безпекою життєдіяльності (наказ № 491 ОД від «27» грудня 2023 р.). Регулярно здійснюються інструктажі з техніки безпеки, навчання та безпеки життєдіяльності <http://library.kpi.kharkov.ua/en/node/21919>, відбувається систематичний контроль за дотримання вимог чинного законодавства з питань охорони праці.

Також у ЗВО існує безперешкодний доступ до навчальних корпусів для осіб з особливими потребами <https://public.kpi.kharkov.ua/administrativna-diyalnist/dlya-osib-z-osoblivimi-osvitnimi-potrebami/>

В умовах воєнного часу для гарантування безпеки облаштовані укриття у корпусах, які відповідають нормативним вимогам <https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/2023/04/04/bomboshovyshhe/>.

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

Механізми складових освітньої та організаційної підтримки здобувачів включає: вільний доступ до основних складових навчального процесу <http://surl.li/shrxto>, силабусів та НМКД <http://surl.li/yolgjb>, Кафедра маркетингу має свій веб-сайт <http://surl.li/umohwl> та профілі в соціальних мережах Інстаграм <http://surl.li/ifseiw> та Фейсбук <http://surl.li/hwofsw>

Інформаційна підтримка: сучасні інформаційно-комунікаційні технології - Office 365, команди ОК, корпоративна пошта, особисті кабінети <http://surl.li/kwfczu>. Фонди бібліотеки включають паперові та електронні видання, архіви

<http://surl.li/ohwzcm>

Консультативна підтримка: дирекція ННІ ЕММБ <https://web.kpi.kharkov.ua/emmb/>, завідувачка кафедри, гарант ОПП та куратори, викладачі. В університеті використовується зручна електронна форма розкладу занять

<http://surl.li/fjvzym>

Соціальна: профспілкова організація студентів НТУ «ХПІ» <https://profkom-khpi.org/>, OCC «Студентський Альянс» <http://surl.li/adeltz>

Підтримка фізичного та психологічного здоров'я: соціально-психологічна служба НТУ «ХПІ» <http://surl.li/dvlfkm>

Опитування здобувачів ОПП <http://surl.li/xhwoxx> свідчать про задоволення ОПП. Пропозиції щодо удосконалення в ОПП були враховані, про що свідчать протоколи засідань кафедри, та Таблиці змін до ОПП <http://surl.li/ifoai>

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

Створення достатніх умов для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами декларується: «Порядок супроводу осіб з обмеженими фізичними можливостями та інших маломобільних груп населення на території НТУ «ХПІ»» <http://surl.li/hurzvw> та процедури щодо реалізації прав цих категорій, які прописані в правилах прийому до НТУ «ХПІ» (http://vstup.kpi.kharkov.ua/admission/admission_rules/). Корпуси частково обладнані пандусами та ліфтами, а також є підземне укриття (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/tag/ukryttya/>), що дає можливість здобувачам з обмеженими можливостями навчатися на ОПП. Детальна інформація про доступність наведена на сайті: (<https://public.kpi.kharkov.ua/administrativnadiyalnist/dlya-osib-z-osoblivimi-osvitnimi-potrebami/>) На даній ОПП таких здобувачів вищої освіти не навчалось.

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

Для всіх учасників освітнього процесу у НТУ «ХПІ» визначено політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (включаючи пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією): «Кодекс етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ» <http://surl.li/ucqvzr>, «Порядок розгляду скарг здобувачів вищої освіти у НТУ «ХПІ», «Порядок подання та розгляду заяв про випадки булінгу (цькування), реагування на доведені випадки булінгу (цькування) у НТУ «ХПІ»» <http://surl.li/illxsd>. Здобувачі, НПП ОПП мають право звернутися до ректора, проректора, директора інституту зі скаргою стосовно вищезазначених питань ситуацій та знайти підтримку у соціально - психологічній службі НТУ «ХПІ» <http://surl.li/dvlfkm>
Згідно витягу з протоколу № 3 засідання вченої ради НТУ «ХПІ» в університеті затверджено Антикорупційну програму <http://surl.li/peekwh>

Про відсутність такого на ОПП свідчать результати опитування здобувачів ОПП (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>). Також, університетом постійно проводяться опитування, спрямовані на підвищення рівня обізнаності НПП та здобувачів щодо попередження сексуальних домагань за допомогою анонімного електронного опитування (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/yakist-osvity/opytuvannya/>)

Під час реалізації ОПП випадків подібних конфліктних ситуацій не було.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

На вебсайті кафедри маркетингу наведені посилання на основні положення, у тому числі і щодо процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП

<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/vnutrishni-dokumenty-ntu-hpi/>

У процесі формування, затвердження, контролю та періодичного перегляду освітньо-наукових програм у Національному технічному університеті "Харківський політехнічний інститут" (НТУ «ХПІ») дотримуються внутрішніх стандартів, таких як: "Положення про організацію навчального процесу в НТУ «ХПІ» (<http://surl.li/yqluxo>); Методичні рекомендації щодо процедур формування, затвердження, контролю та періодичного перегляду освітніх програм і відповідності цим вимогам діючих ОПП в НТУ «ХПІ» контролюються відділом забезпечення якості освітньої діяльності: (<https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/dokumenty/normativni-dokumenty/>)

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

Оновлення та аналіз освітньо-професійних програм (ОПП) у Національному технічному університеті "Харківський політехнічний інститут" проводиться відповідно до методичних рекомендацій, щодо порядку розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм в НТУ «ХПІ» <https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/dokumenty/normativni-dokumenty/>. Ці процеси виконуються щорічно

відповідно до встановленої періодичності. ОПП розробляються та оновлюються спеціальною робочою групою з урахуванням пропозицій різних зацікавлених сторін, таких як студенти, випускники, роботодавці, НПП, академічної спільноти тощо. Після схвалення на кафедральних, інститутських і університетських засіданнях, ОПП погоджується з проректором з наукової роботи та затверджується вченою радою університету. Оновлення ОПП може бути зумовлене різними факторами, такими як прийняття нових стандартів вищої освіти, ініціатива гаранта програми або стейкхолдерів, результати оцінювання якості освіти: <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/> чи зміни умов її реалізації.

Так, при оновленні ОПП Маркетинг у 2024 році в результаті обговорення робочою групою та з урахуванням пропозицій стейкхолдерів були внесені зміни в таблиці <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>. З плану було прибрано вибіркові блоки за профільною підготовкою «Рекламний бізнес» та «Маркетинговий менеджмент» (ОПП 2023), що розширює можливості індивідуальної траєкторії вибору здобувача. Включено до НП блоків вибіркових ОК загального спрямування: «Українознавчі ОК», «ОК психологічного спрямування», «ОК правового спрямування». До переліку вибіркових ОК було додано «Тайм-менеджмент» «Соціальна відповідальність бізнесу», а до тематики обов'язкових ОК внесено теми, що враховують особливості роботи в умовах багатозадачності (ЗП1, СП2). Також обов'язкова ОК СП6 «Communications and negotiations») в ОПП 2024 буде викладатись англійською, що враховує важливість набуття soft-skills при отриманні освіти. СП7 «Управління результативністю маркетингової діяльності» з переліку вибіркових ОК перенесено до обов'язкових

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

Учасники освітнього процесу, зокрема здобувачі ОПП, приймають активну участь у процесі регулярного перегляду ОПП через розширені засідання робочих груп, кафедральні наради, де розглядаються та обговорюються пропозиції щодо поліпшення ОПП та розвитку системи забезпечення якості освіти. Також вони беруть участь у засіданнях Вченої ради інституту та університету, органах громадського самоврядування університету, органів студентського самоврядування та шляхом анкетування <http://surl.li/uvbjuj>

Згідно з пропозиціями стейкхолдерів у ОПП 2024 року були внесені зміни: додано до переліку вибіркових ОК ОКВП1 «International marketing», eng, ОКВП10 «Тайм менеджмент» ОКВП12 «Соціальна відповідальність бізнесу», додано окремі лекційні теми та практичні заняття до деяких ОК (ЗП1, СП2, СП5, ОКВП2, ОКВП10) з напрямку «Робота в умовах багатозадачності». Обов'язкова ОК СП6 Communications and negotiations» буде викладатись англійською і тим самим враховуватиме soft skills (Таблиця змін до ОПП: <http://surl.li/nfltze>). Згідно з результатами опитування, протягом періоду з 2022 по 2023 роки, було посилено процес набуття практичних навичок та участь у дослідницьких проєктах, що знайшло відображення у створенні освітнього проєкту "Практикум з маркетингу в НТУ «ХПІ»" у жовтні 2022 року. Цей проєкт включає в себе проведення майстер-класів, гостьових лекцій та тренінгів з використанням експертів як з України, так і з-за кордону і продовжує своє існування і сьогодні <http://surl.li/jwgohu>

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

Органи студентського самоврядування: Студентський Альянс НТУ «ХПІ» <https://web.kpi.kharkov.ua/studalliance/>, «Профспілкова організація студентів» (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/studentske-zhittya/profspilkova-organizatsiya-studentiv/>) та Рада молодих вчених НТУ «ХПІ»: <https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/rmv/> є ключовими структурами, відповідно до Статуту НТУ «ХПІ»: <https://public.kpi.kharkov.ua/administrativna-diyalnist/statut/>, що входять до числа колегіальних органів управління та громадського самоврядування університету, які допомагають забезпечувати якість ОП. Представники цих органів активно беруть участь у забезпеченні якості освіти, зокрема, при обговоренні, затвердженні та перегляді ОПП, створенні нових ОПП, розробці стратегій розвитку якості освіти. Представники цих органів беруть участь у вирішенні питань, що стосуються вдосконалення освітнього процесу та науково-дослідної роботи, організації конференцій для молодих вчених та інших заходів. Питання перегляду ОПП розглядаються на засіданнях вчених рад інституту та університету, на яких також присутні представники студентського самоврядування, студентського Альянсу та Ради молодих вчених НТУ «ХПІ». Процес погодження та моніторингу ОПП здійснюється з урахуванням думки Ради молодих вчених НТУ «ХПІ»

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

Відповідно до стратегії розвитку університету щодо партнерських відносин системи «університет-бізнес-держава», залучаються до процедури щорічного перегляду ОПП як здобувачі, в якості партнерів, так і випускники кафедри маркетингу, які є представниками МА та РА. На зустрічах під час обговорення ОПП, надання рецензій приймають участь Адашевський І. (директор «Adashevsky Consulting Group»), Анопа А.С. (Компанія «Empire State Crew Ukraine» (Україна – США)), ФОП «Анопа А.С.», Ананьїна М.В. (ДУ «Фонд енергоефективності», маркетолог), Індик Ю. (директор МА «Krasivo Group»), Трофіменко С. (менеджер з маркетингу в компанії «AUTO1Group», (Німеччина)), Нагорний К. (директор «Money Gets», Чумак Я. (РА Defense), та інші. В результаті співпраці підписано договори про проходження переддипломної практики (РА Defense, Money Gets) та проходить освітній проєкту «Практикум маркетингу в НТУ «ХПІ»» (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>)

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

У НТУ «ХПІ» діє Центр "Кар'єра" (<http://career.kharkov.ua/>), який організовує регулярні заходи з працевлаштування та сприяє зміцненню зв'язків між випускниками, здобувачами та роботодавцями. Також на базі Громадської

Організації "Асоціація випускників НТУ «ХПІ»" (<https://alumni.kpi.kharkov.ua/>) створено ініціативи, що сприяють налагодженню та розширенню мережі професійних знайомств, а також покращенню співпраці між випускниками, здобувачами та НПП університету. Кафедра постійно контролює ситуацію з працевлаштуванням випускників, приймає участь в заходах, які проводить Центр «Кар'єра» (наприклад, Ярмарка вакансій) Кафедра маркетингу через власні канали комунікації: сторінки Facebook та Instagram, а також власний сайт <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/>, <https://www.facebook.com/marketing.KhPI>, <https://www.instagram.com/marketingntukhpi/>) відбудовує особисті зв'язки з випускниками та слідкує за їх подальшою траєкторією працевлаштування <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/category/vypuskyky/>

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

Відповідно до офіційних документів НТУ "ХПІ" (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/wp-content/uploads/sites/25/2018/06/NASTANOVA-SHHODO-YAKOSTI.pdf>) у рамках забезпечення якості освіти були проведені наступні дії: для здобувачів надання можливості обрати індивідуальний підхід до навчання у межах спеціальності, опитування здобувачів (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>) за результатами яких, вносяться зміни в ОП, . Протягом чинності ОПП під час проведених опитувань, здобувачі не відмітили суттєвих недоліків в освітній діяльності. Для викладачів – контроль діяльності НПП у вигляді опитувань здобувачів (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>), обговорення діяльності НПП на засіданнях кафедри, засіданнях групи забезпечення, підвищення кваліфікації, участь у конференціях і поліпшення педагогічних навичок. Для стейкхолдерів: участь у громадських обговореннях, майстер-класах, лекціях та інших заходах <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/category/novynu/>). Також здійснення процедури внутрішнього забезпечення якості відбувається через впровадження заходів для виявлення та запобігання академічному плагіату, що описані у документі (http://library.kpi.kharkov.ua/files/documents/code_ethics.pdf). В ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості за час її реалізації недоліків не виявлено

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

Рекомендації акредитації МОН України (2015 р.) з удосконалення ОПП «Маркетинг»: посилення зв'язку з підприємствами для збільшення НДР та публікацій здобувачів; створення власної бази даних результатів НДР для практичних занять, курсових, випускних робіт; підготовки фахівців до сучасних потреб ринку з залученням випускників для роботи на кафедрі; оновлення технічних засобів навчання за досягненням НТП. Розробляються плани заходів щодо реагування на рекомендації, які виконуються, що було підтверджено пройденою акредитацією у 2023-2024 н.р. ОНП «Маркетинг» за третім рівнем здобуття ВО (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/kafedra-marketyngu-uspishno-projshla-akredytatsiyu/>): створено кафедру маркетингу; укладені договори про співпрацю з ЗВО (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/dogovory-pro-spiivpratsyu/>), практиками РА та МА; роботодавцями вітчизняними та закордонними AERO-IMMOBILIERE DE MANAGEMENT ET D'ENTREPOTS (Франція) та PROCOPTERE AVIATION (Франція) (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/naukova-robota/>); науково-дослідницькі проекти: «Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України» (0123U103225), «Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці» (0123U103232), «Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства» (0123U103215), госпдоговірні теми «Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах маркетингу» (0123U100896), «Новітні технології маркетингу та їх специфіка в діяльності підприємств України» (0124U001510), проведення міжнародної науково-практичної конференції кафедрою маркетингу «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України» (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/conf2024/>); освітній проект «Практикум з маркетингу в НТУ «ХПІ»» (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/praktykum-z-marketyngu/>) з вітчизняними та зарубіжними професіоналами-практиками та випускниками кафедри, організація літньої, осінньої школи стажування (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/litnye-stazhuvannya-z-marketyngu/>); реалізація стартап проекту з бізнес-партнерами (<https://www.kpi.kharkov.ua/ukr/tag/startap-tsentr-spark/>); створення 2 комп'ютерних аудиторій

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

Академічна спільнота (Лилик І.В. (Президент ГО «Української асоціації маркетингу»), Dr.Nagy Szabolcs (Head of Department of Marketing and Tourism University of Miskolc, Hungary), Sebastian Zips (Profesor of Marketing, University of applied sciences Hochschule Zittau, Görlitz, Germany), Assem Abdunurova (Associate professor of the Kazakh-Germany University, Kazakhstan) активно залучається до процедур внутрішнього забезпечення якості ОПП та сприяє моніторингу змісту та результатів навчання, перегляду та наповнення ОК: процедури громадського обговорення ОПП (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/gromadske-obgovorennya/>); опитування здобувачів та оприлюднення результатів на сайті кафедри маркетингу (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>); проведення освітнього проекту «Практикум маркетингу в НТУ «ХПІ»»; <http://surl.li/tzadnd>, Казахстану (<http://surl.li/hcrgca>) для викладання циклів занять; проведення наукових заходів, заходів з популяризації академічної доброчесності (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichnadobrochesnist/>); забезпечення підвищення кваліфікації НПП (укладання угод про співпрацю (<http://surl.li/ksekxu>), участі у програмах обміну (<http://surl.li/gvwpim>), стажування з реальної академічної мобільності (<http://surl.li/ntbgju>, <http://surl.li/lbirfp>))

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

Культура якості в університеті забезпечується шляхом реалізації спільних цінностей, мети та завдань, зобов'язань відносно якості освіти та корпоративної етики. Досягнення мети забезпечення якості вищої освіти в університеті відбувається шляхом взаємодії основних інституційних рівнів системи забезпечення якості освіти у НТУ «ХПІ». Основні інституційні рівні системи забезпечення якості освіти у НТУ «ХПІ», що формується при розробці, затвердженні, моніторингу та періодичному перегляді освітніх програм, здійснюються на локальному та загальноуніверситетському рівні, де відповідальність покладається на взаємопов'язані структурні підрозділи, які і забезпечують якість освітньої діяльності та якість вищої освіти університету шляхом реалізації покладених на них функцій є: кафедра (<http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>); Вчена рада ННІ ЕММБ НТУ «ХПІ»; Методичний відділ університету <https://bit.ly/4b4UbKD>, Навчальний відділ <https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/>; Відділ забезпечення якості освітньої діяльності (<http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/quality/>), Вчена рада НТУ «ХПІ»

9. Прозорість і публічність

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

Основними документами, що регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу є: Статут НТУ «ХПІ» <https://bit.ly/3arTJa1>; Правила внутрішнього розпорядку <https://bit.ly/2ygtGUt>; Положення про організацію освітнього процесу <http://surl.li/yqluxo>; Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в НТУ «ХПІ» <https://bit.ly/3wwOJfx>; Правила поведінки здобувачів освіти НТУ «ХПІ» Положення про академічну мобільність студентів, аспірантів, докторантів, науково-педагогічних та наукових працівників університету; Положення про критерії та систему оцінювання знань та вмінь і про рейтинг студентів <http://surl.li/hakxao> тощо. Всі нормативні документи та положення, які регулюють права та обов'язки учасників освітнього процесу, своєчасно оприлюднюються на сайті Університету та у розділах відповідних структурних підрозділів (<https://bit.ly/4b4UbKD>, <https://bit.ly/48Izovy>).

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

адреса вебсторінки <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/>

На сайті кафедри маркетингу щорічно для ознайомлення та проведення громадського обговорення оприлюднюється інформація про Проєкт освітньої програми (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/gromadske-obgovorennya/>). Пропозиції та зауваження щодо модернізації освітніх програм пропонується надсилати на корпоративну електронну пошту Гаранта, а також за допомогою заповнення анкети.

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

адреса вебсторінки <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/osvitni-programy-kafedry/>

Затверджені освітні програми за спеціальністю 075 Маркетинг, а також Таблиці змін, внесених до проєктів освітніх програм за результатами громадського обговорення, зустрічей зі стейкхолдерами, опитувань здобувачів та НПП розміщено на офіційному сайті кафедри маркетингу (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>). На сторінці <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-magistriv/> розміщено Силабуси обов'язкових та вибіркових ОК.

Інформація про можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/indyvidualna-trayektoriya/>

Затверджені освітні програми за спеціальністю 075 Маркетинг, а також Таблиці змін, внесених до проєктів освітніх програм за результатами громадського обговорення, зустрічей зі стейкхолдерами, опитувань здобувачів та НПП розміщено на офіційному сайті кафедри маркетингу (<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/monitoryng-yakosti-osvity/>). На сторінці <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/sylabusy-dystsyplin-magistriv/> розміщено Силабуси обов'язкових та вибіркових дисциплін.

Інформація про можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/indyvidualna-trayektoriya/>

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони:

- цілі та ПРН ОПП відповідають Стандарту ВО, Стратегії розвитку України, повоєнного розвитку галузей регіону, розвитку напрямів теорії і практики сучасного маркетингу
 - НТУ ХПІ є класичним університетом дослідницького типу, а ОПП є прикладною практикоорієнтованою програмою в рамках реалізації партнерських відносин «університет-бізнес-держава»
 - широкий спектр укладених договорів про співпрацю з ЗВО, роботодавцями, практиками <http://surl.li/hyxwxv>
 - реалізація стартап проекту з залученням фахівців з бізнесу <http://surl.li/spmnva> на базі Startup центру НТУ «ХПІ», та залучення вітчизняних та зарубіжних професіоналів-практиків до освітнього проекту «Практикуму з маркетингу в НТУ «ХПІ»» <http://surl.li/pifufs> для забезпечення практикоорієнтованого підходу та створення індивідуальної траєкторії навчання
 - Практична спрямованість освіти, залученість магістрантів у спільні прикладні дослідження <http://surl.li/zfddyi>, залучення фахівців з бізнесу до проведення гостьових лекцій, суттєвий акцент на практичній спрямованості курсових і випускних робіт
 - організація навчання за допомогою Microsoft Teams (команди ОК ОПП), що є частиною пакету Office 365
 - наявність унікальної системи для НТУ «ХПІ» з АСУ НІ, АСУ кафедри, особистими кабінетами здобувачів та НПП
 - наявність комп'ютерних аудиторій кафедри маркетингу для проведення практичних занять і реалізації задач, які потребують застосування економіко-математичного апарату;
 - створення можливостей щодо наукової реалізації потенціалу здобувачів ОПП у науково-дослідницьких проєктах кафедри: <http://surl.li/pkdfqw>
 - проведення міжнародної науково-практичної конференції кафедрою маркетингу «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України» <http://surl.li/czzvyt>
 - наявність можливостей для академічної мобільності та міжнародних стажувань <http://surl.li/zgjjkc>
 - проведення Літньої, Осінньої школи стажування <http://surl.li/eiacza> з метою підвищення рівня набуття практичних навичок здобувачів та подальшим працевлаштуванням у МА та РА <http://surl.li/zaeafx>
 - проведення циклів позааудиторних лекцій з запрошеними закордонним лекторами з ЗВО Німеччини <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/tsykl-onlajn-lektsij-globalnyj-marketynng/>, Казахстану <https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/lektsiya-asem-abdunurovoyi/>
 - високий професіоналізм НПП ОПП <http://surl.li/qcvkqt>, серед яких 5 докторів наук, публікаційна активність у виданнях наукометричних баз даних Scopus, Web of Science, академічна мобільність НПП кафедри та наявність мовних сертифікатів B2 всіх НПП кафедри, що дозволяє створення двомовного (українською та англійською) контенту, підвищення професійної кваліфікації
- Слабкі сторони:
- відсутність реальної міжнародної академічної мобільності здобувачів, існування поки що віртуального освітнього простору;
 - відсутність запровадження дуальної освіти;
 - відсутність участі у міжнародних наукових проєктах та програмах

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

Перспективними напрямками розвитку ОНП «Маркетинг» є:

- Постійна актуалізація змісту освітніх компонент відповідно до розвитку економічної науки, результатів досліджень, що проводить кафедра і провідні інституції у світі, потреб ринку праці для формування актуальних компетентностей випускників;
- Запровадження дуальної форми навчання, розширення діапазону застосування неформальної та дистанційної освіти.
- Розширення міжнародних обмінів та інтеграція навчання у світовий науковий і освітній простір.
- Розширення бази партнерів для проведення науково-дослідних практик. Розвиток зв'язків з аналітичними маркетинговими агенціями в Україні і світі.
- Посилення співробітництва з вітчизняними і іноземними університетами.
- Підвищення якості підготовки здобувачів та викладачів ОПП «Маркетинг» шляхом розширення можливостей використання віртуального освітнього простору шляхом співпраці з академічним середовищем зарубіжних партнерів, тобто залучення експертів галузі до аудиторних занять (університети Німеччини, Словенії, Польщі, Болгарії та іншими);
- Активізація роботи щодо розширення участі здобувачів та викладачів ОПП в програмах віртуальної та реальної міжнародної академічної мобільності та грантових програмах як вже з існуючими партнерами, так і розвитку подальшого співробітництва з роботодавцями та зарубіжними партнерами (університетами Словенії, Польщі, Італії, Угорщини та іншими);
- розширення можливості ОПП щодо постійного контингенту закордонних здобувачів;;
- Продовження на постійній основі функціонування практичної підготовки з рекламним та маркетинговими агенствами та освітнього проєкту «Практикуму з маркетингу в НТУ «ХПІ»», започаткованого у 2022 році
- Вивчення та впровадження в освітній процес підходів щодо модернізації навчання, інноваційних технологій та оцінювання.

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

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

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

Додатки:

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

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

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

Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом/кваліфікованою електронною печаткою.

Інформація про КЕП

ПІБ:

Дата:

Таблиця 1. Інформація про освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид освітнього компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Attestation	підсумкова атестація	<i>Attestation_2024_eng.pdf</i>	5Zk+n+biMqnkX+zyAVXD0AX9SVayOglF1vEh1VbAqY=	Аудиторія кафедри маркетингу 605 У2, ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), проектор EPSON, екран Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Calendar - PowerPoint - Word
Атестація	підсумкова атестація	<i>Силабус_ атестація (магістр) 2024.pdf</i>	2lT0rl6sWsBeE3ForHLd/+uZgUOUErjAQkG+MNwynTE=	Аудиторія кафедри маркетингу 605 У2, ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), проектор EPSON, екран Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Calendar - PowerPoint - Word
Pre-diploma Practice	практика	<i>PP1_2024_eng.pdf</i>	bn4kySHAGM4dy1g4ihLqOeO+z8wIXMt0tOvHPXodllc=	Аудиторія кафедри маркетингу 605 У2, ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), проектор EPSON, екран Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Calendar - PowerPoint - Word
Переддипломна практика	практика	<i>Силабус_ Переддипломна (магістр) 2024.pdf</i>	O9OW/G98E7lC1+Q1xACHvouFNcPr7Aow6vs7Fj2uffU=	Аудиторія кафедри маркетингу 605 У2, ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), проектор EPSON, екран Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Calendar - PowerPoint - Word
Marketing effectiveness managemen	навчальна дисципліна	<i>ST7 Marketing effectiveness management_2024.pdf</i>	Be0/v4d9mKuaMIDExES2YcAJZoR6xG9bTXIUw4JnoY=	Аудиторія кафедри маркетингу 604 У2(лаб.), ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), Проектор EPSON, мультимедійна дошка Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel 2. You Tube
Управління результативністю маркетингової діяльності	навчальна дисципліна	<i>СП 7 УРМД_2024.pdf</i>	3eyvTxLlLDYwS9Zsav16npYgmfm1g2dCIB1nbgGR8/8=	Аудиторія кафедри маркетингу 604 У2(лаб.), ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), Проектор EPSON, мультимедійна дошка Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel 2. You Tube
Communications and negotiations	навчальна дисципліна	<i>ST6 Communications and negotiations_2024.pdf</i>	biC3jsCwg9Az3jETgZiQTJiliA9oCgo3lG97pFJfyQ=	Аудиторія бібліотеки 63 (лаб.), аудиторії кафедри маркетингу ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), Проектор EPSON Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - PowerPoint - Word - Команда Teams; - Excel 2. YouTube
Communications and negotiations	навчальна дисципліна	<i>СП 6 Communications and negotiations_2024.pdf</i>	DNIWtf+5k9LA87Wl166zsP4F+ZsUsobYyBec3/iSfbM=	Аудиторія бібліотеки 63 (лаб.), аудиторії кафедри маркетингу ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), Проектор EPSON Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - PowerPoint - Word - Команда Teams; - Excel 2. YouTube
Project management in marketing	навчальна дисципліна	<i>ST5 Project management in marketing_2024.pdf</i>	P2VshgUG3Z6mhwOrU3Rea+rCFVdWKBoOTl8Q/GKR9Zo=	Аудиторія кафедри 719 У2 (лаб.) ПК (LG 22MP55D-P 22", Intel Core i5 4440 (14 шт., 2014 р.), Windows 10 Education (Academic Open License)) Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Команда Teams;
Проектний менеджмент у маркетингу	навчальна дисципліна	<i>СП 5 Проектний менеджмент у маркетингу_2024.pdf</i>	SHHe8OiDaC8X5+8dXs/LUHp5/FgSEhhiSfigvRToYU=	Аудиторія кафедри 719 У2 (лаб.) ПК (LG 22MP55D-P 22", Intel Core i5 4440 (14 шт., 2014 р.), Windows 10 Education

				(Academic Open License)) Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel Команда Teams
Management of innovative development	навчальна дисципліна	ST4 Management of innovative development_2024.pdf	tJwigHeOM8nMwJpADHxtcHYzE UjfdKcKjfrWOBjzWeA=	Аудиторія кафедри маркетингу 605 У2, ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), проектор EPSON, екран Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word
Brand management	навчальна дисципліна	ST3 Brand Management_2024.pdf	SoFWFhlW82RUGoFfHqmQKOitM yQkVkbtejdJ+IVryfc=	Аудиторія кафедри маркетингу 617 У2, ПК (Philips 227e 22", Intel Core i5 4690k (14 шт., 2017 р.), Windows 10 Education (Academic Open License)) Під час on-line навчання використовується програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams; - Outlook; - Calendar; - Forms; - PowerPoint; - Команда Teams; 2. Навчальна платформа Prometheus.
Бренд менеджмент	навчальна дисципліна	СП 3 Бренд-менеджмент_2024.pdf	KyJKu6s5ivqMjgpkRbYSg1lb2dMkQ CMnG7fcz858mc=	Аудиторія кафедри маркетингу 617 У2, ПК (Philips 227e 22", Intel Core i5 4690k (14 шт., 2017 р.), Windows 10 Education (Academic Open License)) Під час on-line навчання використовується програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams; - Outlook; - Calendar; - Forms; - PowerPoint; - Команда Teams; 2. Навчальна платформа Prometheus
Relationship marketing	навчальна дисципліна	ST2 Marketing Relationship_2024.pdf	iJU2noe7RyHBKpV/9iFgDhMXiJS gRlQqzNh4YXA88=	Аудиторія кафедри маркетингу 605 У2, ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), Проектор EPSON, екран Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - PowerPoint - Word - Excel - One Drive - команда Teams - дошка Teams
Маркетинг відносин	навчальна дисципліна	СП 2 маркетинг відносин_2024.pdf	dECU4HpQnj9oBsG9uFbpHNITxb U2VSmtXclRVNwyW1=	Аудиторія кафедри маркетингу 605 У2, ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), Проектор EPSON, екран Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - PowerPoint - Word - Excel - One Drive - команда Teams - дошка Teams
Strategic marketing	навчальна дисципліна	ST1 Strategic marketing_2024.pdf	Rvbt45fM18qBhH+C+OPfBarJLgu Yi3FTunlAO25j/2l=	Аудиторія бібліотеки 69, ПК (Windows 10 Education (Academic Open License)) Проектор EPSON, мультимедіа дошка Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Mirror
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	СП 1 Стратегічний Маркетинг_2024.pdf	ZtDD7xj8gVnoSz9ivZfihnrFCYtaPg gUBoPOF34n9Eg=	Аудиторія бібліотеки 69, ПК (Windows 10 Education (Academic Open License)) Проектор EPSON, мультимедіа дошка Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel - Mirror
Data analysis tools	навчальна дисципліна	GT2 Data analysis__syllabus 2024.pdf	zctlRuhdGtFc8mxWsc6TSvLO+8o6 MkMoNoLAeR9X2yk=	Аудиторія кафедри 517 У2(лаб.) ПК (Philips 227e 22", Intel Core i5 4690k (14 шт., 2017 р.) Windows 10 Education (Academic Open License)) Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel 2. YouTube 3. Google Analytics

Засоби аналізу даних	навчальна дисципліна	ЗП 2 Засоби аналізу даних 2024.pdf	aqKl+2++h3BEB4cU8lWFcS2rAfoBq8E5GOSdAuZBCJo=	Аудиторія кафедри 517 У2(лаб.) ПК (Philips 227e 22", Intel Core i5 4690k (14 шт., 2017 р.) Windows 10 Education (Academic Open License)) Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel 2. YouTube 3. Google Analytics
Basics of the scientific research	навчальна дисципліна	GT1 Basics of the scientific research_2024.pdf	8qXGwnxpIR/K6p+/DnCs7vAuzPTtwjnC+YXtrmSgPeQ=	Аудиторія кафедри 506 У2 (лекц.) ПК (Intel Core i3-8100 (1 шт., 2018р.)Windows 10 Education (Academic Open License)), проектор EPSON, мультимедіа дошка Під час on-line навчання використовується Програмне забезпечення: 1. Програмне забезпечення Microsoft 365 : - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel
Основи наукових досліджень	навчальна дисципліна	ЗП 1 Основи наукових досліджень_2024.pdf	jVdFpvm064SLLn8H7cBRfxjAqowOxy6+1qRdvGfgYo=	Аудиторія кафедри 506 У2 (лекц.) ПК (Intel Core i3-8100 (1 шт., 2018р.)Windows 10 Education (Academic Open License)), проектор EPSON, мультимедіа дошка Під час on-line навчання використовується Програмне забезпечення: 1. Програмне забезпечення Microsoft 365 : - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word - Excel
Управління інноваційним розвитком	навчальна дисципліна	СП 4 Управління інноваційним розвитком 2024.pdf	otagBNMaHUVjk9qABPIntW8iMD DjPLhL7+pCNU8UeM=	Аудиторія кафедри маркетингу 605 У2 , ноутбук (Windows 10 Education (Academic Open License)), проектор EPSON, екран Під час on-line навчання використовується 1. Програмне забезпечення Microsoft 365: - Teams - Outlook - Calendar - Forms - OneDrive - PowerPoint - Word

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

Таблиця 2. Зведена інформація про відповідність НПП освітнім компонентам

ID викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування відповідності освітньому компоненту (кваліфікація, професійний досвід, наукові публікації)
74494	Ларка Людмила Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом спеціаліста, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2001, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 055107, виданий 14.10.2009, Аттестат доцента 12/ДЦ 030202, виданий 19.01.2012	18	Marketing effectiveness managemen	1) на підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація); к.е.н. із спеціальності економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності): Кандидат економічних наук, 08.00.04-економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Тема дисертації: «Управління асортиментом і параметрами продукції у ринкових умовах», ДК № 055107 від 14.10.2009 р., Міністерство освіти і науки України 2) на підставі наявності щонайменше п'ятих публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Ларка Л.С. Підвищення ефективності управління результативністю маркетингової діяльності підприємства в умовах цифровізації та повосного періоду. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2024. № 1 (326). С. 118 - 122. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/76181 2. Ларка Л.С. Формування портфелю інструментів цифрового маркетингу підприємства в умовах відновлення економіки України. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 6 (324). С. 128 - 132. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/73698 3. Чернобровкіна С.В., Ларка Л.С. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2023. № 4. С. 29 – 32. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71414 4. Ларка Л.С. Маркетингові дослідження як інформаційна основа діагностики маркетингової діяльності

						підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 1. С. 80 – 84. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/64035 5. Ларка І.С. Діагностика ефективності маркетингових досліджень в системі антикризового менеджменту. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. № 6. Т. 1. С. 224 – 227. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61034 Підвищення кваліфікації: 1) Стажування на кафедрі управління персоналом і маркетингу Запорізького національного університету терміном 6 тижнів (180 годин / 6 кредитів) з 19.09.2022 по 29.10.2022 рр., свідоцтво про підвищення кваліфікації (стажування) № ССо2125243/36-22 від 29.10.2022 р.; навчання на загальному курсі англійської мови в освітньому центрі «Volt» з 01.02.2024 р. по 14.06.2024 р. та успішне складання тестів, що підтверджує рівень підготовки B2 (30 годин / 1 кредит), наказ 1138 С від 10.07.2024 р., сертифікат № 240603 від 14.06.2024 р. 2) Сертифікат В2 № 240603 від 14.06.2024р. Відповідність П. 38 Ліц. вимог. П 1, 2, 3, 4, 8, 12, 19 П1 Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Scopus: Arynova Z., Ashirbaeva A., Ustik T., Larka I., Chernysh T., Volkova O. Customs Regulations and Risk Management and Town Planning Marketing on the Way to Smart Cities in the Global Economy. Economic Affairs. 2024. Vol. 69 (Special Issue). P. 317-325. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/76257 (DOI https://doi.org/10.46852/o424-2513.1.2024.33) 2. Ларка І.С. Підвищення результативністю маркетингової діяльності підприємства в умовах цифровізації та повоєнного періоду. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2024. № 1 (326). С. 118 - 122. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/76181 3. Чернобровкіна С.В., Ларка І.С. Діагностика цифрових форм бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПИ". 2023. № 4 . С. 29 – 32. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71414 4. Ларка І.С. Формування портфелю інструментів цифрового маркетингу підприємства в умовах відновлення економіки України. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 6 (324). С. 128 - 132. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/73698 5. Ларка І.С. Маркетингові дослідження як інформаційна основа діагностики маркетингової діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 1. С. 80 – 84. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/64035 П2 Наявність одного патенту на винахід або п'ять деклараційних патентів на винахід чи корисну модель, включаючи секретні, або наявність не менше п'яти свідоцств про реєстрацію авторського права на твір Авторське свідоцтво № 113509 від 29.06.22 на науковий твір "Посиленим потенціалом підприємства за допомогою маркетингових досліджень" Авторське свідоцтво № 113596 від 05.07.22 на науковий твір "Роль маркетингових досліджень у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю компанії" Авторське свідоцтво № 114591 від 01.09.22 на науковий твір "Особливості організації проведення маркетингових досліджень в умовах інформаційного суспільства" Авторське свідоцтво № 114592 від 01.09.22 на науковий твір "Функції маркетингових досліджень на підприємстві" Авторське свідоцтво № 114593 від 01.09.22 на науковий твір "Специфіка проведення кабінетних маркетингових досліджень в мережі Інтернет" ПЗ Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому
--	--	--	--	--	--	---

						числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора) 1. Ларка Л.С. Роль маркетингових досліджень у забезпеченні конкурентоспроможності організацій бізнесу. Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій : кол. монографія. Харків : ТОВ «Оберіг». 2023. С. 319-355. (Авт. внесок – 1,93 ум.арк.) URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606 2. Ларка Л.С. Управління маркетинговими дослідженнями. Маркетингова діяльність підприємств : підр. Харків : ТОВ «Оберіг». 2023. С. 121 – 161. (Авт. внесок – 1,57 ум.арк.) URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62858 П4 Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Конспект лекцій з дисципліни "Управління результативністю маркетингової діяльності" для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 "Маркетинг" / уклад. Л. С. Ларка. Харків : НТУ «ХПІ», 2024. 68 с. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80066 2. Методичні рекомендації до практичних занять, самостійної роботи та виконання індивідуального завдання з дисципліни «Управління результативністю маркетингової діяльності» для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» / уклад. Л. С. Ларка. Харків : НТУ «ХПІ», 2024. 40 с. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80063 3. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг в антикризовому менеджменті» для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» / уклад. Л. С. Ларка. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 60 с. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72601 4. Методичні рекомендації до практичних занять, самостійної роботи та виконання індивідуального завдання з дисципліни «Маркетинг в антикризовому менеджменті» для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» / уклад. Л. С. Ларка. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 36 с. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72600 П8 Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах Відповідальний виконавець теми "Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України" (№ ДР 0123U103225 від 13.07.2023) П12 Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Рахова Є.С., Ларка Л.С. Роль маркетингового потенціалу підприємства в системі антикризового менеджменту. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXII міжн. наук.-пр. конф. MicroCAD-2024, 22-25 травня 2024 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. Харків: НТУ «ХПІ». С. 871. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/79198 2. Ларка Л.С. Маркетингові ризики застосування інструментарію цифрового маркетингу у повосенний період. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2023). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2023). Bielsko-Biala: WSEH. С. 231. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72375 3. Боровик О.Г., Пасічник Д.М., Ларка Л.С. Управління маркетинговими заходами з просування бренду підприємства у соціальних мережах. XVII Міжн. наук.-практ. конф. магістрантів та аспірантів
--	--	--	--	--	--	---

							“Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених” (28-30 листопада 2023 р., м. Харків).матеріали конф. Харків : НТУ “ХПІ”. 2023. С. 406. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71553 4. Ларка Л.С. Діагностика ефективності використання інструментів цифрового маркетингу для відновлення підприємств у повоєнний період. Маркетинг в Україні : Збірник матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 20 жовтня 2023 р., К.: KHEU, 2023. С. 275. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71656 5. Пасічник Д.М., Ларка Л.С. Діагностика управління маркетинговими заходами підприємств сфери гостинності у повоєнний період. Маркетингові та організаційні механізми повоенного розвитку галузі гостинності та туризму в Україні : зб. тез доповідей І Всеукр. наук.- практ. конф. (14-15 листопада 2023р., м. Харків). Ч.1. Харків :НТУ “ХПІ”. 2023. С. 192-194. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71503 П19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях Членство в Українській Асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (свідоцтво № 455 від 22.10.2018 р.) Членство в Українській Асоціації Маркетингу (сертифікат № 275 від 22.09.2018 р.)
208832	Чернобровкіна Світлана Віталівна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Харківський політехнічний інститут, рік закінчення: 1997, спеціальність: менеджмент, Диплом спеціаліста, Харківський державний політехнічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: Менеджмент у виробничій сфері (спеціалізація промисловий маркетинг), Диплом кандидата наук ДК 058092, виданий 26.11.2020, Аттестат доцента АД 009439, виданий 30.11.2021	25	Communications and negotiations	1) на підставі документів встановленого зразка про про вищу освіту: спеціальність: менеджмент у виробничій сфері (спеціалізація: промисловий маркетинг), кваліфікація: економіст-менеджер. диплом ЛР №003799 від 22.02.1999 р. 2) на підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація); к.е.н. із спеціальності економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності): Кандидат економічних наук, 08.00.04-економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Тема дисертації: «Формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств», ДК 058092 від 26 листопада 2020 р., Міністерство освіти і науки України 3) на підставі наявності щонайменше п'ятьох публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Fayvishenko, D., Mitchuk, O., Lorvi, I., Konopliannykova, M., Chernobrovkina, S. and Sytnyk, O. Communication Strategies of Brand Management and Online Marketing of Digital Products. Econ. Aff. 2023. 68(01s). P. 289-298. DOI:10.46852/0424-2513.1s.2023.31 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53927 2. Чернобровкіна С. В., Ларка Л. С. Діагностика цифрових форм бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства. Вісник Національного технічного університету “ХПІ” (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University “KhPI” (economic sciences) : зб. наук. пр. Харків : НТУ “ХПІ”, 2023. № 4. С. 29-32. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71414 3. Чернобровкіна С. В., Сидюк Ю. В. Сучасні тренди в маркетингових комунікаціях для фермерських господарств. Вісник Національного технічного університету “ХПІ” (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University “KhPI” (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ “ХПІ”, 2023. – № 5. – С. 14-17. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71416 4. Kuzmynchuk N., Dombrovska S., Konarivska O., Leonenko N., Chernobrovkina S., Asaulenko N. Increasing marketing activity of hotel and restaurant business enterprises as a basis for the development of the tourism industry. Journal of Geology, Geography and Geocology. 2021. Vol. 30, № 2. P. 306-314. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53927 5. Чернобровкіна С. В., Приходько Є. Г., Виниченко А. А. Шляхи розробки SMM-стратегії для малого та середнього бізнесу. Вісник Національного технічного університету “ХПІ”. Економічні науки : зб. наук. пр. Харків : НТУ “ХПІ”, 2020. № 3 (5). С. 21-24. URI : https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55449

								Підвищення кваліфікації: 1) Міжнародне стажування «Інтернаціоналізація освіти. Нові та інноваційні методи навчання. Реалізація міжнародних освітніх проєктів у фінансовій перспективі ЄС», в університеті Collegium Civitas, Польща, 10 червня - 19 липня 2024 року (сертифікат № NR 45/ 2024) – 180 годин / 6 кредитів ECTS. 2) Міжнародне післядипломне практичне стажування «Нові та інноваційні методи навчання», Малопольська школа державного управління, Краківський економічний університет, Польща, 06 лютого - 17 березня 2023 року. (Сертифікат № NR 3451/MSAP/2023) - 180 годин / 6 кредитів ECTS. Наказ про ПК № 915С від 28.06.2023 3) Удосконалення знань іноземної мови (Сертифікат курсів англійської мови Green Forest від 01.02.2022) - 30 годин / 1 кредит ECTS. Наказ про ПК № 64 від 23.01.2023 4) Участь у XIX Міжнародній школі-семінарі «Сучасні педагогічні технології в освіті» (Харків, Україна, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» 02-04 лютого 2022 року) – 18 годин / 0,6 кредита ECTS. Наказ про ПК № 64 від 23.01.2023 5) Участь у проєкті Модуль Жана Моне «ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0» (611674-EPP-1-2019-1-UA-EPPJMODMODULE) (сертифікат №284/2022) – 114 годин / 3,8 кредита ECTS. Наказ про ПК № 64 від 23.01.2023 6) Українська Асоціація Маркетингу LIFECELL DIGITAL ACADEMY. Участь у циклі тренінгів (сертифікат №225 від 16.12.2021р.) – 30 годин / 1 кредит ECTS. Наказ про ПК № 64 від 23.01.2023 7) Сертифікат B2 № 45/2024 від 19.07.2024р. Відповідність п. 38 Ліц. вимог. П. 1, 3, 4, 5, 8, 11, 12, 19 П.1 Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1. Chernobrovkina S. V., Chernobrovkin A. V. Digital marketing transformation in the era of digitization: from traditional methods to innovative practices. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер.: Економічні науки : зб. наук. пр. / гол. ред. Д. І. Коваленко. Київ : Видавничий дім «Інтернаука», 2024. № 2. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75130 2. Fayvishenko, D., Mitchuk, O., Lorvi, I., Konoplianykova, M., Chernobrovkina, S. and Sytnyk, O. Communication Strategies of Brand Management and Online Marketing of Digital Products. Econ. Aff. 2023. 68(01s). P. 289-298. DOI:10.46852/0424-2513.1s.2023.31 (Scopus) https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/68557 3. Чернобровкіна С. В., Ларка Л. С. Диагностика цифрових форм бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства. Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2023. № 4. С. 29-32. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71414 4. Kuzmynchuk N., Dombrovska S., Konarivska O., Leonenko N., Chernobrovkina S., Asaulenko N. Increasing marketing activity of hotel and restaurant business enterprises as a basis for the development of the tourism industry. Journal of Geology, Geography and Geocology. 2021. Vol. 30, № 2. P. 306-314. (Web of Science) http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53927 5. Pererva P., Usov M., Chernobrovkina S., Larka L., Rudyka V. Methods for Assessing the Investment Attractiveness of Innovative Projects. Estudios de Economía Aplicada. 2021. Vol. 39, № 6. (Scopus) https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54315 П.3 Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора) 1. Чернобровкіна С. В. Горовий Д. А. Формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств : монографія. Харків : Іванченко І. С., 2023. 230 с. ISBN 978-617-8059-81-1; Заг. обсяг : 13,4 ум.-друк. арк.; Авт. внес. : 6,7 ум.-друк. арк.
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62331 2. Чернобровкіна С. В. Конкурентоспроможність мікро-, малих та середніх підприємств України на світовому ринку. Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій : кол. монографія; заг. ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. С. 356-389. ISBN 978-966-8689-64-2; Заг. обсяг : 29 ум.-друк. арк.; Авт. внес. : 2,13 ум.-друк. арк. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606 3. Чернобровкіна С.В. Бренд – менеджмент. Маркетингова діяльність підприємств : підручник. За ред. О. П. Косенко. Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с. ISBN 978-966-8689-63-5; Заг. обсяг : 72 ум.-друк. арк.; Авт. внес. : 2,14 ум.-друк. арк. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62858 П 4. Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Чернобровкіна С. В. Світовий ринок товарів та послуг [Електронний ресурс] : опорний концепт лекцій для здобувачів першого рівня здобуття вищої освіти спец. 075 "Маркетинг" всіх форм навчання; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків, 2023. 95 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/68553 2. Чернобровкіна С. В., Васильцова С. О., Кітченко О. М. Методичні вказівки до виконання практичних завдань з дисципліни "Маркетинг" : для студентів денної форми навчання спец. 073 Менеджмент ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : НТУ "ХПІ", 2022. 66 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56758 3. Чернобровкіна С.В., Кучіна С.Е. Методичні вказівки до виконання економічної частини бакалаврської роботи : для студентів усіх форм навчання спец. 22 – «Комп'ютерні науки» ; Нац. Техн. Ун-т «Харків. Політехн. Ін-т». Харків : Моделіст, 2021. 16 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/51913 П.5 Захист дисертації на тему: «Формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств» за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). ДК № 058092 від 26.11.2020. П.8 Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах: - Відповідальний виконавець ініціативної науково-дослідної роботи «Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці» (ДР № 0123U103232). Термін виконання: 07.2023 - 12.2025. - Відповідальний виконавець ініціативної науково-дослідної роботи «Обґрунтування шляхів забезпечення конкурентоспроможності організацій бізнесу в умовах мінливого ринкового середовища» (ДР № 0121U110942). Термін виконання: 04.2021 – 04.2023. П.11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою): Наукове консультування AERO IMMOBILIERE MANAGEMENT ET ENTREPOTS, PRESIDENT COMPANY, Certificate №A-05. Договір 88/173-2018 від 04.07.2018 р. (термін з 2018 р. по 2028 р.) П.12 Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій: 1) Chernobrovkina S. V., Chernobrovkina A. V. Evolution of chatbots in the era of artificial intelligence. Marketing of
--	--	--	--	--	--	--	---

							innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2023 / ed. S. Illiashenko. Electronic text data. Bielsko-Biala, 2023. P. 185-188. URI : https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72078 2) Чернобровкіна С.В., Кожухівський А.В. Вибір інструментів інтернет - реклами для просування програмного забезпечення для будівельної галузі. XVII Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів «Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених» (28–30 листопада 2023 року): матеріали конференції / за ред. проф. Є.І. Сокола. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. С. 295-296. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71485 2) Чернобровкіна С. В. Зміни у маркетингу українських брендів під час війни [Електронний ресурс]. Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December, 2022. Bielsko-Biala, 2022. P. 297-299. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61480 3) Чернобровкіна С. В. Забезпечення конкурентоспроможності та інтернаціоналізації мікро-, малих та середніх підприємств України під час військового стану [Електронний ресурс]. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії : матеріали 4-ї Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 10 червня 2022 р. Електрон. текст. дані. Київ, 2022. С. 86-89. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61482 5) Чернобровкіна С. В. Модель формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств. Integración de las ciencias fundamentales y aplicadas en el paradigma de la sociedad post-industrial: Colección de documentos científicos «ΛΟΓΟΣ» con actas de la Conferencia Internacional Científica y Práctica (Vol. 1), 24 de abril de 2020. Barcelona, España: Plataforma Europea de la Ciencia. C. 62–64. DOI: 10.36074/24.04.2020.v1.20. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47759 П. 19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях: Член Української асоціації маркетингу з 22вересня 2018 року по теперішній час. Сертифікат №284.
208832	Чернобровкіна Світлана Віталіївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Харківський політехнічний інститут, рік закінчення: 1997, спеціальність: менеджмент, Диплом спеціаліста, Харківський державний політехнічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: Менеджмент у виробничій сфері (спеціалізація промисловий маркетинг), Диплом кандидата наук ДК 058092, виданий 26.11.2020, Аттестат доцента АД 009439, виданий 30.11.2021	25	Communications and negotiations	1) на підставі документів встановленого зразка про вищу освіту: спеціальність: менеджмент у виробничій сфері (спеціалізація: промисловий маркетинг), кваліфікація: економіст-менеджер. диплом ЛР №003799 від 22.02.1999 р. 2) на підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація); к.е.н. із спеціальності економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності): Кандидат економічних наук, 08.00.04-економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Тема дисертації: «Формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств», ДК 058092 від 26 листопада 2020 р., Міністерство освіти і науки України 3) на підставі наявності щонайменше п'ятьох публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Fayvishenko, D., Mitchuk, O., Lorvi, I., Konopliannykova, M., Chernobrovkina, S. and Sytnyk, O. Communication Strategies of Brand Management and Online Marketing of Digital Products. Econ. Aff. 2023. 68(01s). P. 289-298. DOI:10.46852/0424-2513.1s.2023.31 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53927 2. Чернобровкіна С. В., Ларка Л. С. Діагностика цифрових форм бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства. Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2023. № 4. С. 29-32. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71414 3. Чернобровкіна С. В., Сидюк Ю. В. Сучасні тренди в маркетингових комунікаціях для фермерських господарств. Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2023. – № 5. – С. 14-17.

							https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71416 4. Kuzmynchuk N., Dombrovska S., Konarivska O., Leonenko N., Chernobrovkina S., Asaulenko N. Increasing marketing activity of hotel and restaurant business enterprises as a basis for the development of the tourism industry. Journal of Geology, Geography and Geocology. 2021. Vol. 30, № 2. P. 306-314. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53927 5. Чернобровкіна С. В., Приходько Є. Г., Виниченко А. А. Шляхи розробки SMM-стратегії для малого та середнього бізнесу. Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Економічні науки : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2020. № 3 (5). С. 21-24. URL : https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55449 Підвищення кваліфікації: 1) Міжнародне стажування «Інтернаціоналізація освіти. Нові та інноваційні методи навчання. Реалізація міжнародних освітніх проєктів у фінансовій перспективі ЄС», в університеті Collegium Civitas, Польща, 10 червня - 19 липня 2024 року (сертифікат № NR 45/ 2024) – 180 годин / 6 кредитів ECTS. 2) Міжнародне післядипломне практичне стажування «Нові та інноваційні методи навчання», Малопольська школа державного управління, Краківський економічний університет, Польща, 06 лютого - 17 березня 2023 року. (Сертифікат № NR 3451/MSAP/2023) - 180 годин / 6 кредитів ECTS. Наказ про ПК № 915С від 28.06.2023 3) Удосконалення знань іноземної мови (Сертифікат курсів англійської мови Green Forest від 01.02.2022) - 30 годин / 1 кредит ECTS. Наказ про ПК № 64 від 23.01.2023 -4) Участь у XIX Міжнародній школі-семінарі «Сучасні педагогічні технології в освіті» (Харків, Україна, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» 02-04 лютого 2022 року) – 18 годин / 0,6 кредита ECTS. Наказ про ПК № 64 від 23.01.2023 5) Участь у проєкті Модуль Жана Моне «ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0» (611674-EPP-1-2019-1-UA-EPPJ/MOMODULE) (сертифікат №284/2022) – 114 годин / 3,8 кредита ECTS. Наказ про ПК № 64 від 23.01.2023 6) Українська Асоціація Маркетингу LIFECELL DIGITAL ACADEMY. Участь у циклі тренінгів (сертифікат №225 від 16.12.2021р.) – 30 годин / 1 кредит ECTS. Наказ про ПК № 64 від 23.01.2023 7) Сертифікат B2 № 45/2024 від 19.07.2024р. Відповідність п. 38 Ліц. вимог. П. 1, 3, 4, 5, 8, 11, 12, 19 П.1 Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1. Chernobrovkina S. V., Chernobrovkin A. V. Digital marketing transformation in the era of digitization: from traditional methods to innovative practices. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер.: Економічні науки : зб. наук. пр. / гол. ред. Д. І. Коваленко. Київ : Видавничий дім «Інтернаука», 2024. № 2. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75130 2. Fayvishenko, D., Mitchuk, O., Lorvi, I., Konopliannikova, M., Chernobrovkina, S. and Sytnyk, O. Communication Strategies of Brand Management and Online Marketing of Digital Products. Econ. Aff. 2023. 68(01s). P. 289-298. DOI:10.46852/0424-2513.1s.2023.31 (Scopus) https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/68557 3. Чернобровкіна С. В., Ларка Л. С. Діагностика цифрових форм бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства. Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2023. № 4. С. 29-32. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71414 4. Kuzmynchuk N., Dombrovska S., Konarivska O., Leonenko N., Chernobrovkina S., Asaulenko N. Increasing marketing activity of hotel and restaurant business enterprises as a basis for the development of the tourism industry. Journal of Geology, Geography and Geocology. 2021. Vol. 30, № 2. P. 306-314. (Web of Science) http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53927 5. Pererva P., Usov M., Chernobrovkina S, Larka L., Rudyka V. Methods for
--	--	--	--	--	--	--	--

										Assessing the Investment Attractiveness of Innovative Projects. Estudios de Economía Aplicada. 2021. Vol. 39, № 6. (Scopus) https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54315 П.3 Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора) 1. Чернобровкіна С. В. Горовий Д. А. Формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств : монографія. Харків : Іванченко І. С., 2023. 230 с. ISBN 978-617-8059-81-1; Заг. обсяг : 13,4 ум.-друк. арк.; Авт. внес. : 6,7 ум.-друк. арк. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62331 2. Чернобровкіна С. В. Конкурентоспроможність мікро-, малих та середніх підприємств України на світовому ринку. Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій : кол. монографія; заг. ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. С. 356-389. ISBN 978-966-8689-64-2; Заг. обсяг : 29 ум.-друк. арк.; Авт. внес. : 2,13 ум.-друк. арк. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606 3. Чернобровкіна С.В. Бренд – менеджмент. Маркетингова діяльність підприємств : підручник. За ред. О. П. Косенко. Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с. ISBN 978-966-8689-63-5; Заг. обсяг : 72 ум.-друк. арк.; Авт. внес. : 2,14 ум.-друк. арк. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62858 П 4. Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Чернобровкіна С. В. Світовий ринок товарів та послуг [Електронний ресурс] : опорний концепт лекцій для здобувачів першого рівня здобуття вищої освіти спец. 075 "Маркетинг" всіх форм навчання; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Електрон. текст. дані. Харків, 2023. 95 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/68553 2. Чернобровкіна С. В., Васильцова С. О., Кітченко О. М. Методичні вказівки до виконання практичних завдань з дисципліни "Маркетинг" : для студентів денної форми навчання спец. 073 Менеджмент ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : НТУ "ХПІ", 2022. 66 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56758 3. Чернобровкіна С.В., КучинаС.Е.Методичні вказівки до виконання економічної частини бакалаврської роботи : для студентів усіх форм навчання спец. 22 – «Комп'ютерні науки» ; Нац. Техн. Ун-т «Харків. Політехн. Ін-т». Харків : Моделіст, 2021. 16 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/51913 П.5 Захист дисертації на тему: «Формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств» за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). ДК № 058092 від 26.11.2020. П.8 Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах: - Відповідальний виконавець ініціативної науково-дослідної роботи «Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці» (ДР № 0123U103232). Термін виконання: 07.2023 - 12.2025. - Відповідальний виконавець ініціативної науково-дослідної роботи «Обґрунтування шляхів забезпечення конкурентоспроможності організацій бізнесу в умовах мінливого ринкового середовища» (ДР № 0121U110942). Термін виконання: 04.2021 – 04.2023.
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

							П.11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою): Наукове консультування AERO IMMOBILIERE MANAGEMENT ET ENTREPOTS, PRESIDENT COMPANY, Certificate №A-05. Договір 88/173-2018 від 04.07.2018 р. (термін з 2018 р. по 2028 р.) П.12 Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій: 1) Chernobrovkina S. V., Chernobrovkin A. V. Evolution of chatbots in the era of artificial intelligence. Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2023 / ed. S. Illiashenko. Electronic text data. Bielsko-Biala, 2023. P. 185-188. URI : https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72078 2) Чернобровкина С.В., Кожухівський А.В. Вибір інструментів інтернет - реклами для просування програмного забезпечення для будівельної галузі. XVII Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів «Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених» (28–30 листопада 2023 року): матеріали конференції / за ред. проф. Є.І. Сокола. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. С. 295-296. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71485 2) Чернобровкина С. В. Зміни у маркетингу українських брендів під час війни [Електронний ресурс]. Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December, 2022. Bielsko-Biala, 2022. P. 297-299. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61480 3) Чернобровкина С. В. Забезпечення конкурентоспроможності та інтернаціоналізації мікро-, малих та середніх підприємств України під час військового стану [Електронний ресурс]. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії : матеріали 4-ї Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 10 червня 2022 р. Електрон. текст. дані. Київ, 2022. С. 86-89. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61482 5) Чернобровкина С. В. Модель формування засобів маркетингових комунікацій машинобудівних підприємств. Integración de las ciencias fundamentales y aplicadas en el paradigma de la sociedad post-industrial: Colección de documentos científicos «ΛΟΓΟΣ» con actas de la Conferencia Internacional Científica y Práctica (Vol. 1), 24 de abril de 2020. Barcelona, España: Plataforma Europea de la Ciencia. C. 62–64. DOI: 10.36074/24.04.2020.v1.20. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47759 П. 19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях: Член Української асоціації маркетингу з 22 вересня 2018 року по теперішній час. Сертифікат №284.
341964	Васильцова Світлана Олександрівна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Харківський політехнічний інститут, рік закінчення: 1997, спеціальність: менеджмент, Диплом спеціаліста, Харківський державний політехнічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: Промисловий маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 012054, виданий 01.03.2013, Аттестат доцента 12/ДЦ 044370, виданий 29.09.2015	21	Project management in marketing	1) на підставі документів встановленого зразка про вищу освіту: спеціальність: менеджмент у виробничій сфері (спеціалізація: промисловий маркетинг), кваліфікація: економіст-менеджер. диплом ЛР №003790 від 22.02.1999 р. 2) на підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація); к.е.н. із спеціальності економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності): Кандидат економічних наук, 08.00.04-економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Тема дисертації: «Формування та оцінювання портфеля реальних інноваційно-інвестиційних проєктів на переробних підприємствах», ДК 012054 від 01 березня 2013 р., Вища атестаційна комісія України 3) на підставі наявності досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років З 03.08.98 – 31.07.2003 спеціаліст по маркетингу : УкрІНКТІВР, ЗАТ «НДІ Гідропривід», ТОВ «Укргросервіс» на основі записів в трудовій книжці. Підвищення кваліфікації:

							1) Стажування на кафедрі управління персоналом і маркетингу Запорізького національного університету, тема "Управління проектним менеджментом в маркетинговому аспекті", терміном 6 тижнів (180 годин/ 6 кредитів) з 18.05.2022 по 30.06.2022 рр. Свідомство про підвищення кваліфікації (стажування) №ССО2125243/26-22 від 30.06.2022 р. 2) Удосконалення навичок та умінь з проведення теоретичних занять та організації самостійної роботи студентів з дисципліни "Проектний менеджмент у маркетингу", Харківський національний університет радіоелектроніки, кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою, 2020 р. Свідомство № 454 від 30.06.2020р. (6 кредитів). 3) Навчання на загальному курсі англійської мови в Український Британський коледж з 01.02.23 - 24.05.2024 – 30 годин / 1 кредит ECTS. Сертифікат (наказ 1138С від 10.07.2024) 4) Сертифікат В2 від 24.05.2024р. Відповідність п. 38 Ліц. вимог. П. 1, 3, 4, 8, 12, 14, 19 П1. Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Васильцова С. О. Цифровізація методів ціноутворення для визначення оптимальної ціни / С.М. О. Васильцова, М. О. Гасюк // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2023. – № 5. – С. 71-74. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/73871 2. Development of a system of motivation for employees of the marketing department of the enterprise for product promotion using tools of informational interaction of virtual space / D. Raiko [et al.] // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. – 2023. – Vol. 3, No. 13 (123). – P. 59-75. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71361 3. Романчик Т.В., Васильцова С.О. Маркетинговий аудит рекламної діяльності на зовнішньому ринку. Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2023. № 1. С. 59-62 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66781 4. Васильцова С. О., Оборіна А.Ю. Використання інформаційних технологій в маркетингу Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 3. С. 29-32 . DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.3.29 5. Васильцова С. О. Ларка Л.С. Управління маркетинговими дослідженнями підприємства: стратегічний аспект Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 27-30. http://es.khpi.edu.ua/article/view/262315 DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.1.27 6. Васильцова С. О., Романчик Т.В. Використання проектного менеджменту у маркетинговій діяльності підприємства Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 4. С. 75-78. DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.4.75 http://es.khpi.edu.ua/article/view/259856 7. Васильцова С. О., Кітченко О.М., Ільїна О.К. Використання Інтернет-маркетингу для активізації підприємницької діяльності Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 3. С. 89-92. DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.3.89 http://es.khpi.edu.ua/article/view/256860 П3. Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не
--	--	--	--	--	--	--	--

					менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора) 1. Васильцова С.О. Проектний менеджмент. Маркетингова діяльність підприємства : навчальний посібник / за заг. ред. Косенко О.П. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. С. 887 – 932. https://repository.kpi.kharkov.ua/serve/r/api/core/bitstreams/86e8a6b4-a1cf-42a5- 2. Васильцова С.О. Маркетингова цінова політика. Маркетингова діяльність підприємства : навчальний посібник / за заг. ред. Косенко О.П. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. С. 380 – 413. https://repository.kpi.kharkov.ua/serve/r/api/core/bitstreams/86e8a6b4-a1cf-42a5- 3. Інноваційна діяльність та її вплив на забезпечення конкурентоспроможності організацій бізнесу. Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій: колективна монографія / Загальна редакція д-ра екон. наук, професора О.П. Косенко. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. С 169 – 210. https://repository.kpi.kharkov.ua/items/4b4797c5-01b8-436b-9e97-8b72d5054e53 П4. Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Методичні вказівки для виконання самостійної роботи з дисципліни «Проектний менеджмент у маркетингу» для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг / Уклад. С.О. Васильцова – Харків: НТУ «ХПІ», 2024. – 24 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75900 2. Конспект лекцій з дисципліни «Проектний менеджмент у маркетингу» для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти освітньої програми "Маркетинг" спеціальність 075 «Маркетинг» / Уклад. С.О. Васильцова – Харків: НТУ «ХПІ», 2024. – 76 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75895 3. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни "Проектний менеджмент у маркетингу" [Електронний ресурс] : для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти за освітньої програми "Маркетинг" спец. 075 "Маркетинг" / уклад. С. В. Васильцова ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 34 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/70820 4. Методичні вказівки до виконання практичних завдань з дисципліни«Проектний менеджмент у маркетингу» (для студентів усіх форм навчання спеціальності 075 Маркетинг, спеціалізації 075-01 – Рекламний бізнес / Уклад. С.О. Васильцова, Т.В. Романчик– Харків: НТУ «ХПІ», 2021. – 68 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56699 П8 Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проєкту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах Відповідальний виконавець «Розробка підходів щодо вдосконалення системи стратегічного маркетингового планування на малих підприємствах», № 17995 від 18.09.2020р. (10.2020-10.2021р), П12 Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1.Васильцова С.О., Гончаренко С. Л. Використання інновацій для успішного ведення бізнесу //V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції // Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти: матеріали V
--	--	--	--	--	--

						Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22-23 березня 2023 р. Ч. 2. Львів: ЛНУП, 2023. С. 330-331. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71356 2. Васильцова С.О., Романчик Т.В. Місце рекламного аудиту у зовнішньоекономічній діяльності підприємства // Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством: Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Частина 2. м. Полтава, 30 – 31 травня 2023 р. Полтава, 2023. С. 742 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/74219 3. Васильцова С.О. Маркетингове ціноутворення як ключовий інструмент стратегії бізнесу // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXI міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2023, 17–20 травня 2023 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. — Харків : НТУ «ХПІ». С. 697 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71368 4. Васильцова С.О., Романчик Т.В. Проблеми ефективності міжнародних організацій у світі / С.О. Васильцова, Т. В. Романчик // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXVII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2022, (15-17 жовтень 2022 р.): у 4 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – С. 512. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61835 5. Васильцова С.О., Лїйна О.К. Інтернет-комунікації в маркетинговій діяльності як інструменту активізації підприємницької діяльності / С.О. Васильцова, О.К. Лїйна //XV Міжнародній науково-практичній конференції магістрантів та аспірантів «Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених», (м. Харків, 1-3 грудня, 2021р.): матеріали конференції / за ред. проф. Є.І.Сокола. – Харків: НТУ «ХПІ», 2021 – С. 239-240 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62669 6. Васильцова С.О. Використання проектного менеджменту у маркетингу на підприємстві / С.О. Васильцова // IX Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток обліку, аудиту та оподаткування в умовах інноваційної трансформації соціально-економічних систем» (м. Кропивницький, 17 грудня 2021 року), 2021- С.45-46 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62672 П14 Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II 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... 1). Студентка групи БЕМ 921а Лїйна Ольга, переможець 1 туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з Маркетингу (наказ №872-СТ від 08.06.2022 р.) 2). Студентка групи БЕМ 919а Ронзік Є.С.а, переможець 1 туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з Маркетингу (наказ №142-ОД від 13.04.2023 р.): П19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднання Член Української асоціації маркетингу з 03 січня 2022 року по теперішній час., свідоцтво № 696
341964	Васильцова Світлана Олександрівна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Харківський політехнічний інститут, рік закінчення: 1997, спеціальність: менеджмент, Диплом спеціаліста, Харківський державний політехнічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: Промисловий маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 012054, виданий 01.03.2013, Аттестат доцента 12/ДЦ 044370, виданий 29.09.2015	21	Проектний менеджмент у маркетингу 1) на підставі документів встановленого зразка про про вищу освіту: спеціальність: менеджмент у виробничій сфері (спеціалізація: промисловий маркетинг), кваліфікація: економіст-менеджер, диплом ЛР №003790 від 22.02.1999 р. 2) на підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація); к.е.н. із спеціальності економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності): Кандидат економічних наук, 08.00.04-економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Тема дисертації: «Формування та оцінювання портфеля реальних інноваційно-інвестиційних проектів

							на переробних підприємствах», ДК 012054 від 01 березня 2013 р., Вища атестаційна комісія України 3) на підставі наявності досвіду професійної діяльності (заняття) за відповідним фахом (спеціальністю, спеціалізацією) не менше п'яти років (крім педагогічної, науково-педагогічної, наукової діяльності): досвід практичної роботи за спеціальністю не менше п'яти років 3 03.08.98 – 31.07.2003 спеціаліст по маркетингу : УкрПІКТІВР, ЗАТ «НДІ Гідропривід», ТОВ «Укragросервіс» на основі записів в трудовій книжці. Підвищення кваліфікації: 1) Стажування на кафедрі управління персоналом і маркетингу Запорізького національного університету, тема "Управління проектним менеджментом в маркетинговому аспекті", терміном 6 тижнів (180 годин/ 6 кредитів) з 18.05.2022 по 30.06.2022 рр. свідоцтво про підвищення кваліфікації (стажування) №СС02125243/26-22 від 30.06.2022 р. "2) Удосконалення навичок та умінь з проведення теоретичних занять та організації самостійної роботи студентів з дисципліни "Проектний менеджмент у маркетингу", Харківський національний університет радіоелектроніки, кафедра економічної кібернетики та управління економічною безпекою, 2020 р. Свідоцтво № 454 від 30.06.2020р. (6 кредитів). 3) Навчання на загальному курсі англійської мови в Український Британський коледжі з 01.02.23 - 24.05.2024 – 30 годин / 1 кредит ECTS. Сертифікат (наказ 1138С від 10.07.2024) 4) Сертифікат В2 від 24.05.2024р. Відповідність п. 38 Ліц. вимог. Пп. 1, 3, 4, 8, 12, 14, 19 Пп. Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Васильцова С. О. Цифровізація методів ціноутворення для визначення оптимальної ціни / С.М. О. Васильцова, М. О. Гасюк // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2023. – № 5. – С. 71-74. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/73871 2. Development of a system of motivation for employees of the marketing department of the enterprise for product promotion using tools of informational interaction of virtual space / D. Raiko [et al.] // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. – 2023. – Vol. 3, No. 13 (123). – P. 59-75. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71361 3. Романчик Т.В., Васильцова С.О. Маркетинговий аудит рекламної діяльності на зовнішньому ринку. Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2023. № 1. С. 59-62 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66781 4. Васильцова С. О., Оборіна А.Ю. Використання інформаційних технологій в маркетингу Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 3. С. 29-32 . DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.3.29 5. Васильцова С. О. Ларка Л.С. Управління маркетинговими дослідженнями підприємства: стратегічний аспект Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 27-30. http://es.khpi.edu.ua/article/view/262315 DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.1.27 6. Васильцова С. О., Романчик Т.В. Використання проектного менеджменту у маркетинговій діяльності підприємства Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 4. С. 75-78. DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.4.75 http://es.khpi.edu.ua/article/view/259856 7. Васильцова С. О., Кітченко О.М., Лына О.К. Використання Інтернет-
--	--	--	--	--	--	--	---

								маркетингу для активізації підприємницької діяльності Вісник НТУ ХПІ секція економічні науки. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 3. С. 89-92. DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.3.89 http://es.khpi.edu.ua/article/view/256860 ПЗ Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора) 1. Васильцова С.О. Проектний менеджмент. Маркетингова діяльність підприємства : навчальний посібник / за заг. ред. Косенко О.П. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. С. 887 – 932. https://repository.kpi.kharkov.ua/serve/g/api/core/bitstreams/86e8a6b4-a1cf-42a5- 2. Васильцова С.О. Маркетингова цінова політика. Маркетингова діяльність підприємства : навчальний посібник / за заг. ред. Косенко О.П. Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. С. 380 – 413. https://repository.kpi.kharkov.ua/serve/g/api/core/bitstreams/86e8a6b4-a1cf-42a5- 3. Інноваційна діяльність та її вплив на забезпечення конкурентоспроможності організацій бізнесу. Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій: колективна монографія / Загальна редакція д-ра екон. наук, професора О.П. Косенко. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. С 169 – 210. https://repository.kpi.kharkov.ua/item/s/4b4797c5-01b8-436b-9e97-8b72d5054e53 П4. Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Методичні вказівки для виконання самостійної роботи з дисципліни «Проектний менеджмент у маркетингу» для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг / Уклад. С.О. Васильцова – Харків: НТУ «ХПІ», 2024. – 24 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-PRESS/75900 2. Конспект лекцій з дисципліни «Проектний менеджмент у маркетингу» для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти освітньої програми "Маркетинг" спеціальність 075 «Маркетинг» / Уклад. С.О. Васильцова – Харків: НТУ «ХПІ», 2024. – 76 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-PRESS/75895 3. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни "Проектний менеджмент у маркетингу" [Електронний ресурс] : для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти за освітньої програми "Маркетинг" спец. 075 "Маркетинг" / уклад. С. В. Васильцова ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 34 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-PRESS/70820 4. Методичні вказівки до виконання практичних завдань з дисципліни«Проектний менеджмент у маркетингу» (для студентів усіх форм навчання спеціальності 075 Маркетинг, спеціалізації 075-01 – Рекламний бізнес / Уклад. С.О. Васильцова, Т.В. Романчик– Харків: НТУ «ХПІ», 2021. – 68 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-PRESS/56699 П8 Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах Відповідальний виконавець «Розробка підходів щодо вдосконалення системи стратегічного маркетингового планування на малих підприємствах», № 17995 від
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							18.09.2020р. (10.2020-10.2021р), П12 Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1.Васильцова С.О., Гончаренко С. Л. Використання інновацій для успішного ведення бізнесу //V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції // Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти: матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22-23 березня 2023 р. Ч. 2. Львів: ЛНУП, 2023. С. 330-331. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71356 2. Васильцова С.О., Романчик Т.В Місце рекламного аудиту у зовнішньоекономічній діяльності підприємства // Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством: Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Частина 2. м. Полтава, 30 – 31 травня 2023 р. Полтава, 2023. С. 742 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/74219 3. Васильцова С.О. Маркетингове ціноутворення як ключовий інструмент стратегії бізнесу // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXI міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2023, 17–20 травня 2023 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. — Харків : НТУ «ХПІ». С. 697 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71368 4. Васильцова С.О., Романчик Т.В. Проблеми ефективності міжнародних організацій у світі / С.О. Васильцова, Т. В. Романчик // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXVII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2022, (15-17 жовтень 2022 р.): у 4 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – С. 512. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61835 5. Васильцова С.О., Льїна О.К. Інтернет-комунікації в маркетинговій діяльності як інструменту активізації підприємницької діяльності / С.О. Васильцова, О.К. Льїна //XV Міжнародній науково-практичній конференції магістрантів та аспірантів «Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених», (м. Харків, 1-3 грудня, 2021р.): матеріали конференції / за ред. проф. Є.І.Сокола. – Харків: НТУ «ХПІ», 2021 – С. 239-240 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62669 6. Васильцова С.О. Використання проектного менеджменту у маркетингу на підприємстві / С.О. Васильцова // IX Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток обліку, аудиту та оподаткування в умовах інноваційної трансформації соціально-економічних систем» (м. Кропивницький, 17 грудня 2021 року), 2021- С.45-46 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62672 П14 Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II 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... 1). Студентка групи БЕМ 921а Льїна Ольга, переможець 1 туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з Маркетингу (наказ №872-СТ від 08.06.2022 р.) 2). Студентка групи БЕМ 919а Ронзік Є.С.а, переможець 1 туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з Маркетингу (наказ №142-ОД від 13.04.2023 р.): П19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднання Член Української асоціації маркетингу з 03 січня 2022 року по теперішній час., свідоцтво № 696
455108	Ілляшенко Наталія Сергіївна	Професор, Сумісництво	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом магістра, Сумський державний університет, рік закінчення: 2006, спеціальність: 050107 Економіка підприємства.	1	Management of innovative development	На підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація):

				Диплом доктора наук ДД 010320, виданий 26.11.2020, Диплом кандидата наук ДК 058236, виданий 10.03.2010, Аттестат доцента 12ДЦ 037594, виданий 17.01.2014, Аттестат професора АП 005724, виданий 20.12.2023			спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). ДК №058236 від 10.03.2010 року, Вища атестаційна комісія України. 2. Доктор економічних наук, спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). ДД №010320 від 26.11.2020 р., Міністерство освіти і науки України. Підвищення кваліфікації: 1. Стажування в Естонії за програмою: «Наукові дослідження та організація навчального процесу (активні методи навчання, електронне навчання та практичне навчання) в сфері маркетингу, економіки та менеджменту, а також грантові можливості їх фінансування: досвід України та Естонії» (6 кредитів ECTS), 2022 рік, Teadmus OU 2. Навчання за програмою підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників щодо розроблення та експертизи завдань ЄФВВ предметного тесту з галузі управління та адміністрування (073-075-076) (1 кредит ECTS), 2023 рік 3. Сертифікат В2 №000109167 від 27.11.2017р. Відповідність П. 38 Ліц. вимог. 1, 4, 5, 7, 8, 12, 13, 19 П 1. Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1. Defining a selection procedure of CRM systems for the information-analytical support to the marketing activities at an enterprise / Diana Raiko, Yuliia Shypulina, Liudmyla Potrashkova [et al.]. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies = Східноєвропейський журнал підприємницьких технологій. 2024. Vol. 1, No. 13 (127). P. 41-58. URL: https://journals.urau.ua/eejet/article/view/298301/291751 (Scopus) 2. Illiashenko N.S., Korol S.V., Fedirko A.M. (2024) Psychological readiness of subjects of innovative activities during implementation of innovative marketing. Економіка та суспільство, (66). вилучено із https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4538 3. Ілляшенко Н.С., Мироненко А.І. Інноваційні підходи до управління стратегії конкурентоспроможності регіону. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. №2 (278). 2023. С. 44-49. https://journals.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/article/view/676 4. Illiashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiashenko Nataliia, Golysheva Ievgeniia. Digitalization as a direction of innovative development of Ukrainian universities in the conditions of technological transformations. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2023. № 1. P. 128-138. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-17-1-128-138 http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2023-1/Illiashenko.pdf 5. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Інноваційний капітал і інноваційна культура в управлінні інноваційним розвитком підприємств в умовах технологічних трансформацій. Проблеми економіки. 2023. №1. С. 96-104. https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2023-1_0-pages-96_104.pdf 6. Illiashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiashenko Nataliia, Raiko Diana. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2022. № 2. С. 97-106.. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-16-2-97-106 http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2022-2/Illiashenko.pdf 7. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління на засадах маркетингу стратегіями екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку в повоснийний період: національний і міжнародний аспекти. Маркетинг і цифрові технології. 2022. № 4. С. 47-60. DOI: 10.15276/mdt.6.3.2022.5 URL: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/276/175 https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/issue/view/22 8. Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко С.М. Аналітичне забезпечення планування товарної інноваційної політики промислового підприємства в умовах трансформації технологічних укладів. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2021. № 5. Т. 1. С. 199-204. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/12/2021-5t1-
--	--	--	--	---	--	--	--

							34.pdf 9. Iliashenko, S., Iliashenko, N., Shypulina, Y., Raiko, D., Bozhkova, V. (2021). Approach to assessment of prerequisites for implementation of strategic directions of innovative development of industrial enterprises. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 3 (13 (111)), 31–46 (Scopus) 10. Iliashenko N., Iliashenko S., Shypulina Y., Gryshchenko O., Derykolenko A. Knowledge management at Ukrainian industrial enterprises in the context of innovative development. Engineering Management in Production and Services. 2020. Vol. 12, Issue 3, pp/ 43-56. DOI: 10.2478/emj-2020-0018 (Scopus) 11. Iliashenko N. Iliashenko S., Shypulina Y., Gryshchenko O. The Information Support System's Formation of Marketing Innovative Decisions in Ukrainian Companies. International Journal of Advanced Science and Technology. 2020. Vol. 29, No. 6s, pp. 1066-1073. http://serse.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9185 (Scopus) 12. Ілляшенко Н. С., Мельник Ю. М. Система критеріїв оптимізації вибору стратегій випереджаючого інноваційного розвитку. Ефективна економіка. 2020. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8109 П.3 Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора): 1. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Управління інноваційним розвитком в умовах технологічних трансформацій : монографія. Суми: Триторія, 2023. 228 с. П 4. наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Методичні рекомендації до практичних занять, самостійної роботи та виконання індивідуального завдання з дисципліни «Маркетинг інновацій» для здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг» усіх форм навчання / уклад. С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко. – Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 62 с. 2. Методичні рекомендації до виконання практичних робіт, самостійної роботи та індивідуального завдання з навчальної дисципліни «Управління інноваційним розвитком» за спеціальністю «Маркетинг» для здобувачів всіх форм навчання / уклад. С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 48 с. 3. Методичні рекомендації до виконання практичних робіт та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Інноваційний маркетинг» для здобувачів третього рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» всіх форм навчання / уклад. С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 41 с. П 5. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня за відповідною спеціальністю Доктор економічних наук, спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Диплом ДД №010320 від 26.11.2020 р., Міністерство освіти і науки України П 7. Участь в атестації наукових кадрів як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради, або члена не менше трьох разових спеціалізованих вчених рад за відповідною спеціальністю 1. Офіційний опонент: Носовець О.І. «Інформаційно-аналітичне забезпечення контролювання результатів інноваційної діяльності промислових підприємств», Одеса, 2020 р. 2. Член спеціалізованої разової вченої ради: Івченко Ю.А. «Забезпечення інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств в умовах постконфліктної трансформації», Суми, 2023 р. 3. Член спеціалізованої разової вченої ради: Лю Лу «Стратегічне
--	--	--	--	--	--	--	---

							управління забезпечення конкурентоспроможності регіону», Суми, 2024 р. 4. Член спеціалізованої разової вченої ради: Стрюк О.С. «Забезпечення стійкого розвитку промислових підприємств на інноваційній основі», Суми, 2023 р. 5. Голова спеціалізованої разової вченої ради: Білан А.О. «Стратегічні напрями соціально-економічного розвитку освітньої сфери», Суми, 2023 р. П 8. виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах 1. Керівник держбюджетної теми, ДР № 0117U003928. (2017-2020 рр.). 2. Член редколегії наукового видання «Вісник Сумського національного аграрного університету» (Категорія Б). 3. Член редколегії наукового видання «Економічний вісник НТУ "КПІ"» (Категорія Б). 4. Член редколегії науково-практичного журналу «Цифрова економіка та економічна безпека» (Категорія Б). П 12. наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Illiashenko N.S., Gura A.O., Brusko T.O. Innovative marketing technologies for increase competitiveness of the enterprise. Економіка, інноватика та сучасні бізнес-технології: актуальні проблеми та розвиток: Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 100-річчю Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка (м. Суми, 27-28 травня 2024 року). Суми : СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2024. С. 54-55. 2. Illiashenko N.S., Biriukov O.O. Choice of innovative marketing communications at the enterprise. Економіка, інноватика та сучасні бізнес-технології: актуальні проблеми та розвиток: Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 100-річчю Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка (м. Суми, 27-28 травня 2024 року). Суми : СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2024. С. 56-57. 3. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Маркетинг знань в інноваційній діяльності підприємств. Innovative technologies of marketing and management in conditions of transformational changes. Innovatsiini tekhnolohii marketynhu i menedzhmentu v umovakh transformatsiynykh zmin: theses of the report of the II International Scientific and Practical Conference (February 28-29, 2024, Khmelnytskyi). Karlsruhe: ScientificWorld-NetAkhatAV. С. 106-107 4. Illiashenko N.S., Korol S.V., Fedirko A.M. Technological capacity and marketing innovations as factors in the development of innovative communities. Marketing of innovations. Innovations in marketing. Materials of the International Scientific Internet Conference (Bielko-Biala: WSEH, December, 2023). P. 21-23. 5. Illiashenko N.S., Cherniak D.V., Pustovit A.P. Factors of influence on the development of innovative communities. Marketing of innovations. Innovations in marketing. Materials of the International Scientific Internet Conference (Bielko-Biala: WSEH, December, 2023). P. 63-65. 6. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Інтелектуальний капітал і інноваційна культура як базові передумови інноваційного розвитку. Підприємство та торгівля: сучасний стан і перспективи розвитку: Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (18-19 трав. 2023р.) / відп. ред. О. М. Полінкевич, О. М. Завальська. Електрон. дані. Луцьк: ВІП ЛНТУ. 2023. С. 27-29. 7. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Проблеми і перспективи повесного сталого інноваційного розвитку прикордонних територій. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти : матеріали 5-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 22-23 березня 2023 р. / оргком.: Л. Гнатишини [та ін.] ; Львів. нац. ун-т природокористування. – Електрон. текст. дані. – Львів, 2023. – Ч. 1. – С. 48-49. 8. Illiashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiashenko N.S. Management of commercialization of knowledge in the
--	--	--	--	--	--	--	---

						system of innovative development of the enterprise in the conditions of transformation of technological institutions. Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices : Materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference (March 29-30, 2023) / Gen. Edit. Almagul Nurgaliyeva, Tallinn: Teadmus OU, 2023. П 13. Проведення навчальних занять із спеціальних дисциплін іноземною мовою (крім дисциплін мовної підготовки) в обсязі не менше 50 аудиторних годин на навчальний рік за відповідною спеціальністю Managemet of innovative development – 64 год. 2023/24 н.р., 2024/25 н.р. П 19. Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднання Член Української Асоціації маркетингу. Сертифікат № 402 від 22.04.2019 р.
346013	Лляшенко Сергій Миколайович	Професор, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом спеціаліста, Сумський філіал Харківського політехнічного інституту, рік закінчення: 1978, спеціальність: Технологія машинобудування, металорізальні верстати та інструменти. Диплом доктора наук ДД 001650, виданий 14.02.2001, Диплом кандидата наук КН 008519, виданий 30.06.1995, Аттестат доцента ДЦ 000093, виданий 26.02.1998, Аттестат професора ПР 001571, виданий 20.06.2002	29	Управління інноваційним розвитком 1) На підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація): Доктор економічних наук. 08.06.02 – підприємництво, менеджмент та маркетинг. Тема дисертації «Управління інноваційним розвитком суб'єктів господарської діяльності у нестабільному ринковому середовищі», ДД № 001650, 14.02.2001 р., Вида атестаційна комісія України 2) Наукові публікації у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Лляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Лляшенко Н. С. Вплив міжнародного іміджу України на перспективи її повсякденного інноваційного розвитку. Маркетинг і цифрові технології, т. 7, №. 3. 2023. С. 24-38. https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/313 2. Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Golsheva Ie. Digitalization as a direction of innovative development of Ukrainian universities in the conditions of technological transformations. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2023. № 1. Р. 128-138. URL: http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2023-1/Illiashenko.pdf 3. Лляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Лляшенко Н. С. Інноваційний капітал і інноваційна культура в управлінні інноваційним розвитком підприємств в умовах технологічних трансформацій. Проблеми економіки. 2023. №1. С. 96–104. https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-1-96-104 4. Лляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Лляшенко Н.С. Управління на засадах маркетингу стратегіями екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку в повсякденний період: національний і міжнародний аспекти. Маркетинг і цифрові технології. 2022. № 4. С. 47-60. https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/276/175 5. Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Raiko D. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2022. № 2. С. 97-106. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-16-2-97-106 URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60554 3) керівництво (консультування) дисертації на здобуття наукового ступеня за спеціальністю, що була захищена в Україні або за кордоном: Науковий консультант докторської дисертації Біловодської Олени Анатоліївни на тему «Методологічні засади маркетингової політики розподілу інноваційної продукції промислових підприємств» (спеціальність 08.00.04), 2019 р.. Наказ МОН № 872 від 20.06.2019 р. про присудження наукового ступеня. Підвищення кваліфікації: Запорізький національний університет, Свідцтво про підвищення кваліфікації (стажування) науковопедагогічних працівників «Економіка, менеджмент і маркетинг інноваційного бізнесу в умовах четвертої промислової революції», 2023 р., 6 кредитів (180 год.) Відповідність П. 38 Ліц. вимог. П 1, 2,3,7,8,10,12,19 Пі Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку

							фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1. Illiashenko, S., Shypulina, Y., Illiashenko, N., Golyshcheva I. Prospects for the development of the digital labour market in Ukraine: the national and regional aspects. <i>Studia Regionalne i Lokalne</i>, 2023. № 2(92), PP. 50-66. https://doi.org/10.7366/1509499529204 (Scopus) 2. Лляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Лляшенко Н.С. Розвиток закладів вищої освіти в умовах четвертої промислової революції. <i>Бізнес Інформ</i>. 2023. № 1. С. 60-67. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-60-67 3. Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Raiko D. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. <i>Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology»</i>. 2022. № 2. С. 97-106. https://doi.org/110.32434/2415-3974-2022-16-2-97-106 4. Лляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Лляшенко Н.С. Управління на засадах маркетингу стратегіями екологічно-орієнтованого інноваційного розвитку в повосенний період: національний і міжнародний аспекти. <i>Маркетинг і цифрові технології</i>. 2022. № 4. С. 47-60. https://doi.org/110.15276/mdt.6.3.2022-5 5. Лляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Лляшенко Н.С. Маркетингове управління інтелектуальним капіталом підприємства в контексті його інноваційного розвитку. <i>Маркетинг і цифрові технології</i>. 2022. Т. 6. № 1. С. 64-78. https://doi.org/110.15276/mdt.6.1.2022-5 6. Sergii Illiashenko, Olena Bilovodska, Tetiana Tsalko, Olesia Tomchuk, Svitlana Neymerzhytska, Nataliia Buhas. (2022). Opportunities, Threats and Risks of Implementation the Innovative Business Management Technologies in the Post-Pandemic Period COVID-19. <i>WSEAS Transactions on Business and Economics</i>, vol. 19, pp. 1215-1229. (Scopus, Greece) 7. Illiashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiashenko Nataliia, Golyshcheva Ievgeniia. Intellectual capital management of the university in the system of its innovative development. <i>Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology»</i>. 2022. № 1(15). С. 74-83. URL: http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2022-1/Illiashenko.pdf 8. Illiashenko, S., Illiashenko, N., Shypulina, Y., Raiko, D., Bozhkova, V. (2021). Approach to assessment of prerequisites for implementation of strategic directions of innovative development of industrial enterprises. <i>Eastern-European Journal of Enter-prise Technologies</i>, 3 (13 (111)), 31–46. https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.233520 (Scopus) 9. Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Gryshchenko O. & Derykolenko A. Knowledge management at Ukrainian industrial enterprises in the context of innovative development. <i>Engineering Management in Production and Services</i>. 2020. Vol. 12, Issue 3. PP. 43-56. https://doi.org/10.2478/emj-2020-0018 (Scopus) 10. Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N. & Gryshchenko O. The Information Support System's Formation of Marketing Innovative Decisions in Ukrainian Companies. <i>International Journal of Advanced Science and Technology</i>. 2020. Vol. 29, No. 6s. PP. 1066-1073. https://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9185/5072 (Scopus) П2 Наявність одного патенту на винахід або п'яти деклараційних патентів на винахід чи корисну модель, включаючи секретні, або наявність не менше п'яти свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір 1. Носирев Олександр Олександрович, Кобелева Тетяна Олександрівна, Лляшенко Сергій Миколайович, Кармінська-Белоброва Марина Володимирівна, Глізнуца Марина Юрієвна. Конкурентні бізнес-перспективи туристичної індустрії: економіка, маркетинг, менеджмент. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 96928 від 27.03.2020 р. 2. Кобелева Тетяна Олександрівна, Лляшенко Сергій Миколайович, Носирев Олександр Олександрович, Глізнуца Марина Юрієвна. Комплаєнс-складова конкурентних переваг та ефективність туристичного продукту. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 97073 від 07.04.2020 р. 3. Лляшенко Сергій Миколайович, Кобелева Тетяна Олександрівна, Маслак Марія Володимирівна,
--	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]

								економічного університету імені С. Кузнеця. 2020 р. Затверджена. П8 Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах 1. Науковий керівник д/б наукової теми «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції», № ДР 0118U003572. Виконувалася у СумДУ у 2018-2020 рр. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/78165 2. Член редакційної колегії фахових журналів України: - «Маркетинг і цифрові технології» (http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/editorialboard). - «Економіка: реалії часу» (https://economics.opu.ua/journal) - Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"(економічні науки). (http://es.khpi.edu.ua/). 3. Член редакційної колегії польського рецензованого наукового журналу: - MIND, який публікує статті з питань економіки, менеджменту та маркетингу (https://mindjournal.wseh.pl/ru/redakcionnaya-kollegiya.html). П10 Участь у міжнародних наукових та/або освітніх проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання "суддя міжнародної категорії" за відповідною спеціальністю: Науковий керівник дослідницького проекту польського університету (WSEH - Вища економіко-гуманітарна школа у м. Бельсько-Бяла). Проект «Strategie rozwoju innowacji» (Стратегія інноваційного розвитку), термін виконання 2021-2023 рр. https://wseh.pl/pl/page/badania-naukowe-i-konferencje/badania-naukowe.html П12 Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Лляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Міжнародний імідж і національний бренд України як фактори її інноваційного зростання. Інновації для відродження: національний, регіональний, міжнародний контекст. Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 12-13 жовтня 2023 р. [Електронний ресурс] / Редкол.: В. А. Шаломєєв (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 58-60. 2. .Лляшенко С.М., Лляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Стратегічні підходи до комерціалізації знань як завершального етапу інноваційного процесу. Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Частина 2. м. Полтава, 30 – 31 березня 2023 р. Полтава, 2023. С.89-91. 3. Лляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Інтелектуальний капітал як ключовий фактор повосного відновлення економіки України: проблеми розвитку. Відновлення України та її регіонів в контексті глобальних трендів: управління, адміністрування та забезпечення. Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 25–26 травня 2023 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С.192-195. 4. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Маркетингові комунікації в системі інноваційного розвитку організацій. Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Суми, 6-7 червня 2023 р.). Суми: СНАУ, 2023. С. 189-191. 5. . Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Особливості управління товарною інноваційною політикою промислового підприємства в умовах четвертої промислової революції. Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Полтава, 14 – 15 квітня 2022 р. Полтава, 2022. С. 470-472. http://repository.kpi.kharkov.ua/handl
--	--	--	--	--	--	--	--	---

						e/KhPI-Press/56570 6. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Маркетинг знань в системі інноваційного розвитку університету. Управління проєктами. Перспективи розвитку проєктного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності: збірник наукових праць за матеріалами IV Між-народної науково-практичної інтернет-конференції (24-25 березня 2022 р.). – УДУНТ, УКРНЕТ, НДПВ НАПрН України, Дніпро: Юрсервіс, 2022. С. 204-207. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/57007 7. Ілляшенко С.М. Перспективи розвитку системи вищої освіти України в умовах четвертої промислової революції. Міжнародні економічні відносини. Сталій розвиток України в умовах глобалізації та Європейської економічної інтеграції: проблеми, перспективи, ефективність. ФЕНІКС-2022: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (31 травня 2022 року, м. Харків). Х. : Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу, кафедра економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин, 2022. С. 126-128. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/57543 8. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Завдання маркетингу інновацій в умовах трансформації технологічних укладів. Маркетинг: виклики та рішення : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 21 квітня 2021 року) / за ред. д.е.н., проф. І.Л. Литовченко. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 51-54. ISBN 978-966-992-536-7 http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53144 9. Ілляшенко С.М. Завдання маркетингу на етапах інноваційного процесу на підприємстві: особливості виконання. Матеріали I Міжнародної науково-практичної дистанційної конференції «Проблематика та інноваційна парадигма розвитку економіки, бізнесу та HR-інжинірингу» : 11-12 листопада 2021 р. [Електронний ресурс] / М-во освіти і науки України, Хмельницький. нац. ун-т. – Хмельницький : ХНУ, 2021. С. 329-331. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55183 10. Illiashenko S.M. Marketing communication policy in the management system of innovative development of enterprises. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2021). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2021). Bielsko-Biala: WSEH. P. 89-91 [E-edition]. ISBN 978-83-63649-10-4 http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55330 Пі19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднання Член Громадського Об'єднання "Асоціація вчених за інноваційний розвиток України" (створена у 2018 р.), керівник Сумської обласної філії.	
74494	Ларка Людмила Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом спеціаліста, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2001, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, ДК 055107, виданий 14.10.2009, Аттестат доцента 12ДЦ 030202, виданий 19.01.2012	18	Управління результативністю маркетингової діяльності	1) на підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація); к.е.н. із спеціальності економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності): Кандидат економічних наук, 08.00.04-економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Тема дисертації: «Управління асортиментом і параметрами продукції у ринкових умовах», ДК № 055107 від 14.10.2009 р., Міністерство освіти і науки України 2) на підставі наявності щонайменше п'ятих публікацій у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. Ларка Л.С. Підвищення ефективності управління результативністю маркетингової діяльності підприємства в умовах цифровізації та повоєнного періоду. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2024. № 1 (326). С. 118 - 122. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/76181 2. Ларка Л.С. Формування портфелю інструментів цифрового маркетингу підприємства в умовах відновлення

							економіки України. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 6 (324). С. 128 - 132. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/73698 3. Чернобровкіна С.В., Ларка Л.С. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2023. № 4 . С. 29 – 32. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71414 4. Ларка Л.С. Маркетингові дослідження як інформаційна основа діагностики маркетингової діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 1. С. 80 – 84. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/64035 5. Ларка Л.С. Діагностика ефективності маркетингових досліджень в системі антикризового менеджменту. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. № 6. Т. 1. С. 224 – 227. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61034 Підвищення кваліфікації: 1) Стажування на кафедрі управління персоналом і маркетингу Запорізького національного університету терміном 6 тижнів (180 годин/ 6 кредитів) з 19.09.2022 по 29.10.2022 рр., свідоцтво про підвищення кваліфікації (стажування) № СС02125243/36-22 від 29.10.2022 р.; навчання на загальному курсі англійської мови в освітньому центрі «Volt» з 01.02.2024 р. по 14.06.2024 р. та успішне складання тестів, що підтверджує рівень підготовки B2 (30 годин / 1 кредит), наказ 1138 С від 10.07.2024 р., сертифікат № 240603 від 14.06.2024 р. 2) Сертифікат B2 № 240603 від 14.06.2024р. Відповідність П. 38 Ліц. вимог. П 1, 2, 3, 4, 8, 12, 19 П1 Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Scopus: Arynova Z., Ashirbaeva A., Ustik T., Larka L., Chernysh T., Volkova O. Customs Regulations and Risk Management and Town Planning Marketing on the Way to Smart Cities in the Global Economy. Economic Affairs. 2024. Vol. 69 (Special Issue). P. 317-325. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/76257 (DOI https://doi.org/10.46852/0424-2513.1.2024.33) 2. Ларка Л.С. Підвищення ефективності управління результативністю маркетингової діяльності підприємства в умовах цифровізації та повосного періоду. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2024. № 1 (326). С. 118 - 122. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/76181 3. Чернобровкіна С.В., Ларка Л.С. Діагностика цифрових форм бізнес-комунікацій в маркетинговій діяльності підприємства. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2023. № 4 . С. 29 – 32. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71414 4. Ларка Л.С. Формування портфелю інструментів цифрового маркетингу підприємства в умовах відновлення економіки України. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 6 (324). С. 128 - 132. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/73698 5. Ларка Л.С. Маркетингові дослідження як інформаційна основа діагностики маркетингової діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 1. С. 80 – 84. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/64035 П2 Наявність одного патенту на винахід або п'яти деклараційних патентів на винахід чи корисну модель, включаючи секретні, або наявність не менше п'яти свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір Авторське свідоцтво № 113509 від 29.06.22 на науковий твір "Посилення маркетингового потенціалу підприємства за допомогою маркетингових досліджень" Авторське свідоцтво № 113596 від 05.07.22 на науковий твір "Роль маркетингових досліджень у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю компанії" Авторське свідоцтво № 114591 від 01.09.22 на науковий твір
--	--	--	--	--	--	--	--

								"Особливості організації проведення маркетингових досліджень в умовах інформаційного суспільства" Авторське свідоцтво № 114592 від 01.09.22 на науковий твір "Функції маркетингових досліджень на підприємстві!" Авторське свідоцтво № 114593 від 01.09.22 на науковий твір "Специфіка проведення кабінетних маркетингових досліджень в мережі Інтернет" ПЗ Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора) 1. Ларка Л.С. Роль маркетингових досліджень у забезпеченні конкурентоспроможності організацій бізнесу. Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій : кол. монографія. Харків : ТОВ «Оберіг». 2023. С. 319-355. (Авт. внесок – 1,93 ум.арк.) URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-PRESS/65606 2. Ларка Л.С. Управління маркетинговими дослідженнями. Маркетингова діяльність підприємств : підр. Харків : ТОВ «Оберіг». 2023. С. 121 – 161. (Авт. внесок – 1,57 ум.арк.) URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-PRESS/62858 П4 Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Конспект лекцій з дисципліни "Управління результативністю маркетингової діяльності" для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 "Маркетинг" / уклад. Л. С. Ларка. Харків : НТУ «ХПІ», 2024. 68 с. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-PRESS/80066 2. Методичні рекомендації до практичних занять, самостійної роботи та виконання індивідуального завдання з дисципліни «Управління результативністю маркетингової діяльності» для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» / уклад. Л. С. Ларка. Харків : НТУ «ХПІ», 2024. 40 с. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-PRESS/80063 3. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг в антикризовому менеджменті» для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» / уклад. Л. С. Ларка. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 60 с. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-PRESS/72601 4. Методичні рекомендації до практичних занять, самостійної роботи та виконання індивідуального завдання з дисципліни «Маркетинг в антикризовому менеджменті» для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» / уклад. Л. С. Ларка. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 36 с. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-PRESS/72600 П8 Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах Відповідальний виконавець теми "Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України" (№ ДР 0123U103225 від 13.07.2023) П12 Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Рахова Є.С., Ларка Л.С. Роль маркетингового потенціалу підприємства в системі антикризового менеджменту. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXII міжн. наук.-пр. конф. MicroCAD-2024, 22-25 травня 2024 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. Харків: НТУ «ХПІ». С. 871. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							le/KhPI-Press/79198 2. Ларка Л.С. Маркетингові ризики застосування інструментарію цифрового маркетингу у повосенний період. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2023). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2023). Bielsko-Biala: WSEH. С. 231. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72375 3. Боровик О.Г., Пасічник Д.М., Ларка Л.С. Управління маркетинговими заходами з просування бренду підприємства у соціальних мережах. XVII Міжн. наук.-практ. конф. магістрантів та аспірантів “Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених” (28-30 листопада 2023 р., м. Харків).матеріали конф. Харків : НТУ “ХПІ”. 2023. С. 406. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71553 4. Ларка Л.С. Діагностика ефективності використання інструментів цифрового маркетингу для відновлення підприємств у повосенний період. Маркетинг в Україні : Збірник матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 20 жовтня 2023 р., К.: КНЕУ, 2023. С. 275. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71656 5. Пасічник Д.М., Ларка Л.С. Діагностика управління маркетинговими заходами підприємств сфери гостинності у повосенний період. Маркетингові та організаційні механізми повосенного розвитку галузі гостинності та туризму в Україні : зб. тез доповідей І Всеукр. наук.- практ. конф. (14-15 листопада 2023р., м. Харків). Ч.1. Харків :НТУ “ХПІ”. 2023. С. 192-194. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71503 П19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях Членство в Українській Асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (свідоцтво № 455 від 22.10.2018 р.) Членство в Українській Асоціації Маркетингу (сертифікат № 275 від 22.09.2018 р.)
153214	Косенко Олександра Петрівна	Професор, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Харківський державний політехнічний інститут, рік закінчення: 2000, спеціальність: Менеджмент, Диплом бакалавра, Харківський педагогічний коледж, рік закінчення: 1998, спеціальність: Початкове навчання, Диплом спеціаліста, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2002, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом доктора наук ДД 005833, виданий 29.09.2016, Диплом кандидата наук ДК 042757, виданий 11.10.2007, Атестат доцента 12ДЦ 026664, виданий 20.01.2011, Атестат професора АП 000328, виданий 20.03.2018	26	Бренд менеджмент	На підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація): 1. Кандидат економічних наук, спеціальність 08.02.02 - Економіка та управління науково-технічним прогресом. Диплом ДК № 042757 від 11.10.2007 р., Вища атестаційна комісія України. 2. Доктор економічних наук, спеціальність 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Диплом ДД № 005833 від 29.09.2016 р., Міністерство освіти і науки України. Підвищення кваліфікації - участь в Міжнародному тижні персоналу Erasmus+ 2022-1- HU01-KA171-HED-000072032 Green and Smart Transition in Higher Education, 6-10 травня 2024 р. (згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - участь у мобільності викладачів за програмою "ERAMUS+" 2020-1- HU01-KA107-077935, Мішкольцкй університет, м.Мішкольц, Угорщина, 10.10-14.10.2022 згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - участь у 1-му міжнародному тижні Erasmus+ KA107, який проходив в університеті Мішкольца, Угорщина 25-29 квітня 2022 р згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - участь у мобільності викладачів за програмою "ERAMUS+" 2019-1-HU01-KA107-060574, Мішкольцкй університет, м.Мішкольц, Угорщина, 27.03-2.04.2022 (згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - “Спеціальні форми проведення лекційних занять – резерв активізації навчально-пізнавальної діяльності дисципліни “Соціально-етичний маркетинг”, Національний університет біоресурсів і природокористування України ННІ післядипломної освіти, 2021 р. (60 год.). Свідоцтво про підвищення кваліфікації СС 00493706/015315–21 від 05.11.2021 р. Сертифікат В2 Відповідність П. 38 Ліц. вимог. П.1,3,4,7,8,10,11, 12,14,19 П1 Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку

							фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Kosenko O. P. Marketing strategies as a means to enhance educational innovations / Kosenko O. P., Klimov Maksym // Энергоэбереження. Энергетика. Энергоаудит = Energy saving. Power engineering. Energy audit. – 2024. – № 5 (195). – С. 30-38. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/82037 2. Косенко О. П. Інформаційні війни як маркетинговий інструмент в умовах цифровізації суспільства / О. П. Косенко, М. В. Лучинський // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2024. – № 3. – С. 3-9. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/82038 3. Косенко О. П. Особливості використання соціальних мереж в В2В-секторі [Електронний ресурс] / О. П. Косенко, О. С. Шейн, С. А. Косенко // Ефективна економіка: електронний журнал. – 2024. – № 9. – 19 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/82040 4. Косенко О. П. Маркетингові інструменти для ефективного виходу на міжнародні ринки / О. П. Косенко, О. О. Бур'ян // Інвестиції: практика та досвід. – 2024. – № 7. – С. 53-59. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80087 5. Косенко О. П. Формування маркетингової стратегії підприємства в умовах цифровізації та інформатизації суспільства [Електронний ресурс] / О. П. Косенко, Є. А. Косенко, С. А. Косенко // Ефективна економіка. – Електрон. текст. дані. – 2024. – № 4. – 19 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80093 6. Косенко О. П. Формування маркетингової програми підприємства з урахуванням потенціалу осіб з обмеженими можливостями / О.Косенко, П.Перерва // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) № 4 (2023) 60–64. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80093 7. Косенко О. П. Самомаркетинг як інноваційний метод дослідження ринку праці / А. В. Косенко, О. П. Косенко // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2023. – № 3. – С. 32-35. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66940 8. Kosenko O. Marketing means of information dissemination as a tool of information warfare / O. Kosenko // Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek XIX. évf. – 2022. – No. 4. – P. 86-94. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/63066 9. Стратегія маркетингу логістичних послуг у підприємницькій діяльності: ціноутворення та політика розподілу / П. Г. Перерва [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків: НТУ "ХПІ", 2021. – № 1. – С. 91-97. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54964 10. Косенко О. П. Товарна і цінова політика підприємства при маркетинговому позиціонуванні інноваційного товару на ринку / П. Г. Перерва [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2021. – № 3. – С. 43-48. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56984 11. Kosenko O. P. Evaluation of innovative technology market potential on the basis of technology audit / O. Kosenko [et al.] // Innovative marketing. – 2019. – Vol. 15, iss. 2. – P. 30-41. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/43677 ПЗ . Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора) 1. Косенко О.П. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О. П. Косенко [та ін.] ; ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ТОВ
--	--	--	--	--	--	--	---

						"Оберір", 2023. – 1155 с. , 12,95 авт.арк. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62858 2. Косенко О.П. Підвищення конкурентоздатності підприємницьких структур на основі консюмеризму, брендингу і соціально-етичного маркетингу Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій : кол. монографія / О. П. Косенко [та ін.] ; заг. ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ТОВ "Оберір", 2023. – 468 с. 1,6 авт.арк. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606 3. Косенко О. П. Маркетингові засади формування ринку інноваційно-інтелектуальних продуктів / П. Г. Перерва, О. П. Косенко // Маркетинг і логістика у становленні цифрової економіки України : монографія / наук. ред. Є. В. Крикавський, О. В. Дейнега ; Нац. ун-т "Львів. політехніка" ; Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. – Львів ; Рівне : О. Зень, 2022. – Розд. 2.6. – С. 131-153. 1,5 авт. арк. https://repository.kpi.kharkov.ua/serve/r/api/core/bitstreams/2f66a57c-91ee-4c92-b84a-5bf74fdc30cf/content 4. Косенко О. П. Сучасне управління: ризики, виклики, безпека, перспективність використання та проблеми впровадження в державному та приватному секторах економіки: колективна монографія / Загальна редакція д-ра екон. наук, професора Н.Е. Аванесової. Харків : ФОП Панов А.М., 2021. 636 с. (Розділ 1.2 П.Г. Перерва, Т.О. Кобелева, О.П. Косенко, В.О. Матросова, В.М. Кобелев Міжнародний бізнес: забезпечення економічної безпеки на засадах комплаєнс-функцій, с.25-51) https://kmpa.kh.ua/files/monographies/2021/Сучасне_управління_ризиків_викликів_безпеки_перспективність_використання_та_проблеми_впровадження_колективна_монографія.pdf 5. Косенко О. П. Стратегічні проблеми оновлення промислового виробництва України в сучасних умовах: колективна монографія / За ред.. Сударкіної С.П. – Х.: Друкарня Мадрид, 2020. – 230 с. (розділ 7, с.112-128) http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47744 П4 Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменувань 1. Методичні вказівки до практичних занять та виконання індивідуального завдання з дисципліни "Бренд-менеджмент" [Електронний ресурс] : для здобувачів другого рівня здобуття вищої освіти освітньої програми "Маркетинг" спеціальності 075 "Маркетинг" / уклад.: Косенко О. П. ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2024. – 46 с. – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78506 2. Методичні вказівки до практичних занять та виконання індивідуального завдання з навчальної дисципліни "Соціально-етичний маркетинг" [Електронний ресурс] : для здобувачів першого рівня здобуття вищої освіти освітньої програми "Маркетинг" спеціальності 075 "Маркетинг" / уклад.: Косенко О. П. ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2024. – 12 с. – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78503 3. Methodical instructions for performing an individual task in the discipline "Brand Management" [Electronic resource] : for applicants of the second (master's) level of higher education, educational program "Marketing" specialty 075 "Marketing" / comp.: Kosenko O. P.; National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute". – Electronic text data. – Kharkiv, 2024. – 16 p. – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78507 4. Методичні рекомендації до виконання курсових робіт з дисципліни "Маркетинг". "Комплексне дослідження ринку" для здобувачів освітньої програми "Маркетинг" спеціальності 075 "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання / уклад. П. Г. Перерва [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків :
--	--	--	--	--	--	--

							НТУ "ХПІ", 2023. – 57 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71404 5. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 32 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61123 6. Методичні вказівки до написання дипломної роботи для здобувачів спеціальності 075 "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 36 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61121 7. Методичні вказівки до написання дипломної роботи для здобувачів спеціальності 075 "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 36 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61121 8. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 32 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61123 9. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків: Ткачов О. А., 2022. – 32 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61124 10. Міжнародний інтернет маркетинг: конспект лекцій П. Г. Перерва [та ін.] Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2021. – 54 с. URI: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53800 11. Менеджмент та маркетинг на міжнародному ринку: конспект лекцій П. Г. Перерва [та ін.] Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2021. – 39 с. URI: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53799. 12. Ціноутворення на міжнародному ринку: конспект лекцій П. Г. Перерва [та ін.] Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2021. – 39 с. URI: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53803 8. Маркетинг промислового підприємства : навч. посібник / А. І. Яковлев [та ін.] ; ред.: А. І. Яковлев, М. І. Ларка ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Київ : Кондор, 2019. – 504 с. (розділи 3,7) https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/42123 П7 Участь в атестації наукових кадрів як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради, або члена не менше трьох разових спеціалізованих вчених рад за відповідною спеціальністю - Рецензент на засіданні спеціалізованої вченої ради ДФ ДФ 64.050.002 НТУ «ХПІ», галузь знань 07 Управління та адміністрування, на підставі прилюдного захисту дисертації: «Формування організаційно-економічних засобів підвищення інноваційної прийнятливості персоналу промислових підприємств» за спеціальністю: 073 – Менеджмент, 12.02.2020 року. - Бойченко Олег Ігорович - Офіційний опонент на захисті кандидатської дисертації за спеціальністю 08.00.04 Нестеренко Ольги Володимирівни на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.052.10 в Одеському національному політехнічному університеті 19.09.19 - Офіційний опонент на захисті кандидатської дисертації за спеціальністю 08.00.04 Міркумової Тамари Ігорівни на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 35.052.03 в Національному університеті «Львівська політехніка» 27.12.19 - Офіційний опонент на захисті докторської дисертації за спеціальністю 08.00.04 Мрихіної Олександри Борисівни на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 35.052.03 в Національному університеті «Львівська політехніка»
--	--	--	--	--	--	--	--

							13.09.18 П.8 Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах - Науковий керівник Тем: ОБІГРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ БІЗНЕСУ В УМОВАХ МІНЛИВОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА. Номер державної реєстрації НДР: ДР 0121U110942 Термін виконання: 04.2021 – 04.2023. - Член редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку фахових видань України - Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) - науковий керівник ініціативної теми "Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства", 2023-2025рр.. П.10 Участь у міжнародних наукових та/або освітніх проектах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання "суддя міжнародної категорії" за відповідною спеціальністю: - участь в Міжнародному тижні персоналу Erasmus+ 2022-1- HU01-KA171-HED-000072032 Green and Smart Transition in Higher Education, 6-10 травня 2024 р. (згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - участь у мобільності викладачів за програмою "ERAMUS+" 2020-1- HU01-KA107-077935, Мішкольцкй університет, м.Мішкольц, Угорщина, 10.10-14.10.2022 згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - участь у 1-му міжнародному тижні Erasmus+ KA107, який проходив в університеті Мішкольца, Угорщина 25-29 квітня 2022 р згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - участь у мобільності викладачів за програмою "ERAMUS+" 2019-1-HU01-KA107-060574, Мішкольцкй університет, м.Мішкольц, Угорщина, 27.03-2.04.2022 (згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) П.11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою): - участь у довгостроковому науковому консультуванні в ФОП «Ткачов М.В» за темою «Економічна ефективність використання маркетингових комунікаційних заходів на підприємства» Договір № 17/269-2019 Про наукову співпрацю - участь у комплексній науково-дослідній роботі Договір № 201/07-2022 про науково-технічне співробітництво та наукове консультування за темою «Формування стратегії маркетингової діяльності підприємства ТОВ «НТЦ «ЕКОМАШ»» з 01.12.2022 по 01.12.2027 П.12 Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Косенко О. П. Маркетинг в соціальних мережах / Шейн О. С., Косенко О. П. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 32-ї міжнар. наук.-практ. конф. МісroCAD–2024, [22-25 травня 2024 р.] / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ «ХПІ», 2024. – С. 925. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80034 2. Косенко О. П. Роль соціальних мереж у формуванні іміджу та репутації бренду / Лучинський Максим, Косенко Олександра // Бренд-менеджмент: маркетингові технології : тези доп. 6-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 14 березня 2024 р. / ред. кол.: Анатолій Мазаракі [та ін.]. – Київ : ДТЕУ, 2024. – С. 337-339. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80055 3. Косенко О. П. Вплив діджиталізації на мережевий бізнес:
--	--	--	--	--	--	--	--

нові можливості та виклики у забезпеченні якості продукції [Електронний ресурс] / Косенко О. П., Лучинський М. В. // Нові напрями розвитку науки та техніки в умовах глобальної кризи : зб. наук. матеріалів CXL Міжнар. наук.-практ. конф., 29 березня 2024 р. – Електрон. текст. дані. – Ужгород, 2024. – С. 75-78. – <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80071>

4. Косенко О. П. Мережеві систем лояльності як інструмент підвищення конкурентоспроможності в товарному бізнесі / Косенко О. П., Лучинський М. В. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 32-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2024, [22-25 травня 2024 р.] / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2024. – С. 796. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80038>

5. Косенко О. П. Роль маркетингового менеджменту в забезпеченні стійкого росту підприємства / Олександра Косенко, Олег Бур'ян // Маркетинг в Україні : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 20 жовтня 2023 р. / ред. кол.: Федорченко А. В. – Київ: КНЕУ, 2023. – С. 133-135. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80073>

6. Косенко О.П. Маркетингове дослідження ринку ЄС та його ефективність / О. П. Косенко, П. О. Перерва // Ме ханізми протидії сучасним викликам і загрозам: досвід ЄС для України = Mechanisms for combating modern challenges and threats: lessons from the EU for Ukraine : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. [в рамках виконання проєкту Модуль Жан Моне програми ЄС Еразмус+ на тему "Впровадження механізмів ЄС для протидії сучасним викликам і загрозам" (101085700 – IMEU – ERASMUS-JMO-2022-HEI-TCHRSCH) (2022-2025)], м. Суми, Україна, 28-29 лютого 2024 р. / заг. ред.: В. Школи, М. Домашенко. – Суми: СумДУ, 2024. – С. 124-127. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/81185>

7. Kosenko O.P. Effectiveness of using a trademark in the marketing environment / Kosenko O.P., Pererva P.G., «Управління проєктами. Перспективи розвитку проєктного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності, трансферу технологій»: збірник наукових праць за матеріалами V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (23-24 березня 2023 р.). УДУНТ, УКРНЕТ, НДІПВ НАІПрН України, Дніпро: Юрсервіс, 2023. 730 с. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66020>

8. Косенко О.П. Бренд-менеджмент як фактор успіху [Електронний ресурс] / М. С. Дорогін, О. П. Косенко // Маркетингові та організаційні механізми повосенного розвитку галузі гостинності та туризму України : матеріали 1-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 14-15 листопада 2023 р. : у 2 ч. Ч. 1 / оргком.: Н. В. Якименко-Терещенко [та ін.] ; ред. О. О. Носирев ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – С. 314-317. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71759>

9. Косенко О.П. Продакт-плейсмент, як інструмент просування бренду на ринок [Електронний ресурс] / Д. С. Ведеріс, О. П. Косенко // Маркетингові та організаційні механізми повосенного розвитку галузі гостинності та туризму України : матеріали 1-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 14-15 листопада 2023 р. : у 2 ч. Ч. 2 / оргком.: Н. В. Якименко-Терещенко [та ін.] ; ред. О. О. Носирев ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – С. 195-198. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71934>

10. Косенко О. П. Роль соціальних медіа в маркетинговій діяльності [Електронний ресурс] / О. П. Косенко // Інноваційна модернізація економіки України в умовах євроінтеграційних процесів : матеріали 8-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 27-28 листопада 2023 р. / орг. ком.: О. І. Маслак [та ін.] ; Кременчуц. нац. ун-т ім. М. Остроградського [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Кременчук : КРНУ, 2023. – С. 381-386. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72853>

11. Kosenko O. Impact of influencer marketing on business / O.Kosenko, M.Gurtova // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf.,

							December 2023 / ed. – Electronic text data. – Bielsko-Biala, 2023. – P. 27-29. – – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72532 12. Косенко О. П., Коваленко О. В. Інфлюенсер-маркетинг як інструмент впливу на аудиторію / О. П.Косенко, О. В.Коваленко // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2023 / ed. – Electronic text data. – Bielsko-Biala, 2023. – P. 46-51. – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72532 13. Косенко О.Р. Social media in modern marketing / О.Р. Косенко // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2023 / ed. – Electronic text data. – Bielsko-Biala, 2023. – P. 133-136. – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72532 14. Косенко О. Prospects for ecological marketing development in Ukraine/ А.Oborina, О.Косенко // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2023 / ed. – Electronic text data. – Bielsko-Biala, 2023. – P. 104-107. – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72532 15. Косенко О. Evaluating the effectiveness of social media marketing [Electronic resource] / О. Косенко, А. Е. Yu. Peredrii, P. G. Pererva // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2022 / ed. S. Illiashenko ; Univ. of Economics and Humanities. – Electronic text data. – Bielsko-Biala, 2022. – P. 194-198. – http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60359 16. Косенко О. Assessment of patent value using its citation index [Electronic resource] / P. Pererva, T. Kobielieva, O. Kosenko // Mérleg és kihívások – fenntarthatóság : XII nk. tud. konf., október 12-14 2022, Miskolc-Lillafüred / University of Miskolc. – Electronic text data. – Miskolc, 2022. – P. 563-571. – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62166 П.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II 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. - Керівник постійно діючого студентської проблемної групи «Креативні технології в рекламі та маркетингу». Наказ НТУ "ХПІ" 344 ОД від 14.11.2022р. - Керівник студентської наукової роботи, що зайняла призове місце: Петренко В.Є. - диплом III ступеня у V Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт з маркетингу, Хмельницький національний університет, 2021 р. - член апеляційної комісії Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт за спеціальністю 051 «Економіка» у 2020/2021 навчальному році в Кременчуцькому національному університеті ім. Михайла Остроградського - член апеляційної комісії Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт за спеціальністю 051 «Економіка» у 2019/2020 навчальному році в Кременчуцькому національному університеті ім. Михайла Остроградського - член апеляційної комісії II Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань та спеціальностей зі спеціалізації «Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища» у 2019/2020 навчальному році в Кременчуцькому національному університеті ім. Михайла Остроградського П.19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднання 1) Сертифікат № 280 про членство в Українській асоціації маркетингу 2) Голова Харківського обласного осередку ГО "Об'єднання Маркетологів України"
349625	Літвиненко Марія Владиславна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Харківський політехнічний інститут, рік закінчення: 1997, спеціальність: інженерної механіки, Диплом спеціаліста, Харківський державний політехнічний	19	Основи наукових досліджень	На підставі документів встановленого зразка про про вищу освіту: спеціальність: Маркетинг, кваліфікація: магістр з маркетингу, диплом М9 № 098267 від 24.12.2019р. Підвищення кваліфікації: 1) Стажування на кафедрі управління персоналом і маркетингу

				університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: технологія машинобудування, Диплом магістра, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2019, спеціальність: 075 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 027085, виданий 10.11.2004, Аттестат доцента 12/ДЦ 025586, виданий 01.07.2011			Запорізького національного університету терміном 6 тижнів (180 годин/ 6 кредитів) з 19.09.2022 по 29.10.2022 рр. свідоцтво про підвищення кваліфікації (стажування) № СО2125243/35-22 від 29.10.2022 р. 2) Навчання на загальному курсі англійської мови в освітньому центрі "Volt" з 01.01.24 -14.06.2024 – 30 годин / 1 кредит ECTS. Сертифікат (наказ 1138С від 10.07.2024) 3) Сертифікат В2 № 240604 від 14.06.2024р. Відповідність п. 38 Ліц. вимог. П. 1, 2, 3, 4, 8, 11, 12, 14, 19 П. 1 Наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Літвиненко М.В., Шияладзе Р.Ш. Просування на ринку B2B: особливості та чинники. Тези Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції Світ наукових досліджень. Випуск 22, 2023. С.35-39 URL: https://www.economy-confer.com.ua/full-article/4749/досліджень. Випуск 22, 2023. С.35-39 URL: https://www.economy-confer.com.ua/full-article/4749/ 2 Мірошник М.В., Літвиненко М.В. Застосування новітніх технологій маркетингу у практиці власного бізнесу під час воєнного стану в Україні. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2023. №9. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71319 3 Літвиненко М.В., Мірошник М.В. Результати вимушеного «апгрейду» електронної комерції. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) . Збірник наукових праць. Харків: НТУ «ХПІ». 2022. № 3 С.9-13. URL: http://es.khpi.edu.ua/article/view/271680 4 Літвиненко М.В., Тверська Я.М. Зміни в стратегії розвитку малого підприємництва у зв'язку зі світовою пандемією COVID-19. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences). Збірник наукових праць. Харків: НТУ «ХПІ». 2021. № 2 . С.43-47. URL: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.2.43 5 Літвиненко М.В., Карпутова К.В., Алфімцева О.І. Сучасні тенденції організації власного бізнесу в Україні. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). 2020. № 5. С. 12-16. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/51605 6 М.В. , Галушка Д.В. Формування стратегії компанії, ґрунтуючись на потребі споживача Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). №4 (2020), С 32-36. URL: http://web.kpi.kharkov.ua/bapm/uk/vi-stnik-ntu-hpi 7 Літвиненко О.О., Літвиненко М.В. Власний бізнес на хвилі сучасності. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). 2020. № 2. С. 28-34 URL: http://es.khpi.edu.ua/article/view/205758/205646 П. 2 Наявність одного патенту на винахід або п'яти деклараційних патентів на винахід чи корисну модель, включаючи секретні, або наявність не менше п'яти свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір: 1.Інноваційний підхід при оцінці ключового показника ефективності КПП дистрибуторської компанії №90589. 2.Визначення інноваційного напрямку розвитку хлібопекарських підприємств №90585 3.Реалізація підприємницького потенціалу шляхом спроби створення першого власного бізнесу №90672. 4.Аналіз змін конкурентного середовища виробників м'ясів в Харківській області №90587. 5.Сучасна бізнес-модель Internet просування товару №90586. П. 3 Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора): 1. Літвиненко М.В. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю готелів і ресторанів Готельно-ресторанний бізнес: навч.
--	--	--	--	---	--	--	--

					посібн. для здобувачів освіти спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» другого рівня освіти : колектив авторів ; за ред. проф. Н.В.Якименко-Терещенко ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків, 2024. С.102-141 (1,66 у.а.) https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78268 2. Літвиненко М.В. Основи наукових досліджень. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О. П. Косенко [та ін.] ; ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : ТОВ "Обсерваторія", 2023. С 162-212 (2,13 у.а) http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62858 П.4 Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій загальною кількістю три найменування: 1. Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни «Основи наукових досліджень» для здобувачів освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістр) рівня освіти денної форми навчання/ Уклад.: М.В. Літвиненко. Харків: НТУ «ХПІ», 2023. 39 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/70747 2. Методичні вказівки з до проведення практичних занять з дисципліни «Основи наукових досліджень» для здобувачів освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістр) рівня освіти заочної форми навчання/ Уклад.: М.В. Літвиненко. Харків: НТУ «ХПІ», 2023. 39 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/70748 3. Методичні вказівки щодо виконання індивідуального завдання з дисципліни «Розробка стартап проєктів» для здобувачів економічних спеціальностей першого (бакалавр) рівня освіти денної форми навчання/Уклад.: М.В. Літвиненко. Харків: НТУ «ХПІ», 2024. 8 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75729 4. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Розробка стартап проєктів» для здобувачів економічних спеціальностей першого (бакалавр) рівня освіти денної форми навчання/Уклад.: М.В. Літвиненко. Харків: НТУ «ХПІ», 2024. 26 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75730 П. 8 Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проєкту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах: 1) Відповідальний виконавець ініціативної НДР K1702 «Обґрунтування шляхів забезпечення конкурентоспроможності організації бізнесу в умовах мінливого ринкового середовища» Наказ НТУ «ХПІ» №1480Д від 01 квітня 2021р. (ДРо121U110942) . Термін: 04.2021-04.2023р. 2) Відповідальний виконавець ініціативної НДР «Методи та інструменти маркетингу і менеджменту в цифровій економіці». Термін: 01.07.2023-30.12.2025р. 3) Відповідальний виконавець госпдоговірної теми №17099 «Новітні технології маркетингу та їх специфіка в діяльності підприємств України». Теомін: 0.102.2024-31.01.2025р. П. 11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою): Керівник договору на надання наукових консультацій за напрямками: 051 Економіка, 056 Міжнародні економічні відносини, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа та страхування, 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність відповідно до договорів №88/173-2018 та №88/174-2018. Підприємства AERO-IMMOBILIERE DE MANAGEMENT ET D'ENTREPOTS (Франція) та PROCOPTERE AVIATION (Франція). Термін: 2018-2028 p.p. П. 12 Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій:
--	--	--	--	--	--

1 Скрипченко Я.В., Літвиненко М.В. Франчайзинг – сучасний інструмент розвитку підприємницької діяльності. Тези конференції теоретичні та практичні дослідження молодих вчених. XVII Міжн. наук.-практ. конф. магістрантів та аспірантів (28-30 листопада 2023 р., м. Харків). Харків : НТУ «ХПІ», 2023. С.416-417.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/items/e2b505fo-7e26-49b2-95a5-1b103eed91d4>

2 Літвиненко М.В., Возненко В.О. Дослідження довісного стану туристичної галузі України. Тези Всеукраїнської науково-практичної конференції «Маркетингові та організаційні механізми повосного розвитку галузі гостинності та туризму України», м. Харків, НТУ «ХПІ», 14-15 листопада 2023 року. С.380-385
<https://web.kpi.kharkov.ua/marketing/conf2023/>

3 Літвиненко М.В., Шиладзе Р.Ш. Просування на ринку B2B: особливості та чинники. Тези Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції Світ наукових досліджень. Випуск 22, 2023р. С.35-39
<https://www.economy-confer.com.ua/full-article/4749/>

4 Дрепін І.М., Літвиненко М.В. Особливості інтернет-маркетингу підприємств України для світового ринку. XIV Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів «Теоретичні та практичні дослідження молодих науковців» (14–16 грудня 2022 року): матеріали конференції / за ред. проф. Є.І. Сокола. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. С.220.
http://web.kpi.kharkov.ua/masters/wp-content/uploads/sites/135/2022/12/TP-RYS-2022-1_compressed.pdf 10.

5 Сушко Є.І., Літвиненко М.В. Конкурентоспроможність продукту на сучасному ринку. XIV Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів «Теоретичні та практичні дослідження молодих науковців» (14–16 грудня 2022 року): матеріали конференції / за ред. проф. Є.І. Сокола. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. С.209-2010.
http://web.kpi.kharkov.ua/masters/wp-content/uploads/sites/135/2022/12/TP-RYS-2022-1_compressed.pdf

6 Скорик І.М., Літвиненко М.В. Дослідження системи управління маркетингом на сучасному підприємстві. Тези XI Міжвузівської науково-практичної конференції Національної академії Національної гвардії України. Харків. 2021. С. 98-200 .
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61721>

7 Літвиненко О.О., Літвиненко М.В. Застосування інструментарію маркетингового управління в ринковій діяльності підприємств. Тези Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Сучасні технології менеджменту». Луцьк. 2021. С.66-68.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61722>

8 Літвиненко О.О., Літвиненко М.В. Цілісна концепція управління торговим простором і асортиментом фармацевтичної продукції для аптечних мереж. Тези IX Міжнародної науково-практичної дистанційної конференції «Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики. Харків: Нац. фармац. ун-т, 2021. С.363-364
<https://mmf.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2021/04/zbirnik-gotovij-2021-.pdf>

9 Літвиненко М.В. Аналіз зв'язку маркетингу з цілями бізнесу у соціальних мережах Маркетинг XXI століття: виклики змін : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю заснування кафедри маркетингу і комерційної діяльності ХДУХТ, 2020. С.200-202
http://www.hduht.edu.ua/images/hduht/ nauka/conf/2020/pr_k_o8.10.20.pdf 10

Літвиненко О.О. Необхідність впровадження концепції свідомого споживання в сучасній Україні/ О.О. Літвиненко, М.В. Літвиненко // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXVIII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2020, 28-30 жовтня 2020 р.: у 5 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. Харків: НТУ «ХПІ». С. 186.
http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/49068/1/Conference_NTU_KhPI_2020_MicroCAD_Ch_3.pdf

11 Літвиненко М.В. Алфімцева О.І. Особливості маркетингу в сучасному електронному бізнесі/ О.І. Алфімцева, С.В. Поташенко, М.В. Літвиненко // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXVIII міжнародної науково-

						практичної конференції MicroCAD-2020, 28-30 жовтня 2020 р.: у 5 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». С. 26. http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/49068/1/Conference_NTU_KhPI_2020_MicroCAD_Ch_3.pdf П. 14 Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II 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: 1) Керівник діючої проблемної групи наукової студентської спільноти «Startup» Наказ НТУ ХПІ № 423 ОД від 13.11.2023 2) Керівництво студентом, який зайняв I місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт 1 туру – БЕМ-919к Мілян Діана Романівна (наказ №142ОД від 13.04.23.) – БЕМ-м923а Богдановська Маргарита Ігорівна (наказ №552СТ від 13.03.24) П. 19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях 1) Асоційований член Української Асоціації з розвитку менеджменту та бізнес освіти (Свідоцтво №456 від 22 жовтня 2018 р.) 2) Член Української асоціації маркетингу (Сертифікат №278 від 22 вересня 2018 р.) Наукові публікації у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. L. Lyubchuk, G. Grinberg, Z. Konokhova and K. Yamkovyi, "Composite Indicators Building Based on Concordant of Expert-Statistical Information Using Biased Ridge Kernel Regression," 2023 IEEE 12th International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications (IDAACS), Dortmund, Germany, 2023, pp. 617-620. doi: 10.1109/IDAACS58523.2023.10348812 https://ieeexplore.ieee.org/document/10348812 2. L. Lyubchuk, G. Grinberg and K. Yamkovyi, "Machine Learning-Based Predictive Maintenance using Data Aggregation via Regularized Clustering," 2023 13th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies (DESSERT), Athens, Greece, 2023, pp. 1-6. doi: 10.1109/DESSERT61349.2023.10416542 https://ieeexplore.ieee.org/document/10416542 3. L. Lyubchuk, H. Holotaistrova, G. Grinberg and O. Kostyuk, "Averaged Dynamic Models of Queuing Networks with Finite Buffer Capacity and Blocking," 13th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Wroclaw, Poland, 2023, pp. 135-138. doi: 10.1109/ACIT58437.2023.10275625 4. Leonid Lyubchuk, Galyna Grinberg, Zoia Konokhova. Reconstruction of customer preference in digital marketing based on kernel machine learning «Світ наукових досліджень. Випуск 20»: матеріали Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції, (м. Тернопіль, Україна – м. Переворськ, Польща, 20-21 червня 2023 р.) / [редкол. : О. Патряк та ін.] ; ГО "Наукова спільнота"; WSSG w Przeworsku. – Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б. – С.13-15. ISSN 2786-6823 (print). Internet address of the article on the web-site: http://www.economy-confer.com.ua/full-article/4681/ 5. Akhiezer O., Grinberg G., Lyubchuk L., Yamkovyi K. Failure Rate Regressive Model Building from Aggregated Data Using Kernel-based Mahine Learning Methods. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Системний аналіз, управління та інформаційні технології, No 2 (8)'2022, pp. 51-56. https://doi.org/10.20998/2079-0023.2022.02.08 6. Lyubchuk, L., Akhiezer, O., Grinberg, G., Yamkovyi, K. Machine Learning-Based Failure Rate Identification for Predictive Maintenance in Industry 4.0. Proceedings of the 2022 IEEE 12th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies, DESSERT 2022 doi: 10.1109/DESSERT58054.2022.10018614 7. Lyubchuk, L., Zaitsev, Y., Grinberg, G., Kostyuk, O. Set-Valued Markov Chain Dependability Model with Uncertain Data. Proceedings of the 2022 IEEE 12th International
134919	Грінберг Галина Леонідівна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом спеціаліста, Полтавський інженерно-будівельний інститут, рік закінчення: 1980, спеціальність: електроенергетика-електропостачання промислових підприємств, Диплом кандидата наук ТН 120298, виданий 14.06.1989, Аттестат доцента ДЦ 009259, виданий 21.10.2004	33	Засоби аналізу даних

[illegible]

					"Ідентифікація нелінійних функцій переважень у задачах багатокритеріального експертного оцінювання". Номер свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір 88576 3. Грінберг Галина Леонідівна, Любчик Леонід Михайлович. "Детерміновані балансні динамічні моделі мереж постачання". Номер свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір 88578 4. Грінберг Галина Леонідівна, Любчик Леонід Михайлович. Стаття "Прогнозування фінансових часових рядів на основі методу опорних векторів". Номер свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір 88578 5. Грінберг Галина Леонідівна, Любчик Леонід Михайлович. Стаття "Корекція автоматизованого розрахунку техніко-економічних показників енергоблока в умовах неточних вимірювань". Номер свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір 88579 https://ukrpatent.org/atachs/BULETE_N____Avtor_Pravo_____Ez%84%96%2053-2019____Do%B8%Do%B7%Do%BC.pdf П4 наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1) Економічна інформатика [Електронний ресурс] : метод. вказівки до виконання розрахункового завдання : для студентів спец.: 051 "Економіка", 071 "Облік та оподаткування", 072 "Фінанси, банківська справа та страхування", 073 "Менеджмент", 075 "Маркетинг", 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність", 292 "Міжнародні економічні відносини", 241 "Готельно-ресторанна справа" денної форми навчання / уклад.: З. П. Конохова, Г. Л. Грінберг ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 20 с. – URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71603. 2) Економічна інформатика [Електронний ресурс] : метод. вказівки до виконання лабораторних робіт : для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти спец.: 051 "Економіка", 071 "Облік та оподаткування", 072 "Фінанси, банківська справа та страхування", 073 "Менеджмент", 075 "Маркетинг", 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність", 292 "Міжнародні економічні відносини", 241 "Готельно-ресторанна справа" денної форми навчання / уклад.: Г. Л. Грінберг, З. П. Конохова ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 54 с. – URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71602. 3) Засоби аналізу даних [Електронний ресурс] : метод. вказівки до виконання розрахункового завдання : для студентів спец. 075 "Маркетинг" / уклад.: З. П. Конохова, Г. Л. Грінберг ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 20 с. – URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71605. 4) Засоби аналізу даних [Електронний ресурс] : метод. вказівки до виконання лабораторних робіт : для здобувачів освітньої програми "Маркетинг" другого (магістр) рівня освіти денної та заочної форм навчання / уклад.: Г. Л. Грінберг, З. П. Конохова ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 100 с. – URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71604. П10. участь у міжнародних наукових та/або освітніх проєктах: 1) "World Academy of Science, Engineering and Technology (WASET)". Membership of International Research Scientific and Technical Committee & Editorial Review Board on Electrical and Information Engineering https://waset.org/ 2) "International Center of Informatics and Computer Science (ICICS)" (Ukraine – China). https://www.icics.net/ https://www.icics.net/committeesList.html?cid=15 https://www.icics.net/committeesList.html?cid=17 П11. Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою)
--	--	--	--	--	--

							Договір № 88/231-2019 від 01.02.2019 на термін 01.02.2019-01.02.2025. Замовник ТОВ «CloudWorks LTD». «Розробка методики та інформаційних технологій інтелектуального аналізу економічної інформації». П 12. наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1) Leonid Lyubchuk, Galyna Grinberg, Zoia Konokhova. «Світ наукових досліджень. Випуск 20»: матеріали Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції, (м. Тернопіль, Україна – м. Перевоorsk, Польща, 20-21 червня 2023 р.) / [редкол. : О. Патряк та ін.]; ГО "Наукова спільнота"; WSSG w Przeworsku. – Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б. – С.13-15. ISSN 2786-6823 (print). Internet address of the article on the web-site: http://www.economy-confer.com.ua/full-article/4681/ 2) Грінберг Г.Л., Водовозова Є.Є. Експертно-статистичний метод побудови інтегральних індикаторів соціальних і техніко-економічних систем // Міжнародний науковий журнал «Грааль науки», № 4, 2021. С. 285-289. ISSN 2710-3056 3) Грінберг Г.Л. Stock market statistical data analysis for stock prices forecasting and trading decision support // Міжнародний науковий журнал «Scientific collection «interconf», № 58, 2021, ст. 283-288. ISSN 2709-4685. 4) Grinberg Galyna, Lyubchuk Leonid. Economic and mathematical modeling of supply chain networks: principles and approaches. Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути [зб. наук. пр.]: матеріали XV міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Київ, 29 квітня 2021 р.). Київ, 2021. 426 с 5) Ахісєєв О.Б., Грінберг Г.Л. Машинне навчання ранжуванню: Моделі, методи, алгоритми. Formation of innovative potential of world scientific paper "SCIENTIA" with Proceedings of the I International Scientific and Theoretical Conference (Vol/ 1), May 7, Tel Aviv, State of Israel: European Scientific Platform. ISBN 978-1-63848-593-3 6) Грінберг Г.Л. Інтелектуальний аналіз даних в маркетингових дослідженнях. Матеріали конференції Theoretical and practical aspects of modern scientific research, Май 6, 2021. https://doi.org/10.36074/logos-30.04.2021.v1.11 7) Галина Грінберг, Леонід Любчик. Перспективи розвитку інформаційних технологій управління якістю освіти на основі впровадження процесного підходу. Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації. Збірник наукових праць. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації» 30 квітня 2021 року Вип. 70 П 19. Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (УАРМБО), свідоцтво №509 від 12.04.2019.	
134919	Грінберг Галина Леонідівна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом спеціаліста, Полтавський інженерно-будівельний інститут, рік закінчення: 1980, спеціальність: електроенергетика-електропостачання промислових підприємств, Диплом кандидата наук ТН 120298, виданий 14.06.1989, Аттестат доцента ДЦ 009259, виданий 21.10.2004	33	Data analysis tools	Наукові публікації у наукових виданнях, які включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection, протягом останніх п'яти років: 1. L. Lyubchuk, G. Grinberg, Z. Konokhova and K. Yamkovyi, "Composite Indicators Building Based on Concordant of Expert-Statistical Information Using Biased Ridge Kernel Regression," 2023 IEEE 12th International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications (IDAACS), Dortmund, Germany, 2023, pp. 617-620. doi: 10.1109/IDAACS58523.2023.10348812 https://ieeexplore.ieee.org/document/10348812 2. L. Lyubchuk, G. Grinberg and K. Yamkovyi, "Machine Learning-Based Predictive Maintenance using Data Aggregation via Regularized Clustering," 2023 13th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies (DESSERT), Athens, Greece, 2023, pp. 1-6. doi: 10.1109/DESSERT61349.2023.10416542 https://ieeexplore.ieee.org/document/10416542 3. L. Lyubchuk, H. Holotaistrova, G. Grinberg and O. Kostyuk. "Averaged Dynamic Models of Queuing Networks with Finite Buffer Capacity and Blocking," 13th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Wroclaw, Poland, 2023, pp. 135-138.	

							doi: 10.1109/ACIT58437.2023.10275625 4. Leonid Lyubchyk, Galyna Grinberg, Zoia Konokhova. Reconstruction of customer preference in digital marketing based on kernel machine learning «Світ наукових досліджень. Випуск 20»: матеріали Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції, (м. Тернопіль, Україна – м. Переворськ, Польща, 20-21 червня 2023 р.) / [редкол. : О. Патряк та ін.]; ГО "Наукова спільнота"; WSSG w Przeworsku. – Тернопіль: ФО-П Ілпак В.Б. – С.13-15. ISSN 2786-6823 (print). Internet address of the article on the web-site: http://www.economy-confer.com.ua/full-article/4681/ 5. Akhiezer O., Grinberg G., Lyubchyk L., Yamkovyi K. Failure Rate Regressive Model Building from Aggregated Data Using Kernel-based Mahine Learning Methods. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Системний аналіз, управління та інформаційні технології, No 2 (8) 2022, pp. 51-56. https://doi.org/10.20998/2079-0023.2022.02.08 6. Lyubchyk, L., Akhiezer, O., Grinberg, G., Yamkovyi, K. Machine Learning-Based Failure Rate Identification for Predictive Maintenance in Industry 4.0. Proceedings of the 2022 IEEE 12th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies, DESSERT 2022 doi: 10.1109/DESSERT58054.2022.10018614 7. Lyubchyk, L., Zaitsev, Y., Grinberg, G., Kostyuk, O. Set-Valued Markov Chain Dependability Model with Uncertain Data. Proceedings of the 2022 IEEE 12th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies, DESSERT 2022 doi: 10.1109/DESSERT58054.2022.10018656 8. Lyubchyk, L., Grinberg, G., Akhiezer, O., Kostyuk, O., Serdiuk, I. Stability Analysis of Aggregated and Time Decomposed Power Market Dynamic Model. 11th International Conference on Advanced Computer Information Technologies, ACIT 2021 - Proceedings, 2021 doi: 10.1109/ACIT52158.2021.9548397 9. Lyubchyk, L., Galuza, A., Grinberg, G. Semi-supervised Learning to Rank with Nonlinear Preference Model. Studies in Fuzziness and Soft Computing, 2020 doi.org/10.1007/978-3-030-38893-5_5 10. Lyubchyk, L., Grinberg, G., Lubchick, M., Galuza, A., Akhiezer, O. Interval Evaluation of Stationary State Probabilities for Markov Set-Chain Models. 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies, ACIT 2020 - Proceedings, 2020 doi: 10.1109/ACIT49673.2020.9208932. Підвищення кваліфікації за індивідуальним планом (червень 2023 року, 180 годин, 6 кредитів.): 1) удосконалення знань іноземної мови (Сертифікат № 1807 курсів англійської мови «English school of tomorrow» від 28.02.2023) - 196 годин, 2022-2023pp / 2 кредити ECTS; 2) Самоосвіта (статті у виданнях, що індексуються в Scopus, – 8 публікацій з 2019 по 2022 рік – 4 кредити ECTS; 3) Участь в конференціях, підтверджена сертифікатами – 1,8 кредиту. 4) Сертифікат B2 від 23.02 2023р. Відповідність П. 38 Ліц. вимог. П 1, 2, 4, 10, 11, 12, 19 Пі. Найвність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection: 1. L. Lyubchyk, G. Grinberg, Z. Konokhova and K. Yamkovyi, "Composite Indicators Building Based on Concordant of Expert-Statistical Information Using Biased Ridge Kernel Regression," 2023 IEEE 12th International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications (IDAACS), Dortmund, Germany, 2023, pp. 617-620. (Scopus) 2. L. Lyubchyk, G. Grinberg and K. Yamkovyi, "Machine Learning-Based Predictive Maintenance using Data Aggregation via Regularized Clustering," 2023 13th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies (DESSERT), Athens, Greece, 2023, pp. 1-6. (Scopus) 3. L. Lyubchyk, H. Holotaistrova, G. Grinberg and O. Kostyuk. "Averaged Dynamic Models of Queuing Networks with Finite Buffer Capacity and Blocking," 13th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Wroclaw, Poland, 2023, pp. 135-138. (Scopus) 4. Lyubchyk, L., Akhiezer, O., Grinberg, G., Yamkovyi, K. Machine Learning-Based Failure Rate Identification for Predictive Maintenance in Industry 4.0.
--	--	--	--	--	--	--	--

							Proceedings of the 2022 IEEE 12th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies, DESSSERT 2022(Scopus) 5. Lyubchuk, L., Zaitsev, Y., Grinberg, G., Kostyuk, O. Set-Valued Markov Chain Dependability Model with Uncertain Data. Proceedings of the 2022 IEEE 12th International Conference on Dependable Systems, Services and Technologies, DESSSERT 2022(Scopus) 6. Lyubchuk, L., Grinberg, G., Akhiezer, O., Kostyuk, O., Serdiuk, I. Stability Analysis of Aggregated and Time Decomposed Power Market Dynamic Model. 11th International Conference on Advanced Computer Information Technologies, ACIT 2021 - Proceedings, 2021 (Scopus) 7. Lyubchuk, L., Galuza, A., Grinberg, G. Semi-supervised Learning to Rank with Nonlinear Preference Model. Studies in Fuzziness and Soft Computing, 2020 4. Lyubchuk, L., Grinberg, G., Lubchick, M., Galuza, A., Akhiezer, O. Interval Evaluation of Stationary State Probabilities for Markov Set-Chain Models. 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies, ACIT 2020 - Proceedings, 2020 (Scopus) П 2. наявність п'яти свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір Свідоцтва на реєстрацію авторського права на твір, 1. Грінберг Галина Леонідівна, Любчик Леонід Михайлович, Любчик Євген Леонідович. Стаття "Моделювання оптимальної стратегії інвестора на фінансовому ринку". Номер свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір 88575 2. Грінберг Галина Леонідівна, Любчик Марія Леонідівна. Стаття "Ідентифікація нелінійних функцій переважень у задачах багатокритеріального експертного оцінювання". Номер свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір 88576 3. Грінберг Галина Леонідівна, Любчик Леонід Михайлович. "Детерміновані балансні динамічні моделі мереж постачання". Номер свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір 88578 4. Грінберг Галина Леонідівна, Любчик Леонід Михайлович. Стаття "Прогнозування фінансових часових рядів на основі методу опорних векторів". Номер свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір 88578 5. Грінберг Галина Леонідівна, Любчик Леонід Михайлович. Стаття "Корекція автоматизованого розрахунку техніко-економічних показників енергоблока в умовах неточних вимірювань". Номер свідоцтва про реєстрацію авторського права на твір 88579 https://ukrpatent.org/atachs/BULETE_N_Avtor_Pravo_8496%2019_88579.pdf П4 наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1). Економічна інформатика [Електронний ресурс] : метод. вказівки до виконання розрахункового завдання : для студентів спец.: 051 "Економіка", 071 "Облік та оподаткування", 072 "Фінанси, банківська справа та страхування", 073 "Менеджмент", 075 "Маркетинг", 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність", 292 "Міжнародні економічні відносини", 241 "Готельно-ресторанна справа" денної форми навчання / уклад.: З. П. Конохова, Г. Л. Грінберг ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 20 с. – URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71603. 2) Економічна інформатика [Електронний ресурс] : метод. вказівки до виконання лабораторних робіт : для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти спец.: 051 "Економіка", 071 "Облік та оподаткування", 072 "Фінанси, банківська справа та страхування", 073 "Менеджмент", 075 "Маркетинг", 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність", 292 "Міжнародні економічні відносини", 241 "Готельно-ресторанна справа" денної форми навчання / уклад.: Г. Л. Грінберг, З. П. Конохова ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 54 с. – URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71602. 3) Засоби аналізу даних [Електронний ресурс] : метод.
--	--	--	--	--	--	--	--

					вказівки до виконання розрахункового завдання : для студентів спец. 075 "Маркетинг" / уклад.: З. П. Конохова, Г. Л. Грінберг ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 20 с. – URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71605. 4) Засоби аналізу даних [Електронний ресурс] : метод. вказівки до виконання лабораторних робіт : для здобувачів освітньої програми "Маркетинг" другого (магістр) рівня освіти денної та заочної форм навчання / уклад.: Г. Л. Грінберг, З. П. Конохова ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 100 с. – URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71604. П10. участь у міжнародних наукових та/або освітніх проєктах: 1) "World Academy of Science, Engineering and Technology (WASET)". Membership of International Research Scientific and Technical Committee & Editorial Review Board on Electrical and Information Engineering https://waset.org/ 2) "International Center of Informatics and Computer Science (ICICS)" (Ukraine – China). https://www.icics.net/ https://www.icics.net/committeesList.html?cid=15 https://www.icics.net/committeesList.html?cid=17 П11. Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою) Договір № 88/231-2019 від 01.02.2019 на термін 01.02.2019-01.02.2025. Замовник ТОВ «CloudWorks LTD». «Розробка методики та інформаційних технологій інтелектуального аналізу економічної інформації». П 12. наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1) Leonid Lyubchuk, Galyna Grinberg, Zoia Konokhova. «Світ наукових досліджень. Випуск 20»: матеріали Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції, (м. Тернопіль, Україна – м. Переворськ, Польща, 20-21 червня 2023 р.) / [редкол. : О. Патряк та ін.] ; ГО "Наукова спільнота"; WSSG w Przeworsku. – Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б. – С.13-15. ISSN 2786-6823 (print). Internet address of the article on the web-site: http://www.economy-confer.com.ua/full-article/4681/ 2) Грінберг Г.Л., Водовозова Є.Є. Експертно-статистичний метод побудови інтегральних індикаторів соціальних і техніко-економічних систем // Міжнародний науковий журнал «Грааль науки», № 4, 2021. С. 285-289. ISSN 2710-3056 3) Грінберґ Г.Л. Stock market statistical data analysis for stock prices forecasting and trading decision support // Міжнародний науковий журнал «Scientific collection «interconf», № 58, 2021, ст. 283-288. ISSN 2709-4685. 4) Grinberg Galyna, Lyubchuk Leonid. Economic and mathematical modeling of supply chain networks: principles and approaches. Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути [зб. наук. пр.]: матеріали XV міжнародної науково практичної інтернет-конференції (м. Київ, 29 квітня 2021 р.). Київ, 2021. 426 с 5) Ахісєр О.Б., Грінберг Г.Л. Машинне навчання ранжуванню: Моделі, методи, алгоритми. Formation of innovative potential of world scientific paper "SCIENTIA" with Proceedings of the I International Scientific and Theoretical Conference (Vol/ 1), May 7, Tel Aviv, State of Israel: European Scientific Platform. ISBN 978-1-63848-593-3 6) Грінберг Г.Л. Інтелектуальний аналіз даних в маркетингових дослідженнях. Матеріали конференції Theoretical and practical aspects of modern scientific research, Май 6, 2021. https://doi.org/10.36074/logos-30.04.2021.v1.i1 7) Галнна Грінберг, Леонід Любчик. Перспективи розвитку інформаційних технологій управління якістю освіти на основі впровадження процесного підходу. Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації. Збірник наукових праць. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації» 30 квітня 2021 року Вип. 70 П 19. Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях
--	--	--	--	--	---

							Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (УАРМБО), свідоцтво №509 від 12.04.2019.
153214	Косенко Олександра Петрівна	Професор, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Харківський державний політехнічний інститут, рік закінчення: 2000, спеціальність: Менеджмент, Диплом бакалавра, Харківський педагогічний коледж, рік закінчення: 1998, спеціальність: Початкове навчання, Диплом спеціаліста, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2002, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом доктора наук ДД 005833, виданий 29.09.2016, Диплом кандидата наук ДК 042757, виданий 11.10.2007, Аттестат доцента 12/Ц 026664, виданий 20.01.2011, Аттестат професора АП 000328, виданий 20.03.2018	26	Brand management	На підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація): 1. Кандидат економічних наук, спеціальність 08.02.02 - Економіка та управління науково-технічним прогресом. Диплом ДК № 042757 від 11.10.2007 р., Вища атестаційна комісія України. 2. Доктор економічних наук, спеціальність 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Диплом ДД № 005833 від 29.09.2016 р., Міністерство освіти і науки України. Підвищення кваліфікації - участь в Міжнародному тижні персоналу Erasmus+ 2022-1- HU01-KA171-HE0-000072032 Green and Smart Transition in Higher Education, 6-10 травня 2024 р. (згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - участь у мобільності викладачів за програмою "ERAMUS+" 2020-1- HU01-KA107-077935, Мішкольцький університет, м.Мішкольц, Угорщина, 10.10-14.10.2022 згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - участь у 1-му міжнародному тижні Erasmus+ KA107, який проходив в університеті Мішкольца, Угорщина 25-29 квітня 2022 р згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - участь у мобільності викладачів за програмою "ERAMUS+" 2019-1-HU01-KA107-060574, Мішкольцький університет, м.Мішкольц, Угорщина, 27.03-2.04.2022 (згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - "Спеціальні форми проведення лекційних занять – резерв активізації навчально-пізнавальної діяльності дисципліни "Соціально-етичний маркетинг", Національний університет біоресурсів і природокористування України ННІ післядипломної освіти, 2021 р. (60 год.). Свідоцтво про підвищення кваліфікації СС 00493706/015315–21 від 05.11.2021 р. Сертифікат B2 Відповідність П. 38 Ліц. вимог. П.1,3,4,7,8,10,11, 12,14,19 П1 Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Kosenko O. P. Marketing strategies as a means to enhance educational innovations / Kosenko O. P., Klimov Maksym // Энергобереження. Энергетика. Энергоаудит = Energy saving. Power engineering. Energy audit. – 2024. – № 5 (195). – С. 30-38. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/82037 2. Косенко О. П. Інформаційні війни як маркетинговий інструмент в умовах цифровізації суспільства / О. П. Косенко, М. В. Лучинський // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2024. – № 3. – С. 3-9. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/82038 3. Косенко О. П. Особливості використання соціальних мереж в B2B-секторі [Електронний ресурс] / О. П. Косенко, О. С. Шейн, С. А. Косенко // Ефективна економіка: електронний журнал. – 2024. – № 9. – 19 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/82040 4. Косенко О. П. Маркетингові інструменти для ефективного виходу на міжнародні ринки / О. П. Косенко, О. О. Бур'ян // Інвестиції: практика та досвід. – 2024. – № 7. – С. 53-59. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80087 5. Косенко О. П. Формування маркетингової стратегії підприємства в умовах цифровізації та інформатизації суспільства [Електронний ресурс] / О. П. Косенко, С. А. Косенко, С. А. Косенко // Ефективна економіка. – Електрон. текст. дані. – 2024. – № 4. – 19 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80093 6. Косенко О. П. Формування маркетингової програми підприємства з урахуванням

потенціалу осіб з обмеженими можливостями / О. Косенко, П. Перерва // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) № 4 (2023) 60–64.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80093>

7. Косенко О. П. Самомаркетинг як інноваційний метод дослідження ринку праці / А. В. Косенко, О. П. Косенко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences): зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2023. – № 3. – С. 32–35.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66940>

8. Kosenko O. Marketing means of information dissemination as a tool of information warfare / O. Kosenko // Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek XIX. évf. – 2022. – No. 4. – P. 86–94.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/63066>

9. Стратегія маркетингу логістичних послуг у підприємницькій діяльності: ціноутворення та політика розподілу / П. Г. Перерва [та ін.] // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences): зб. наук. пр. – Харків: НТУ «ХПІ», 2021. – № 1. – С. 91–97.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54964>

10. Косенко О. П. Товарна і цінова політика підприємства при маркетинговому позиціонуванні інноваційного товару на ринку / П. Г. Перерва [та ін.] // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences): зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2021. – № 3. – С. 43–48.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56984>

11. Kosenko O. P. Evaluation of innovative technology market potential on the basis of technology audit / O. Kosenko [et al.] // Innovative marketing. – 2019. – Vol. 15, iss. 2. – P. 30–41.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/43677>

ПЗ . Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора)

1. Косенко О.П. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О. П. Косенко [та ін.] ; ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ТОВ "Оберпір", 2023. – 1155 с. , 12,95 авт.арк. URI
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62858>

2. Косенко О.П. Підвищення конкурентоздатності підприємницьких структур на основі консюмеризму, брендингу і соціально-етичного маркетингу Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій : кол. монографія / О. П. Косенко [та ін.] ; заг. ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : ТОВ "Оберпір", 2023. – 468 с. 1,6 авт.арк. URI
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606>

3. Косенко О. П. Маркетингові засади формування ринку інноваційно-інтелектуальних продуктів / П. Г. Перерва, О. П. Косенко // Маркетинг і логістика у становленні цифрової економіки України : монографія / наук. ред. Є. В. Крикавський, О. В. Дейнега ; Нац. ун-т "Львів. політехніка" ; Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. – Львів ; Рівне : О. Зень, 2022. – Розд. 2.6. – С. 131–153. 1,5 авт. арк.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/serve/r/api/core/bitstreams/2f66a57c-91ee-4c92-b84a-5bf74fdc30cf/content>

4. Косенко О. П. Сучасне управління: ризики, виклики, безпека, перспективність використання та проблеми впровадження в державному та приватному секторах економіки: колективна монографія / Загальна редакція д-ра екон. наук, професора Н.Е. Аванесової. Харків : ФОП Панов А.М., 2021. 636 с. (Розділ 1.2 П.Г. Перерва, Т.О. Кобелєва, О.П. Косенко, В.О. Матросова, В.М. Кобелєв Міжнародний бізнес: забезпечення економічної безпеки на засадах комплас-функції, с.25–51)
<https://kmpa.kh.ua/files/monographies/2021/>

Сучасне управління ризики виклик и безпека перспективність викорис тання та проблеми впровадження_

							колективна_монографія.pdf 5. Косенко О. П. Стратегічні проблеми оновлення промислового виробництва України в сучасних умовах: колективна монографія / За ред. Сударкіної С.П. – Х.: Друкарня Мадрид, 2020. – 230 с. (розділ 7, с.112-128) http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/47744 П4 Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменувань 1. Методичні вказівки до практичних занять та виконання індивідуального завдання з дисципліни "Бренд-менеджмент" [Електронний ресурс] : для здобувачів другого рівня здобуття вищої освіти освітньої програми "Маркетинг" спеціальності 075 "Маркетинг" / уклад.: Косенко О. П. ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2024. – 46 с. – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78506 2. Методичні вказівки до практичних занять та виконання індивідуального завдання з навчальної дисципліни "Соціально-етичний маркетинг" [Електронний ресурс] : для здобувачів першого рівня здобуття вищої освіти освітньої програми "Маркетинг" спеціальності 075 "Маркетинг" / уклад.: Косенко О. П. ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2024. – 12 с. – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78503 3. Methodical instructions for performing an individual task in the discipline "Brand Management" [Electronic resource] : for applicants of the second (master's) level of higher education, educational program "Marketing" specialty 075 "Marketing" / comp.: Kosenko O. P. ; National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute". – Electronic text data. – Kharkiv, 2024. – 16 p. – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78507 4. Методичні рекомендації до виконання курсових робіт з дисципліни "Маркетинг". "Комплексне дослідження ринку" для здобувачів освітньої програми "Маркетинг" спеціальності 075 "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання / уклад. П. Г. Перерва [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХПІ", 2023. – 57 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71404 5. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 32 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61123 6. Методичні вказівки до написання дипломної роботи для здобувачів спеціальності 075 "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 36 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61121 7. Методичні вказівки до написання дипломної роботи для здобувачів спеціальності 075 "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 36 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61121 8. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 32 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61123 9. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків: Ткачов О. А., 2022. – 32 с.
--	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]

							освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - участь у 1-му міжнародному тижні Erasmus+ KA107, який проходив в університеті Мішкольца, Угорщина 25-29 квітня 2022 р згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) - участь у мобільності викладачів за програмою "ERAMUS+" 2019-1-HU01-KA107-060574, Мішкольцький університет, м.Мішкольц, Угорщина, 27.03-2.04.2022 (згідно договору про співпрацю про науково-технічне, освітнє та культурне співробітництво між НТУ «ХПІ» та університетом м.Мішкольц (Угорщина)) П.11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою): - участь у довгостроковому науковому консультуванні в ФОП «Ткачов М.В» за темою «Економічна ефективність використання маркетингових комунікаційних заходів на підприємства» Договір № 17/269-2019 Про наукову співпрацю - участь у комплексній науково-дослідній роботі Договір № 201/07-2022 про науково-технічне співробітництво та наукове консультування за темою «Формування стратегії маркетингової діяльності підприємства ТОВ «НТЦ «ЕКОМАШ»» з 01.12.2022 по 01.12.2027 П.12 Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультативних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Косенко О. П. Маркетинг в соціальних мережах / Шейн О. С., Косенко О. П. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 32-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2024, [22-25 травня 2024 р.] / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ «ХПІ», 2024. – С. 925. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80034 2. Косенко О. П. Роль соціальних мереж у формуванні іміджу та репутації бренду / Лучинський Максим, Косенко Олександра // Бренд-менеджмент: маркетингові технології : тези доп. 6-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 14 березня 2024 р. / ред. кол.: Анатолій Мазаракі [та ін.]. – Київ : ДТЕУ, 2024. – С. 337-339. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80055 3. Косенко О. П. Вплив діджиталізації на мережевий бізнес: нові можливості та виклики у забезпеченні якості продукції [Електронний ресурс] / Косенко О. П., Лучинський М. В. // Нові напрями розвитку науки та техніки в умовах глобальної кризи : зб. наук. матеріалів CXI Міжнар. наук.-практ. конф., 29 березня 2024 р. – Електрон. текст. дані. – Ужгород, 2024. – С. 75-78. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80071 4. Косенко О. П. Мережеві систем лояльності як інструмент підвищення конкурентоспроможності в товарному бізнесі / Косенко О. П., Лучинський М. В. // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 32-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2024, [22-25 травня 2024 р.] / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ «ХПІ», 2024. – С. 796. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80038 5. Косенко О. П. Роль маркетингового менеджменту в забезпеченні стійкого росту підприємства / Олександра Косенко, Олег Бур'ян // Маркетинг в Україні : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 20 жовтня 2023 р. / ред. кол.: Федорченко А. В. – Київ: КНЕУ, 2023. – С. 133-135. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/80073 6. Косенко О.П. Маркетингове дослідження ринку ЄС та його ефективність / О. П. Косенко, П. О. Перерва // Механізми протидії сучасним викликам і загрозам: досвід ЄС для України = Mechanisms for combating modern challenges and threats: lessons from the EU for Ukraine : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. [в рамках виконання проєкту Модуль Жан Моне програми ЄС Еразмус+ на тему "Впровадження механізмів ЄС для протидії сучасним викликам і загрозам" (101085700 – ІМЕУ – ERASMUS-JMO-2022-HEI-TCHRSCH) (2022-2025)], м. Суми,
--	--	--	--	--	--	--	---

Україна, 28-29 лютого 2024 р. / заг. ред.: В. Школи, М. Домашенко. – Суми: СумДУ, 2024. – С. 124-127. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/81185>

7. Kosenko O.P. Effectiveness of using a trademark in the marketing environment / Kosenko O.P., Pererva P.G., «Управління проєктами. Перспективи розвитку проєктного та нейроменеджменту, інформаційних технологій управління, технологій створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності, трансферу технологій»: збірник наукових праць за матеріалами V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (23-24 березня 2023 р.). УДУНТ, УКРНЕТ, НДІПВ НАПрН України, Дніпро: Юрсервіс, 2023. 730 с. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66020>

8. Косенко О.П. Бренд-менеджмент як фактор успіху [Електронний ресурс] / М. С. Дорогін, О. П. Косенко // Маркетингові та організаційні механізми повосенного розвитку галузі гостинності та туризму України : матеріали 1-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 14-15 листопада 2023 р. : у 2 ч. Ч. 1 / оргком.: Н. В. Якименко-Терещенко [та ін.] ; ред. О. О. Носирев ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – С. 314-317. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71759>

9. Косенко О.П. Продакт-плейсмент, як інструмент просування бренду на ринок [Електронний ресурс] / Д. С. Ведеріс, О. П. Косенко // Маркетингові та організаційні механізми повосенного розвитку галузі гостинності та туризму України : матеріали 1-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 14-15 листопада 2023 р. : у 2 ч. Ч. 2 / оргком.: Н. В. Якименко-Терещенко [та ін.] ; ред. О. О. Носирев ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – С. 195-198. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71934>

10. Косенко О. П. Роль соціальних медіа в маркетинговій діяльності [Електронний ресурс] / О. П. Косенко // Інноваційна модернізація економіки України в умовах євроінтеграційних процесів : матеріали 8-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 27-28 листопада 2023 р. / орг. ком.: О. І. Маслак [та ін.] ; Кременчук. нац. ун-т ім. М. Остроградського [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Кременчук : КрНУ, 2023. – С. 381-386. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72853>

11. Kosenko O. Impact of influencer marketing on business / O.Kosenko, M.Gurtova // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2023 / ed. – Electronic text data. – Bielsko-Biala, 2023. – P. 27-29. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72532>

12. Косенко О. П., Коваленко О. В. Інфлюенсер-маркетинг як інструмент впливу на аудиторію / О. П. Косенко, О. В. Коваленко // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2023 / ed. – Electronic text data. – Bielsko-Biala, 2023. – P. 46-51. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72532>

13. Kosenko O.P. Social media in modern marketing / O.P. Kosenko // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2023 / ed. – Electronic text data. – Bielsko-Biala, 2023. – P. 133-136. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72532>

14. Kosenko O. Prospects for ecological marketing development in Ukraine/ A.Oborina, O.Kosenko // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2023 / ed. – Electronic text data. – Bielsko-Biala, 2023. – P. 104-107. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72532>

15. Kosenko O. Evaluating the effectiveness of social media marketing [Electronic resource] / O. Kosenko, A. E. Yu. Peredrii, P. G. Pererva // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2022 / ed. S. Illiashenko ; Univ. of Economics and Humanities. – Electronic text data. – Bielsko-Biala, 2022. – P. 194-198. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60359>

16. Kosenko O. Assessment of patent value using its citation index [Electronic resource] / P. Pererva, T. Kobielieva, O. Kosenko // Mérleg és kiadvások – fenttarthatóság : XII nk. tud. конф., október 12-14 2022, Miskolc-Lillafüred / University of Miskolc. –

							Electronic text data. – Miskolc, 2022. – P. 563-571. – https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62166 П.14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на І або ІІ 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. - Керівник постійно діючого студентської проблемної групи «Креативні технології в рекламі та маркетингу». Наказ НТУ "ХПІ" 344 ОД від 14.11.2022р. - Керівник студентської наукової роботи, що зайняла призове місце: Петренко В.Є. - диплом ІІІ ступеня у V Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт з маркетингу, Хмельницький національний університет, 2021 р. - член апеляційної комісії Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт за спеціальністю 051 «Економіка» у 2020/2021 навчальному році в Кременчуцькому національному університеті ім. Михайла Остроградського - член апеляційної комісії Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт за спеціальністю 051 «Економіка» у 2019/2020 навчальному році в Кременчуцькому національному університеті ім. Михайла Остроградського - член апеляційної комісії ІІ Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань та спеціальностей зі спеціалізації «Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища» у 2019/2020 навчальному році в Кременчуцькому національному університеті ім. Михайла Остроградського П.19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях 1) Сертифікат № 280 про членство в Українській асоціації маркетингу 2) Голова Харківського обласного осередку ГО "Об'єднання Маркетологів України"
349625	Літвиненко Марія Владиславна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Харківський політехнічний інститут, рік закінчення: 1997, спеціальність: інженерної механіки, Диплом спеціаліста, Харківський державний політехнічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: технологія машинобудування, Диплом магістра, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2019, спеціальність: 075 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 027085, виданий 10.11.2004, Аттестат доцента 12/ДЦ 025586, виданий 01.07.2011	19	Basics of the scientific research	На підставі документів встановленого зразка про про вищу освіту: спеціальність: Маркетинг, кваліфікація: магістр з маркетингу, диплом М9 № 098267 від 24.12.2019р. Підвищення кваліфікації: 1) Стажування на кафедрі управління персоналом і маркетингу Запорізького національного університету терміном 6 тижнів (180 годин/ 6 кредитів) з 19.09.2022 по 29.10.2022 рр. свідоцтво про підвищення кваліфікації (стажування) № СС02125243/35-22 від 29.10.2022 р. 2) Навчання на загальному курсі англійської мови в освітньому центрі "Volt" з 01.01.24 -14.06.2024 – 30 годин / 1 кредит ECTS. Сертифікат (наказ 138С від 10.07.2024) 3) Сертифікат B2 № 240604 від 14.06.2024р. Відповідність п. 38 Ліц. вимог. П. 1, 2, 3, 4, 8, 11, 12, 14, 19 П. 1 Наявність не менше п'яти наукових публікацій у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection: 1. Літвиненко М.В., Шиладзе Р.Ш. Просування на ринку B2B: особливості та чинники. Тези Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції Світ наукових досліджень. Випуск 22, 2023. С.35-39 URL: https://www.economy-confer.com.ua/full-article/4749/досліджень. Випуск 22, 2023. С.35-39 URL: https://www.economy-confer.com.ua/full-article/4749/2 Мірошник М.В., Літвиненко М.В. Застосування новітніх технологій маркетингу у практиці власного бізнесу під час воєнного стану в Україні. Міжнародний науковий журнал "Інтернаукa". 2023. №9. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71319 3 Літвиненко М.В., Мірошник М.В. Результати вимушеного «апгрейду» електронної комерції. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) . Збірник наукових праць. Харків: НТУ «ХПІ». 2022. № 3 С.9-13. URL: http://es.khpi.edu.ua/article/view/271680

								4.Літвиненко М.В., Тверська Я.М. Зміни в стратегії розвитку малого підприємництва у зв'язку зі світовою пандемією COVID-19. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences). Збірник наукових праць. Харків: НТУ «ХПІ». 2021. № 2 . С.43-47. URL: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2021.2.43 5.Літвиненко М.В., Карпутова К.В., Алфімцева О.І. Сучасні тенденції організації власного бізнесу в Україні. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). 2020. № 5. С. 12-16. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/51605 6.М.В. , Галушка Д.В. Формування стратегії компанії, ґрунтуючись на потреби споживача Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). №4 (2020), С 32-36. URL: http://web.kpi.kharkov.ua/bapm/uk/vistnik-ntu-hpi 7.Літвиненко О.О., Літвиненко М.В. Власний бізнес на хвилі сучасності. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). 2020. № 2. С. 28-34 URL: http://es.khpi.edu.ua/article/view/205758/205646 П. 2 Наявність одного патенту на винахід або п'яти деклараційних патентів на винахід чи корисну модель, включаючи секретні, або наявність не менше п'яти свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір: 1.Інноваційний підхід при оцінці ключового показника ефективності КПП дистрибуторської компанії №90589. 2.Визначення інноваційного напрямку розвитку хлібопекарських підприємств №90585 3.Реалізація підприємницького потенціалу шляхом спроби створення першого власного бізнесу №90672. 4.Аналіз змін конкурентного середовища виробників меблів в Харківській області №90587. 5.Сучасна бізнес-модель Internet просування товару №90586. П. 3 Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора): 1. Літвиненко М.В. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю готелів і ресторанів Готельно-ресторанний бізнес: навч. посібн. для здобувачів освіти спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» другого рівня освіти : колектив авторів ; за ред. проф. Н.В.Якименко-Терещенко ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків, 2024. С.102-141 (1,66 у.а) https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78268 2. Літвиненко М.В. Основи наукових досліджень. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О. П. Косенко [та ін.]; ред. О. П. Косенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. С 162-212 (2,13 у.а) http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62858 П.4 Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи студентів та дистанційного навчання, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій загальною кількістю три найменування: 1. Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни «Основи наукових досліджень» для здобувачів освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістр) рівня освіти денної форми навчання/ Уклад.: М.В. Літвиненко. Харків: НТУ «ХПІ», 2023. 39 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/70747 2. Методичні вказівки з до проведення практичних занять з дисципліни «Основи наукових досліджень» для здобувачів освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістр) рівня освіти заочної форми навчання/ Уклад.: М.В. Літвиненко. Харків: НТУ «ХПІ», 2023. 39 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/70748 3. Методичні вказівки щодо виконання індивідуального завдання з дисципліни «Розробка стартап проєктів» для здобувачів економічних спеціальностей першого (бакалавр) рівня освіти денної форми навчання/Уклад.: М.В. Літвиненко.
--	--	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]

							конференції / за ред. проф. Є.І. Сокола. – Харків : НТУ «ХПІ», 2022. С.209-2010. http://web.kpi.kharkov.ua/masters/wp-content/uploads/sites/135/2022/12/TP-RYS-2022-1_compressed.pdf 6 Скорик І.М., Літвиненко М.В. Дослідження системи управління маркетингом на сучасному підприємстві.Тези XI Міжвузівської науково-практичної конференції Національної академії Національної гвардії України. Харків. 2021. С. 98-200 . https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61721 7 Літвиненко О.О., Літвиненко М.В. Застосування інструментарію маркетингового управління в ринковій діяльності підприємств. Тези Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Сучасні технології менеджменту». Луцьк. 2021.С.66-68. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61722 8 Літвиненко О.О., Літвиненко М.В. Цілісна концепція управління торговим простором і асортиментом фармацевтичної продукції для аптечних мереж. Тези IX Міжнародної науково-практичної дистанційної конференції «Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики. Харків: Нац. фармац. ун-т, 2021. С.363-364 https://mmf.nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2021/04/zbirnik-gotovij-2021-.pdf 9 Літвиненко М.В. Аналіз зв'язку маркетингу з цілями бізнесу у соціальних мережах Маркетинг ХХІ століття: виклики змін : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю заснування кафедри маркетингу і комерційної діяльності ХДУХТ, 2020. С.200-202 http://www.hduht.edu.ua/images/hduht/nauka/conf/2020/pr_k_08.10.20.pdf 10 Літвиненко О.О. Необхідність впровадження концепції свідомого споживання в сучасній Україні/ О.О. Літвиненко, М.В. Літвиненко // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей ХХVIII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2020, 28-30 жовтня 2020 р.: у 5 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. Харків: НТУ «ХПІ». С. 186. http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/49068/1/Conference_NTU_KhPI_2020_MicroCAD_Ch_3.pdf 11 Літвиненко М.В. Алфімцева О.І. Особливості маркетингу в сучасному електронному бізнесі/ О.І. Алфімцева, С.В. Потапенко, М.В. Літвиненко // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей ХХVIII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2020, 28-30 жовтня 2020 р.: у 5 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». С. 26. http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/49068/1/Conference_NTU_KhPI_2020_MicroCAD_Ch_3.pdf П. 14 Керівництво студентом, який зайняв призове місце на І або ІІ 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: 1) Керівник діючої проблемної групи наукової студентської спільноти «Startup» Наказ НТУ ХПІ № 423 ОД від 13.11.2023 2) Керівництво студентом, який зайняв І місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт 1 туру – БЕМ-919к Мілян /Діана Романівна (наказ №142ОД від 13.04.23.) – БЕМ-м923а Богдановська Маргарита Ігорівна (наказ №552СТ від 13.03.24) П. 19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднання 1) Асоційований член Української Асоціації з розвитку менеджменту та бізнес освіти (Свідоцтво №456 від 22 жовтня 2018 р.) 2) Член Української асоціації маркетингу (Сертифікат №278 від 22 вересня 2018 р.)
184970	Кітченко Олена Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2003, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом спеціаліста,	19	Strategic marketing	1. На підставі документів встановленого зразка про про вищу освіту: спеціальність: Маркетинг, кваліфікація: економіст, диплом з відзнакою ХА №25994569 від 28.02.2005 р. 2. На підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня

				Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2005, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом магістра, Українська інженерно-педагогічна академія, рік закінчення: 2018, спеціальність: 011 Науки про освіту, Диплом кандидата наук ДК 012800, виданий 28.03.2013, Аттестат доцента 12/Ц 044373, виданий 29.09.2015		(однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація); к.е.н. із спеціальності економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності): Кандидат економічних наук, 08.00.04-економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Тема дисертації: «Оцінювання та використання потенціалу енергозбереження промислових підприємств», диплом ДК № 012800 від 28.03.2013 р., Вища атестаційна комісія України Підвищення кваліфікації: 1. Участь у Spring school "European experience in Technology transfer" IN THE CONTEXT OF Jean Monnet UniTECH - 101047891 - JEAN-MONNET CHAIRS «European technology transfer for Ukrainian universities» / UniTECH, на базі Львівського Політехнічного Національного університету, 16.04.2024р. – 25.04.2024 р. – 30 годин / 1 кредит ECTS. Наказ № 1138С від 10.07.2024 2. Участь у курсі підвищення кваліфікації за проєктом-модулем Жана Моне «Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація» (BeSustainAble-101085651) на факультеті міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу Каразінського університету за фінансової підтримки Європейської комісії. Сертифікат № BSA 176/2024 – 90 годин / 3 кредити ECTS. Наказ № 1138С від 10.07.2024 3. Участь у онлайн школі «Цифрові технології в наукових дослідженнях», 01.11.2023р. – 13.12.2023р. Сертифікат № 20231213/215 – 60 годин / 2 кредити ECTS. 4. Курс підвищення кваліфікації за проєктом-модулем Жана Моне "Business Models for Sustainability: Challenges and Digital Transformations" на факультеті міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу Каразінського університету за фінансової підтримки Європейської комісії. Сертифікат № BSA 060/2023 – 90 годин / 3 кредити ECTS. 5. Запорізький національний університет, Свідчення про підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників СС02125243/27-22, «Удосконалення теоретико-методичної бази стратегічного маркетингового планування», 30.06.2022 р., 6 кредитів (180 год.) 6. Сертифікат В2 № 51/2012 від 2012р. Відповідність П. 38 Ліц. вимог. П 1, 3, 4, 8, 11, 12, 14, 19 П1 Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1. Кітченко О.М., Мірошник М.В. Новітні рекламні технології, що змінюють підходи до рекламної стратегії. Ефективна економіка. 2024. №2. DOI https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/3095 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/74802 2. Кітченко О. М. Вибір стратегії розвитку підприємства на стадії бізнес проєктування. Проблеми сучасних трансформацій. 2023. №7. https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-08 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66331 3. Sysoiev, V., Kuchina, S., Kitchenko, O., Romanchik, T. & Kuchin, A. The creation of dynamic visual objects as a factor for optimizing advertisements in e-commerce. Jurnal The Messenger, 2022, 14(1), pp. 57–75. http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v14i1.4217 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71241 (Web of Science) 4. Diana Raiko, Irina Fedorenko, Olena Kitchenko, Valerii Kobeliiev, Mariia Litvynenko, Tatiana Romanchik Management of the interaction of the enterprise with partners and consumers: models, methods and information interaction Logistics systems: technological and economic aspects of efficiency: collective monograph. – Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 2022 -135-165 DOI: https://doi.org/10.15587/978-617-7319-66-4 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71369 (SCOPUS) 5. Кітченко О. М., Мірошник М.В., Васильцова С.О. Маркетингова комунікаційна політика виноробних підприємств України в умовах воєнного часу. Ефективна економіка. 2022. № 9. URL: https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/553 DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.9.28 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle
--	--	--	--	---	--	---

[illegible]

									П4 Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1. Конспект лекцій з дисципліни «Стратегічний маркетинг» для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» усіх форм навчання / уклад. О. М. Кітченко. Харків: Моделіст, 2024. 72 с. http://library.kpi.kharkov.ua/TUF/prohramy_2024_Stratichichni_marketynh.pdf 2. Методичні вказівки до проведення практичних занять, самостійної роботи та виконання індивідуального завдання з дисципліни «Медіапланування» для здобувачів першого (бакалавр) рівня вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» усіх форм навчання / уклад. О. М. Кітченко. Харків: Моделіст, 2024. 37 с. http://library.kpi.kharkov.ua/TUF/prohramy_2024_Mediaplanuvannia.pdf 3. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингові комунікації» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» усіх форм навчання / уклад. О. М. Кітченко. – Харків: Моделіст, 2024. – 91 с. – Укр. мовою. http://library.kpi.kharkov.ua/TUF/prohramy_2024_Marketynhovi_komunika.tsii.pdf 4. Конспект лекцій з дисципліни «Медіапланування» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» усіх форм навчання / уклад. О. М. Кітченко. – Харків: Моделіст, 2024. – 69 с. – Укр. мовою. http://library.kpi.kharkov.ua/TUF/prohramy_2024_Mediaplanuvannia.pdf 5. Методичні вказівки до виконання курсового проекту з дисципліни "Стратегічний маркетинг" [Електронний ресурс] : для здобувачів спец. 075 "Маркетинг" освітньо-професійної програми "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти / уклад. О. М. Кітченко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 25 с. – URI: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/62587 6. Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни "Стратегічний маркетинг" [Електронний ресурс] : для студентів всіх форм навчання спец. 075 "Маркетинг" / уклад. О. М. Кітченко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2021. – 54 с. – URI: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61343 7. Методичні вказівки до проведення практичних занять, самостійної роботи та виконання індивідуального завдання з дисципліни "Рекламні технології" [Електронний ресурс] : для здобувачів другого (магістр) рівня вищої освіти за спец. 075 "Маркетинг" усіх форм навчання / уклад. О. М. Кітченко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – 72 с. – URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71253. 8. Методичні вказівки до виконання практичних завдань з дисципліни "Маркетинг" : для студентів денної форми навчання спец. 073 Менеджмент / уклад.: С. В. Чернобровкіна, С. О. Васильцова, О. М. Кітченко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХПІ", 2022. – 66 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56758 9. Методичні вказівки до написання дипломної роботи для здобувачів спеціальності 075 "Маркетинг" другого (магістерського) рівня вищої освіти / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 36 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61121 10. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 32 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61123 11. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів першого
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]

							Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – С. 334. – URL : https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71509 8. Кітченко О.М., Лялько К.А. Стратегічні напрямки розвитку винного туризму в Україні. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей І Всеукр. наук.-практ. конф. (14-15 листопада 2023 року, м. Харків). Частина 1. Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». 2023. С. 98-100. URL : https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71245 9. Кітченко О. М. Аналіз продукту та цільової аудиторії як ключові елементи концепції маркетинг-мікс / О. М. Кітченко, О. К. Гринькова // Слобожанські наукові читання: соціально-економічні та гуманітарно-правові виміри [Електронний ресурс] : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 15-16 листопада 2022 р. / ред. кол.: Н. С. Краснокутська [та ін.]; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2022. – С. 135-138. URL : http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61350 10. Кітченко О. М. Використання стратегій просування в інтернет-маркетингу / О. М. Кітченко, К. В. Ахалкіна // Слобожанські наукові читання: соціально-економічні та гуманітарно-правові виміри [Електронний ресурс] : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 15-16 листопада 2022 р. / ред. кол.: Н. С. Краснокутська [та ін.]; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2022. – С. 132-135. URL : http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61349 П14 Керівництво студентом, який зайняв призове місце на І або ІІ 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 Білошкуренко Н.Г. гр. БЕМ-М919а , диплом ІІІ ступеня за перемогу у ІV Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг», м. Хмельницький 2020 р. П19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднання Членкиня Української асоціації маркетингу Сертифікат № 279 від 22.09.2018 р.
361246	Райко Діана Валеріївна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Харківський політехнічний інститут, рік закінчення: 1997, спеціальність: менеджмент, Диплом спеціаліста, Харківський державний політехнічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: менеджмент у виробничій сфері (спеціалізація "Менеджмент підприємницької діяльності"), Диплом спеціаліста, Харківський державний політехнічний університет, рік закінчення: 1998, спеціальність: промислова екологія та охорони навколишнього природного середовища, Диплом доктора наук ДД 000725, виданий 29.03.2012, Диплом кандидата наук ДК 019571, виданий 02.07.2003, Атестат доцента ДЦ 009809, виданий 16.12.2004, Атестат професора 12ПР 009230, виданий 17.01.2014	18	Маркетинг відносин	На підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація): Доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.04 Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації: «Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності промислового підприємства» (07 Управління та адміністрування, 075 Маркетинг, 051Економіка), Диплом ДД № 000725 від 29.03.2012 р., Атестаційна колегія Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України Сертифікат B2 № 0005701 від 09.06.2018р. Відповідність П. 38 Ліц. вимог. П.1, 3, 4, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 19 П 1. Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1 Alla Domyshche-Medyanyk, Viktoria Zelich, Maryna Novikova, Tetiana Bielska, Diana Raiko. Synergistic approaches to strategic management: models and impact on the performance of organizations [Electronic resource] / Alla Domyshche-Medyanyk, Viktoria Zelich, Maryna Novikova [et al.] // AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. – Electronic text data. – 2024. – Vol. 14, iss. 1. – P. 120-125. – База Web of Science URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140139/papers/A_23.pdf, free (date of application 06.03.2024). URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75140 2 Raiko, D., Shypulina, Y., Potrashkova, L., Illiashenko, N., Bozhkova, V., Konokhova, Z., Miroshnyk M., Nagy, S., Illiashenko, S.,

& Abdunurova, A. (2024). Defining a selection procedure of CRM systems for the information-analytical support to the marketing activities at an enterprise (Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності підприємства з використанням CRM систем) / Diana Raiko, Yuliia Shypulina, Liudmyla Potrashkova [et al.] // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies = Східноєвропейський журнал підприємницьких технологій. – 2024. – Vol. 1, No. 13 (127). – P. 41-58. База даних Scopus – URL: <https://journals.urau.ua/eejet/article/view/298301/29175>
URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75145>
<https://doi.org/10.15587/1729-4061.2024.298301>

3 Identifying the system of value factors of green consumer choice / Liudmyla Potrashkova, Viktor Zaruba, Diana Raiko, Oleksiy Yevsyeyev // Innovative Marketing. – 2024. – Vol. 20, iss. 1. – P. 1-13. База даних Scopus
URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75150>

4 Diana Raiko, Yuliia Shypulina, Svitlana Vasytsova, Anastasiia Oborina, Irina Fedorenko. Development of a system of motivation for employees of the marketing department of the enterprise for product promotion using tools of informational interaction of virtual space/ Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна, С. О. Васильцова, А. С. Оборіна, І. А. Федоренко / Розробка системи мотивації працівників відділу маркетингу підприємства щодо просування продукції з використанням інструментів інформаційної взаємодії віртуального простору.. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies (№3(123).2023), 59-75, База даних Scopus
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71361>

5 Illiasenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiasenko Nataliia, Raiko Diana. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2022. № 2. С. 97-106.. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-16-2-97-106
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60554>

6 Diana Raiko, Irina Fedorenko, Olena Kitchenko, Valerii Kobieliev, Mariia Litvynenko, Tatiana Romanchik. Management of the interaction of the enterprise with partners and consumers: models, methods and information interaction Logistics systems: technological and economic aspects of efficiency: collective monograph. – Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 2022 -135 -165 SCOPUS
DOI: <https://doi.org/10.15587/978-617-7319-66-4>
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71369>

7 Diana Raiko, Viktoriia Cherepanova, Ihor Sylka, Olha Podrez, Irina Fedorenko . Development of scientific and methodological approach to quantitative and qualitative assessment of intellectual property management in industrial enterprises /Д. В. Райко, В. О. Черепанова, І. В. Силка, О. І. Подрез, І. А. Федоренко. Розроблення науково-методичного підходу щодо кількісно-якісної оцінки управління інтелектуальною власністю промислових підприємств. (Scopus) // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies ISSN 1729-3774 2/13 (110) 2021 – p.p.28-42
DOI: 10.15587/1729-4061.2021.230262
База даних Scopus
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54364>

8 Illiasenko, S., Illiasenko, N., Shypulina, Y., Raiko, D., Bozhkova, V. (2021). Approach to assessment of prerequisites for implementation of strategic directions of innovative development of industrial enterprises (ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ПЕРЕДУМОВ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ). Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 3 (13 (111)), 31–46. База даних Scopus
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54365>

9. D. Raiko, O. Podrez, V. Cherepanova, O. Melnikov, A. Kharchenko. Managing costs of an industrial enterprise when using secondary resources./ Управління витратами промислового підприємства в умовах використання вторинних ресурсів. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. (2020), Vol 4/3 (106) 2020 (№4(106).2020), P.53-66 База даних Scopus
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/48224>
фахові видання України:

[illegible]

							21 Д.В. Райко. Розвиток соціально-орієнтованого маркетингу людського капіталу людей з інвалідністю та виникнення професійного маркетингу особистості. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»- (економічні науки). – Х.: НТУ «ХПІ». 2022. №.3 - С.81-85 http://es.khpi.edu.ua/issue/view/16159 22 Д.В. Райко, І.А. Федоренко, К.М. Сокол, О.В. Ланько. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємства щодо формування та реалізації товарної політики / Райко, Д.В., Федоренко, І.А., Сокол, К.М., Ланько, О.В.// Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (Економічні науки). – Харків : Національний технічний університет « Харківський політехнічний Інститут». –№ 3, 2021.с.49–58. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56955 23. Райко Д.В., Подрез О.І. Соціальна відповідальність як інструмент управління сталим розвитком промислового підприємства / Д. В. Райко, О. І. Подрез // Проблеми економіки – Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України – № 1(43), 2020 , с. 173-189 – DOI: doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-173-189. – URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53324 24.Д.В. Райко, О.І. Маслак, М.В. Маслак. Стратегія стійкого розвитку: проблеми та шляхи вирішення / Райко, Д.В., Маслак, О.І. , Маслак, М.В. // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (Економічні науки= Bulletin of the National Technical University «KhPI». Economic sciences.). – Харків : Національний технічний університет « Харківський політехнічний Інститут». –№ 3, 2020.с.– 131–134. стр. – DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2020.3.131. – URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54373 25.Д.В. Райко, О.І. Подрез, В.О.Черепанова. Напрями вдосконалення системи управління еколого-економічним розвитком за індексом конкурентоспроможності як основи добробуту країни, регіонів, промислових підприємств, суспільства / Райко, Д.В., Подрез , О.І., Черепанова, В.О.// Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (Економічні науки = Bulletin of the National Technical University «KhPI». Economic sciences.). – Харків : Національний технічний університет « Харківський політехнічний Інститут». –№ 6, 2020.с.3–8. – DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2020.6.3. – URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/52260 Пі з Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора) 1 Райко Д.В. Моделювання поведінки споживачів щодо прийняття рішення з формування маркетингової товарної політики, виробництва та просування товарів підприємства. Підручник – Суми: Територія, 2023.–180 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66835 2 Райко Д.В. Практикум з дисципліни «Поведінка споживачів»: навчальний посібник / Д.В. Райко – Суми: Територія, 2023.– 182 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66833 3 Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Практикум з дисципліни «Маркетингова товарна політика» : навчальний посібник / Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна. – Суми :Триторія, 2022. – 164 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61119 4 Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна. – Суми : Триторія, 2022. – 158 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61120 5 Логістика: підручник / М.А. Цейтлін, Д.В. Райко, О.А. Біловодська, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко, В.Ф. Райко – Суми: ТОВ «Триторія», 2021. – 220 с. (12,78 ум.-др. арк.) http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54331 6. Ілляшенко С. М. Вступ до спеціальності «Маркетинг» : навчальний посібник / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Д.В. Райко– Суми: ТОВ «Триторія», 2020. – 124 с. (7;75 ум.-др. арк.) http://repository.kpi.kharkov.ua/handle
--	--	--	--	--	--	--	---

							е/ KhPI-Press/54341 П 4 Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1.Методичні вказівки до написання дипломної роботи для здобувачів спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / Уклад.: Райко Д.В., Шипуліна Ю.С., Косенко О. П., Кітченко О. М., – Харків: НТУ «ХПІ», 2023. – 28 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65053 2 Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Маркетингова товарна політика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти щодо підготовки освітньої програми « Маркетинг» за спеціальністю 075 « Маркетинг» / Уклад. Райко Д. В., Шипуліна Ю.С. – Харків: НТУ “ХПІ”, 2023. – 32 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65054 3 Райко Д.В. Поведінка споживачів. Методичні вказівки щодо виконання індивідуальних домашніх завдань з дисципліни «Поведінка споживачів» для здобувачів першого рівня вищої освіти спеціальності 075 « Маркетинг» – Харків: НТУ «ХПІ», 2023.– 24 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66912 4 Райко Д. В., Шипуліна Ю.С. Методичні вказівки до проведення випускного кваліфікаційного іспиту з програми підготовки здобувачів першого рівня (бакалавр) вищої освіти за освітньою програмою « Маркетинг» спеціальності 075 “Маркетинг” / Уклад. Райко Д. В., Шипуліна Ю.С. – Харків: НТУ “ХПІ”, 2023. – 5 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66911 5 Райко Д.В., д.е.н., проф., професор, Шипуліна Ю.С., д.е.н, проф., професор Косенко О.П., д.е.н, проф., професор, Кітченко О.П., к.е.н., доц., доцент Шапран О., к.е.н., доц., доцент Методичні рекомендації з організації і проведення переддипломної практики здобувачів першого рівня (бакалаврів) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» - Харків : НТУ ХПІ, 2022 -32 с http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61121 6 .Райко Д.В., Шипуліна Ю.С., Косенко О.П., Кітченко О.М., Шапран О.Є. Методичні рекомендації з організації та проведення переддипломної практики здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» - Харків : НТУ ХПІ, 2022 -32 с http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61123 7. Райко Д.В.,Шипуліна Ю.С., Косенко О.П., Кітченко О.М., Методичні рекомендації до виконання дипломної роботи для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг» - Харків : НТУ ХПІ, 2022 -36 с http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61124 П 7 Участь в атестації наукових кадрів як офіційного опонента або члена постійної спеціалізованої вченої ради, або члена не менше трьох разових спеціалізованих вчених рад за відповідною спеціальністю 1 Челепюк М. Тема Методологічний базис формування системи стратегій підприємства: міжнародний аспект». 08.00.04 – економіка та управління підприємствами. Захист у спецраді Д 64.050.02 Національного технічного університету «ХПІ», 16.05.2024 р. Офіційний опонент 2Величко Володимир Анатолійович. Тема дисертації д.е.н. «Теоретико-методологічні засади формування та реалізації стейкхолдерно-орієнтованої стратегії управління будівельних підприємств». 08.00.04 – економіка та управління підприємствами. Захист у спецраді Д 64.050.02 Національного технічного університету «ХПІ», 2022 р. Затверджена. (Член спецради). 3 Прийняття участі в якості Голови разової спеціалізованої ради ДФ 64.050.039, на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 – Маркетинг галузі знань 07 – Управління та адміністрування, згідно з наказом Міністерства освіти і науки України № 342 від 19 березня 2021 року, створеної в Національному
--	--	--	--	--	--	--	---

								технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» щодо захисту дисертаційної роботи Божкова Дмитра Сергійовича на тему «Теоретико-методичні засади маркетингового ціноутворення промислових підприємств» НТУ «ХПІ» 11.05.2021. 4 Прийняття участі у якості офіційного опонента 12.05.2021 дисертаційної роботи на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук Громової Ольги Євгенівни на тему : « Формування маркетингового стратегічного управління конкурентоздатністю підприємства» за спеціальністю 08.00.04- економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) 5 Прийняття участі у якості офіційного опонента 22.04.2021 дисертаційної роботи на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук Чумак Ганни Миколаївни на тему : « Управління еколого-економічним розвитком промислових підприємств» за спеціальністю 08.00.04- економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) 6 Прийняття участі у якості опонента Новіков Дмитро Федорович «Соціально-відповідальний маркетинг в управлінні прибутком промислового підприємства», виконану для здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг» ХНЕУ ім С. Кузнеця 10.12.2020 П 8 виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах Наукові теми: 1 Керівник НДР: Заклучення підписання госпдоговору № 17070 від 10.01.2023 на виконання науково-дослідної роботи за темою «Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах маркетингу» між ТОВ «НТЦ «ЕКОМАШ» та співробітниками кафедри маркетингу на кафедрі терміном 1 рік 2023 з 09.01.2023 по 22.12.2023 рр. Керівництво роботами за даним договором покласти на завідувача кафедри маркетингу – д.е.н., професора Райко Діану Валеріївну. Відповідальними виконавцями призначити д.е.н., професора, професора кафедри маркетингу Шинупліну Юлію Сергіївну та к.е.н., доцента кафедри маркетингу Романчик Тетяну Сергіївну. 2 Керівник НДР « Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України» К 1703 ДР 0123U103225 (07.2023-12.2025) Наукові видання: Член редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України: «Вісник НТУ «ХПІ»» Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва»(2019- по теперішній час) Прийняття участі в якості рецензента в колективній зарубіжній монографії " Changing Paradigm in Economics & Management System" під редакцією Amit Goel International Department- Member Coordinator Foreign Students Department of Commerce & Business Management, Integral University, Lucknow , Assistant Professor, Hanna Strokovych Professor of Department of Management Logistics and Economic of National University of Economics Simon Kuznets, Kharkiv. –ABS BOOKS, Delhi-110086 – 229 p. 2020 П 9 робота у складі експертної ради з питань проведення експертизи дисертацій МОН або у складі галузевої експертної ради як експерта Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, або у складі Акредитаційної комісії, або міжгалузевої експертної ради з вищої освіти Акредитаційної комісії, або трьох експертних комісій МОН/зазначеного Агентства, або Науково-методичної ради/науково-методичних комісій (підкомісій) з вищої або фахової передвищої освіти МОН, наукових/науково-методичних/експертних рад органів державної влади та органів місцевого самоврядування, або у складі комісій Державної служби якості освіти із здійснення планових (позапланових) заходів державного нагляду (контролю) Райко Д.В. входить до складу підкомісії 5 зі спеціальності 075 Маркетинг , відповідно до «Про затвердження персонального складу
--	--	--	--	--	--	--	--	---

						науково-методичних комісій (підкомісій) сектору вищої освіти науково-методичної ради Міністерства Освіти і Науки України № 5582 від 25.04.2019» Продовження строку повноважень членів сектору вищої освіти та членів науково-методичних комісій (підкомісій) сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України №286 від 01.04.2022 р. П 11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою) 1. Заключення комплексної науково-дослідної роботи ДОГОВІР № 201/07-2022 про науково-технічне співробітництво та наукове консультування за темою «Формування стратегії маркетингової діяльності підприємства ТОВ «НТЦ «ЕКОМАШ»» з 01.12.2022 по 01.12.2027 . Керівництво покладено професора кафедри маркетингу д.е.н., проф. Райко Д.В., професора кафедри маркетингу, д.е.н., проф. Косенко О.П., доцента кафедри маркетингу, к.е.н., доц. Ткачеву Н.П. 2. Заключення комплексної науково-дослідної роботи ДОГОВІР № 201/06-2022 про науково-технічне співробітництво та наукове консультування ТОВ « ЛЕВЕЛІ ГРУП» Керівництво покладено професора кафедри маркетингу д.е.н., проф. Федоренко І.А., за темою ««Формування стратегії маркетингу цінності щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства» з 01.12.2022 по 01.12.2027 . Керівництво покладено професора кафедри маркетингу Федоренко І.А., Відповідальний виконавець д.е.н., проф., Райко Д.В., професор кафедри маркетингу Шипуліна Ю.С., доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доц. Глухову С.В. 3. Виконання договору щодо наукової та творчої співпраці між ТОВ «Екомаш» та співробітниками кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту на кафедрі терміном 5 років з 10.10.2018 по 10.10.2022 рр. за темою «Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємства». Керівництво роботами за даним договором було покладено на професора кафедри Економічної кібернетики та маркетингового менеджменту – д.е.н., проф. Райко Д.В., 0119U002562 П 12 наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1 Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С., Райко Д.В. Розділ 3. Комерціалізація знань в інноваційному процесі промислових підприємств /Інновації і трансфер технологій: методи, моделі та механізми управління: колективна монографія / за ред. д.е.н. В.А. Омеляненка. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань, 2023. .101-117 с. 2 Райко Д.В., Подрез О.І., Черепанова В.О., Федоренко І.А.Термінологічний аналіз категорії «конкурентоспроможність» /Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій: колективна монографія / Загальна редакція д-ра екон. наук, професора О.П.Косенко. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. 5-40 с. c.https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606 3 Райко Д.В., Шипуліна Ю.С., Подрез О.І. Концепція розвитку соціальної відповідальності маркетингу підприємства як філософії бізнесу в умовах сталого розвитку. Використання соціально-етичного маркетингу для забезпечення сталого розвитку в Україні : колективна монографія / за заг. ред. Є.О. Голишевої. Суми : Триторія, 2021. С. 130-179, 184-214. 4. Райко Д.В. Підходи до визначення понять «управління маркетингом», «маркетинговий менеджмент» та їх взаємодія. Маркетинг XXI століття: виклики змін : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю заснування кафедри маркетингу і комерційної діяльності ХДУХТ, 8–10 жовтня 2020 р. / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. – Х. : ХДУХТ, 2020. – 55-56 с. 5 Райко Д.В. Маркетинговий менеджмент як основа системи управління підприємством. Маркетинг і цифрові технології: 36. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 вересня 2020 р./ ОНПУ. Одеса: ТЕС, 2020. – 74-75 с. 6 Райко Д.В. Стратегічний маркетинг
--	--	--	--	--	--	---

як основа розвитку підприємства за допомогою стратегічного менеджменту/ Д. В. Райко // Тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції [«Маркетинг та логістика в системі менеджменту»], / Національний університет «Львівська політехніка» Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 22 жовтня 2020 р.). – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. – 118-119 с.

7. Rayko D., Salionovych L., Atamaniukova O. Conceptual approach to the visual advertising development. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2020). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2020). Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition] – 54-58 p.

8 Райко Д.В Кролівець І.В., Бур'ян О.О. Генезис визначення віртуального простору/ Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXX міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2023, 2023 р.: / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ», с780.

9. Райко Д.В., Дрепін І.М., Місце цифрового маркетингу у діяльності підприємства/ Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (27–29 квітня 2023 р., м. Хмельницький). – Хмельницький : ХНУ, 2023.с57-59.

10. Дрепін І.М., Райко Д.В. Місце цифрового маркетингу у діяльності підприємства // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXI міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2023. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. С. 715.

11. Райко Д. В., Кролівець І. В. Особливості функціонування туристичного маркетингу в сучасних умовах ринку. Маркетингові та організаційні механізми повосного розвитку галузі гостинності та туризму України: матеріали 1-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 14-15 листоп. 2023 р.: у 2 ч. Ч. 1 / оргком.: Н. В. Якименко-Терещенко [та ін.]; ред. О. О. Носирев; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. Харків, 2023. С. 429–433. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71615> (дата звернення: 14.12.2023).

12. Райко Д. В., Саліонович Л. М., Паймаш Г. В. Маркетингові аспекти і особливості туризму для людей з особливими потребами. Маркетингові та організаційні механізми повосного розвитку галузі гостинності та туризму України: матеріали 1-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 14-15 листоп. 2023 р.: у 2 ч. Ч. 2 / оргком.: Н. В. Якименко-Терещенко [та ін.]; ред. О. О. Носирев; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. Харків, 2023. С. 126–130. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71630> (дата звернення: 14.12.2023).

13. Дрепін І. М., Райко Д. В. Тревел-блогінг, як маркетинговий інструмент у сфері туризму та гостинності. Маркетингові та організаційні механізми повосного розвитку галузі гостинності та туризму України: матеріали 1-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 14-15 листоп. 2023 р.: у 2 ч. Ч. 2 / оргком.: Н. В. Якименко-Терещенко [та ін.]; ред. О. О. Носирев; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. Харків, 2023. С. 216–218. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71631> (дата звернення: 14.12.2023).

14. Кролівець І. В., Райко Д. В., Шевченко М. Аналіз маркетингових комунікацій підприємства в умовах цифровізації. Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених: зб. тез доп. 17-ї Міжнар. наук.-практ. конф. магістрантів та аспірантів, 28-30 листоп. 2023 р. / гол. Є. І. Сокол; оргком.: Р. П. Мигущенко [та ін.]; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. Харків, 2023. С. 285–286. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71613> (дата звернення: 14.12.2023).

15. Паймаш Г. В., Райко Д. В. Особливості розвитку реабілітаційного потенціалу осіб з обмеженими можливостями. Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених: зб. тез доп. 17-ї Міжнар. наук.-практ. конф. магістрантів та аспірантів, 28-30 листоп. 2023 р. / гол. Є. І. Сокол; оргком.: Р. П. Мигущенко [та ін.]; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. Харків, 2023. С. 351–352. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71614> (дата звернення: 14.12.2023).

16. Райко Д. В., Кролівець І. В., Паймаш Г. В. Особливості управління

						конкурентоспроможністю інноваційно-орієнтованого підприємства. Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики: тези доп. 8-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 24 листоп. 2023 р. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2023. С. 672–676. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71669 (дата звернення: 14.12.2023). 17. Дрепін І., Райко Д. В. Цифрові технології в маркетингу – нові можливості для бізнесу. Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін: тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф., 27–29 квіт. 2023 р. / ред. кол. С. В. Ковальчук. Хмельницький: XKTEL, 2023. С. 57–59. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71668 18. Райко Д. В., Паймаш Г. В. Маркетинг персоналу з особливими потребами як інноваційний підхід до управління людськими ресурсами. Економіка та суспільство. 2023. № 56. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71666 (дата звернення: 14.12.2023). 19. Райко Д. В., Кролівець І. В., Паймаш Г. В. Вплив цифровізації маркетингу на ефективність виробництва. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доп. 2-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопа. 2023 р. / гол. ред. В. М. Михайлов. Харків, 2023. С. 174–176. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71667 (дата звернення: 14.12.2023). 20. Райко Д. В., Кролівець І. В. Вплив цифрових технологій на промисловий маркетинг підприємства. Маркетинг в Україні: Інтернет-конф., 20 жовт. 2023 р. / ред. кол.: А. В. Федорченко [та ін.]. Київ, 2023. С. 279–281. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71455 (дата звернення: 14.12.2023). 21. Дрепін І., Райко Д. В. Інфлюенсер-маркетинг у сучасній маркетинговій діяльності. Маркетинг в Україні: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 20 жовт. 2023 р. / ред. кол.: А. В. Федорченко [та ін.]. Київ, 2023. С. 379–380. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71459 (дата звернення: 14.12.2023). 22. Drepin I., Raiko D. Automation of marketing activities of the enterprise. Marketing of innovations. Innovations in marketing. Materials of the International Scientific Internet Conference / Illashenko S. Bielsko-Biala, 2023: WSEH. [E-edition] C.19-21 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71866 23. Raiko D.V., Salionovyeh L.M., Use of digital technologies in marketing. Marketing of innovations. Innovations in marketing. Materials of the International Scientific Internet Conference / Illashenko S. Bielsko-Biala, 2023: WSEH. [E-edition] C.144-149 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71867 24. Райко Д.В., Масалаб О.В. Сучасний погляд на маркетингові цифрові комунікаційні інструменти: еволюція та інновації Marketing of innovations. Innovations in marketing. Materials of the International Scientific Internet Conference / Illashenko S. Bielsko-Biala, 2023: WSEH. [E-edition] C.176-181 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71868 25 Д.В Педченко., Д.В. Райко Оцінка економічної ефективності маркетингової діяльності підприємства XVI Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів «Теоретичні та практичні дослідження молодих науковців» (14–16 грудня 2022 року): матеріали конференції / за ред. проф. Є.І Сокола. Харків : НТУ «ХПІ», 2022. 26. RaikoD., Pedchenko D.The marketing toolkit usage organizing with enterprise's performance management. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2022). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2022). Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition] – 54-58 p.
						Після проходження навчальних занять із спеціальних дисциплін іноземною мовою (крім дисциплін мовної підготовки) в обсязі не менше 50 аудиторних годин на навчальний рік за відповідною спеціальністю навчальний рік 2023/2024 дисципліна " Relationship Marketing" група БЕМ-M923 a.i.e, d.i.a.e (128 години) Сертифікат відповідно до Загальноєвропейської рекомендації з мовної освіти на рівні B2 з

							англійської мови.09.06.2018 № 0005701 П 14 керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II 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 студентами, які зайняли призові місця у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт, під керівництвом д.е.н.,проф.. Райко Д.В.: 1.У 2023 році під керівництвом Райко Д.В. отримано 2 дипломи у Кременчуцькому національному університеті ім. . М. Остроградського: 2 ступеню на Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт БЕМ-920а Надежда Калиновська; 3 ступеню на Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт БЕМ-920а Гуртова Марія та БЕМ-920 а Коваленко Ольга . 2. Згідно наказу МОН України №508 від 31.05.2022 року щодо внесення змін до наказу №1179 від 05.11.2021 р. про проведення Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з природничих, технічних і гуманітарних наук, у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні пункт 4 викладено в такій редакції «Керівникам закладів нагородити переможців першого туру». Всі студенти, які подавали свої роботи на перший тур конкурсу від НТУ «ХПІ» та були зареєстровані в науково-дослідній частині, були відправлені для участі у II турі - будуть нагороджені дипломами, згідно згідно до наказу МОН України по кожній галузі (Додаток до наказу №1179), тому роботу студентки групи БЕМ-М921 а Ахапкіної Катерини Володимирівни, галузь знань 160 Транспортні технології (за видами) під керівництвом д.е.н., професора, завідувача кафедри Маркетингу Райко Діани Валеріївни було визначено переможцем. 3 Вознюк Ярослав Вадимович отримав диплом I ступеню за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти на V Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти за спеціальністю «Маркетинг» (Хмельницьк, 2021 р.) за темою «Аналіз та підтримка конкурентних переваг продукції підприємства роздрібної торгівлі». Керівник роботи професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту Райко Д.В. 4 Егурнова Д. диплом III ступеню на IV Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» (Хмельницьк, 2020 р.). Керівник роботи проф. Райко Д.В. Керівник студентського наукового гуртка зі спеціальності 075«Маркетинг».Наказ НТУ "ХПІ" "Про затвердження студентських науково-творчих об'єднань" 113 ОД 28.02.2019., 344 ОД від 14.11.2022, 423 ОД від 13.11.2023р. П 15 . Керівництво школярем, який зайняв призове місце III-IV етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з базових навчальних предметів, II-III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів - членів Національного центру "Мала академія наук України"; участь у журі III-IV етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з базових навчальних предметів чи II-III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів - членів Національного центру "Мала академія наук України" (крім третього (освітньо-наукового/освітньо-творчого) рівня - Робота у складі організаційного комітету II етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів — членів Малої академії наук - голова секції «Макроекономіка» (м. Харків)(2012р. - по теперішній час); Член журі II етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2023/2024 навчальному році (Наказ МОН від 22.09.2011 №1099 « Про затвердження Положення про Всеукраїнські учнівські олімпіади, турніри, конкурси...(зі змінами), Наказ МОН від 08.02.2021 № 147 « Про затвердження Правил проведення Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів МАН у 2023-2024 н.р., Наказ Департаменту науки і освіти
--	--	--	--	--	--	--	--

						Харківської обласної державної адміністрації від 08.01.2024 № 2). Член журі II етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2020/2021 навчальному році (Наказ директора Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації від 25.01.2021 № Член журі II етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2021/2022 навчальному році (Наказ директора Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації від 10.12.2021 № 180). Член журі II етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2019/2020 навчальному році (протокол Малої Академії Наук України № 353 від 20.12.2019). Член журі II етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2018/2019 навчальному році (протокол Малої Академії Наук України № 304 від 11.12.2018). П 19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднання Член Української Асоціації Маркетингу №259 от 8.07.2018 (з 2018 року - по теперішній час)
361246	Райко Діана Валеріївна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Харківський політехнічний інститут, рік закінчення: 1997, спеціальність: менеджмент, Диплом спеціаліста, Харківський державний політехнічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: менеджмент у виробничій сфері (спеціалізація "Менеджмент підприємницької діяльності"), Диплом спеціаліста, Харківський державний політехнічний університет, рік закінчення: 1998, спеціальність: промислова екологія та охорони навколишнього природного середовища, Диплом доктора наук ДД 000725, виданий 29.03.2012, Диплом кандидата наук ДК 019571, виданий 02.07.2003, Атестат доцента ДЦ 009809, виданий 16.12.2004, Атестат професора 12ПР 009230, виданий 17.01.2014	18	Relationship marketing На підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація): Доктор економічних наук за спеціальністю 08.00.04 Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), тема дисертації: «Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності промислового підприємства» (07 Управління та адміністрування, 075 Маркетинг, 051Економіка), Диплом ДД № 000725 від 29.03.2012 р., Атестаційна колегія Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України Сертифікат Б2 № 0005701 від 09.06.2018р. Відповідність П. 38 Ліц. вимог. П.1, 3, 4, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 19 П 1. Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1 Alla Domyshche-Medyanyk, Viktoria Zelich, Maryna Novikova, Tetiana Bielska, Diana Raiko. Synergistic approaches to strategic management: models and impact on the performance of organizations [Electronic resource] / Alla Domyshche-Medyanyk, Viktoria Zelich, Maryna Novikova [et al.] // AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. – Electronic text data. – 2024. – Vol. 14, iss. 1. – P. 120-125. – База Web of Science URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALT/A/140139/papers/A_23.pdf, free (date of application 06.03.2024). URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75140 2 Raiko, D., Shypulina, Y., Potrashkova, L., Illiashenko, N., Bozhkova, V., Konokhova, Z., Mirosnyk M., Nagy, S., Illiashenko, S., & Abdunurova, A. (2024). Defining a selection procedure of CRM systems for the information-analytical support to the marketing activities at an enterprise (Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності підприємства з використанням CRM систем) / Diana Raiko, Yuliia Shypulina, Liudmyla Potrashkova [et al.] // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies = Східноєвропейський журнал підприємницьких технологій. – 2024. – Vol. 1, No. 13 (127). – P. 41-58. База даних Scopus – URL: https://journals.urau.ua/eejet/article/view/298301/29175 URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75145 https://doi.org/10.15587/1729-4061.2024.298301 3 Identifying the system of value factors of green consumer choice / Liudmyla Potrashkova, Viktor Zaruba, Diana Raiko, Oleksiy Yevsyeyev // Innovative Marketing. – 2024. – Vol. 20, iss. 1. – P. 1-13. База даних Scopus URI: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75150 4 Diana Raiko, Yuliia Shypulina, Svitlana Vasytsova, Anastasiia Oborina, Irina Fedorenko. Development of a system of motivation for employees of the marketing department of the

enterprise for product promotion using tools of informational interaction of virtual space/ Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна, С. О. Васильцова, А. С. Оборіна, І. А. Федоренко / Розробка системи мотивації працівників відділу маркетингу підприємства щодо просування продукції з використанням інструментів інформаційної взаємодії віртуального простору. Eastern-European Journal of Enter-prise Technologies (№3(123).2023), 59-75, База даних Scopus
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71361>
 5 Illiashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiashenko Nataliia, Raiko Diana. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2022. № 2. С. 97-106.. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-16-2-97-106
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60554>
 6 Diana Raiko, Irina Fedorenko, Olena Kitchenko, Valerii Kobieliev, Mariia Litvynenko, Tatiana Romanchik Management of the interaction of the enterprise with partners and consumers: models, methods and information interaction Logistics systems: technological and economic aspects of efficiency: collective monograph. – Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 2022 -135 -165 SCOPUS
 DOI: <https://doi.org/10.15587/978-617-7319-66-4>
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71369>
 7 Diana Raiko, Viktoriia Cherepanova, Ihor Sylka, Olha Podrez, Irina Fedorenko . Development of scientific and methodological approach to quantitative and qualitative assessment of intellectual property management in industrial enterprises /Д. В. Райко, В. О. Черепанова, І. В. Силка, О. І. Подрез, І. А. Федоренко. Розроблення науково-методичного підходу щодо кількісно-якісної оцінки управління інтелектуальною власністю промислових підприємств. (Scopus) // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies ISSN 1729-3774 2/13 (110) 2021 – p.p.28-42 DOI: 10.15587/1729-4061.2021.230262 База даних Scopus
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54364>
 8 Illiashenko, S., Illiashenko, N., Shypulina, Y., Raiko, D., Bozhkova, V. (2021). Approach to assessment of prerequisites for implementation of strategic directions of innovative development of industrial enterprises (ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ПЕРЕДУМОВ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ). Eastern-European Journal of Enter-prise Technologies, 3 (13 (111)), 31–46. База даних Scopus
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54365>
 9. D. Raiko, O. Podrez, V. Cherepanova, O. Melnikov, A. Kharchenko. Managing costs of an industrial enterprise when using secondary resources./ Управління витратами промислового підприємства в умовах використання вторинних ресурсів. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. (2020), Vol 4/3 (106) 2020 (№4(106).2020),P.53-66 База даних Scopus
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/48224>
 фахові видання України:
 10 Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України [Електронний ресурс] / Д. В. Райко, І. В. Кролівець, І. М. Дрепін, Г. В. Паймаш // Ефективна Економіка : електронний журнал. – 2024. – № 1. – 18 с. – URL: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2875/2911>
 URI: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75122>
 11 Лавров Р. В. Стратегії розвитку бізнесу в умовах сучасної конкуренції: адаптація до нової реальності / Лавров Руслан Валерійович, Райко Діана Валеріївна, Еатон Гелена Вячеславівна // Наукові перспективи. Серія: "Економіка" = Scientific Perspectives. Series: "Economics". – 2024. – № 1 (43). – С. 469-483. – Електрон. аналог: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nr/article/view/8809/8856>, вільний (дата звернення 06.03.2024 р.). URI:<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75123>
 12 Райко Д. В. Вплив інформаційних технологій на стратегії маркетингу: аналіз тенденцій і викликів [Електронний ресурс] / Райко Діана Валеріївна, Паймаш Ганна Василівна, Кролівець Ігор Валерійович // Економіка та суспільство: електронний журнал. –

2024. – № 59. – 8 с. – URL:
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3473/3401>,
 вільний (дата звернення 06.03.2024 р.).
 URI:
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/75125>
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-109>
 13 Д.В. Райко. Проблеми маркетингового забезпечення створення інклюзивного середовища для дорослих осіб з особливими потребами в Україні. Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки). – Харків: НТУ «ХПІ». 2024. № 1. С. 12-16.
<http://es.khpi.edu.ua/article/view/301318>
 14 Д. Райко. І. Дрепін, А. Масалаб Адаптація та оптимізація традиційних маркетингових стратегій до вимог цифрової економіки: виклики та можливості вісник. Хмельницького національного університету. Серія: економічні науки – Хмельницький. 2024. № 2. С. 18-23.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/77740>
 15 Райко Д.В., Паймаш Г.В., Кролівець І.В. Ефективність використання інтерактивних інструментів комунікації та CRM-систем в цифровому маркетинговому середовищі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Електронне наукове фахове видання. Випуск 1 (42) 2024. С. 126-132.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/77743>
 16 Райко, Д., Дюжев, В., Косенко, А., & Ткачова, Н. (2023). Дослідження ринкових детермінант процесу комерціалізації інноваційних технологій. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), (4), 43–49.
<https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.4.43>
<http://es.khpi.edu.ua/article/view/292079>
 17 Райко Д.В., Паймаш Г.В. (2023) Маркетинг персоналу з особливими потребами як інноваційний підхід до управління людськими ресурсами "Економіка та суспільство" № 56/2023, с. 218
 18 Райко Д.В., Подрез О.І., Черпанова В.О. Сучасні підходи до формування маркетингових інструментів управління підприємством / Д.В., Райко, О.І., Подрез, В.О., Черпанова – Харків : «Проблеми економіки» – №3, 2022.с. 128-136
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60416>
 19 Шаульська, Л., Райко, Д., Дюжев, В., & Долина, І. (2022). Моніторинг комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних бізнес-структур. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки), (4), 72–78.
<https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.4>
 20 Illiasenko Sergii, Shypulina Yuliia, Illiasenko Natalia, Raiko Diana. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2022. № 2. С. 97-106.. DOI: 10.32434/2415-3974-2022-16-2-97-106
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60554>
 21 Д.В. Райко. Розвиток соціально-орієнтованого маркетингу людського капіталу людей з інвалідністю та виникнення професійного маркетингу особистості. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»- (економічні науки). – Х.: НТУ «ХПІ». 2022. № 3 - С.81-85
<http://es.khpi.edu.ua/issue/view/16159>
 22 Д.В. Райко, І.А. Федоренко, К.М. Сокол, О.В. Ланько. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємства щодо формування та реалізації товарної політики / Райко, Д.В., Федоренко, І.А., Сокол, К.М., Ланько, О.В., // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (Економічні науки). – Харків : Національний технічний університет « Харківський політехнічний Інститут». –№ 3, 2021.с.49–58.
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/56955>
 23. Райко Д.В., Подрез О.І. Соціальна відповідальність як інструмент управління сталим розвитком промислового підприємства / Д. В. Райко, О. І. Подрез // Проблеми економіки – Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України – № 1(43), 2020 , с. 173-189 – DOI: doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-

							173-189. – URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53324 24.Д.В. Райко, О.І. Маслак, М.В. Маслак. Стратегія стійкого розвитку: проблеми та шляхи вирішення / Райко, Д.В., Маслак, О.І., Маслак, М.В. // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (Економічні науки= Bulletin of the National Technical University «KhPI». Economic sciences.). – Харків : Національний технічний університет «Харківський політехнічний Інститут». – № 3, 2020.с.– 131–134. стр. – DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2020.3.131. – URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54373 25.Д.В. Райко, О.І. Подрез, В.О.Черепанова. Напрями вдосконалення системи управління еколого-економічним розвитком за індексом конкурентоспроможності як основи добробуту країни, регіонів, промислових підприємств, суспільства / Райко, Д.В., Подрез, О.І., Черепанова, В.О.// Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (Економічні науки = Bulletin of the National Technical University «KhPI». Economic sciences.). – Харків : Національний технічний університет «Харківський політехнічний Інститут». –№ 6, 2020.с.3–8. – DOI: https://doi.org/10.20998/2519-4461.2020.6.3. – URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/52260 П 3 Наявність виданого підручника чи навчального посібника (включаючи електронні) або монографії (загальним обсягом не менше 5 авторських аркушів), в тому числі видані у співавторстві (обсягом не менше 1,5 авторського аркуша на кожного співавтора) 1 Райко Д.В. Моделювання поведінки споживачів щодо прийняття рішення з формування маркетингової товарної політики, виробництва та просування товарів підприємства. Підручник – Суми: Територія, 2023.–180 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66835 2 Райко Д.В. Практикум з дисципліни «Поведінка споживачів»: навчальний посібник / Д.В. Райко – Суми: Територія, 2023.– 182 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66833 3 Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Практикум з дисципліни «Маркетингова товарна політика» : навчальний посібник / Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна. – – Суми :Триторія, 2022. – 164 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61119 4 Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна. – Суми : Триторія, 2022. – 158 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61120 . 5 Логістика: підручник / М.А. Цейтлін, Д.В. Райко, О.А. Біловодська, Ю.С. Шипуліна, Н.С. Ілляшенко, В.Ф. Райко – Суми: ТОВ «Триторія», 2021. – 220 с. (12,78 ум.-др. арк.) http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54331 6. Ілляшенко С. М. Вступ до спеціальності «Маркетинг» : навчальний посібник / С.М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна, Д.В. Райко– Суми: ТОВ «Триторія», 2020. – 124 с. (7,75 ум.-др. арк.) http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54341 П 4 Наявність виданих навчально-методичних посібників/посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій/практикумів/методичних вказівок/рекомендацій/ робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування 1.Методичні вказівки до написання дипломної роботи для здобувачів спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / Уклад.: Райко Д.В., Шипуліна Ю.С., Косенко О. П., Кітченко О. М., – Харків: НТУ «ХПІ», 2023. – 28 с. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65053 2 Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Маркетингова товарна політика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти щодо підготовки освітньої програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» / Уклад. Райко Д. В., Шипуліна Ю.С. – Харків: НТУ «ХПІ», 2023. – 32 с.
--	--	--	--	--	--	--	---

[illegible]

							виконання для здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг» ХНЕУ ім С. Кузнеця 10.12.2020
							П 8 виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах Наукові теми: 1 Керівник НДР: Заключення підписання госпдоговору № 17070 від 10.01.2023 на виконання науково-дослідної роботи за темою «Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах маркетингу» між ТОВ «НТЦ «ЕКОМАШ» та співробітниками кафедри маркетингу на кафедрі терміном 1 рік 2023 з 09.01.2023 по 22.12.2023 рр. Керівництво роботами за даним договором покласти на завідувача кафедри маркетингу – д.е.н., професора Райко Діану Валеріївну. Відповідальними виконавцями призначити д.е.н., професора, професора кафедри маркетингу Шипуліну Юлію Сергіївну та к.е.н., доцента, доцента кафедри маркетингу Романчик Тетяну Сергіївну. 2 Керівник НДР « Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України» К 1703 ДР 0123U103225 (07.2023-12.2025) Наукові видання: Член редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку наукових фахових видань України: «Вісник НТУ «ХПИ»» Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва»(2019- по теперішній час) Прийняття участі в якості рецензента в колективній зарубіжній монографії " Changing Paradigm in Economics & Management System" під редакцією Amit Goel International Department- Member Coordinator Foreign Students Department of Commerce & Business Management, Integral University, Lucknow , Assistant Professor, Hanna Strokovych Professor of Department of Management Logistics and Economic of National University of Economics Simon Kuznets, Kharkiv. –ABS BOOKS, Delhi-110086 – 229 p. 2020
							П 9 робота у складі експертної ради з питань проведення експертизи дисертацій МОН або у складі галузевої експертної ради як експерта Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, або у складі Акредитаційної комісії, або міжгалузевий експертної ради з вищої освіти Акредитаційної комісії, або трьох експертних комісій МОН/зазначеного Агентства, або Науково-методичної ради/науково-методичних комісій (підкомісій) з вищої або фаховой передвищої освіти МОН, наукових/науково-методичних/експертних рад органів державної влади та органів місцевого самоврядування, або у складі комісій Державної служби якості освіти із здійснення планових (позапланових) заходів державного нагляду (контролю) Райко Д.В. входить до складу підкомісії 5 зі спеціальності 075 Маркетинг , відповідно до «Про затвердження персонального складу науково-методичних комісій (підкомісій) сектору вищої освіти науково-методичної ради Міністерства Освіти І Науки України № 5582 від 25.04.2019» Продовження строку повноважень членів сектору вищої освіти та членів науково-методичних комісій (підкомісій) сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України №286 від 01.04.2022 р.
							П 11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою) 1. Заключення комплексної науково-дослідної роботи ДОГОВІР № 201/07-2022 про науково-технічне співробітництво та наукове консультування за темою «Формування стратегії маркетингової діяльності підприємства ТОВ «НТЦ «ЕКОМАШ»» з 01.12.2022 по 01.12.2027 . Керівництво покладено професора кафедри маркетингу д.е.н., проф. Райко Д.В., професора кафедри маркетингу, д.е.н., проф. Косенко О.П., доцента кафедри маркетингу, к.е.н., доц.. Tkachev N.P. 2. Заключення комплексної науково-дослідної роботи ДОГОВІР № 201/06-2022 про науково-технічне

							співробітництво та наукове консультування ТОВ « ЛЕВЕЛ ГРУП» Керівництво покладено професора кафедри маркетингу д.е.н., проф. Федоренко І.А., за темою « «Формування стратегії маркетингу цінності щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства» з 01.12.2022 по 01.12.2027 . Керівництво покладено професора кафедри маркетингу Федоренко І.А., Відповідальний виконавець д.е.н., проф., Райко Д.В., професор кафедри маркетингу Шипуліна Ю.С., доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доц. Глухову С.В. 3. Виконання договору щодо наукової та творчої співпраці між ТОВ «Екомаш» та співробітниками кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту на кафедрі терміном 5 років з 10.10.2018 по 10.10.2022 рр. за темою «Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємства». Керівництво роботами за даним договором було покладено на професора кафедри Економічної кібернетики та маркетингового менеджменту – д.е.н., проф. Райко Д.В., 0119U002562 П 12 наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1 Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С., Райко Д.В. Розділ 3. Комерціалізація знань в інноваційному процесі промислових підприємств /Інновації і трансфер технологій: методи, моделі та механізми управління: колективна монографія / за ред. д.е.н. В.А. Омеляненка. Суми: Інститут стратегій інноваційного розвитку і трансферу знань, 2023. .101-117 с. 2 Райко Д.В., Подрез О.І., Черепанова В.О., Федоренко І.А.Термінологічний аналіз категорії «конкурентоспроможність» /Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій: колективна монографія / Загальна редакція д-ра екон. наук, професора О.П.Косенко. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. 5-40 с.https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/65606 3 Райко Д.В., Шипуліна Ю.С., Подрез О.І. Концепція розвитку соціальної відповідальності маркетингу підприємства як філософії бізнесу в умовах сталого розвитку. _ Використання соціально-етичного маркетингу для забезпечення сталого розвитку в Україні : колективна монографія / за заг. ред. Є.О. Голишевої. Суми : Триторія, 2021. С. 130-179, 184-214. 4. Райко Д.В. Підходи до визначення понять «управління маркетингом», «маркетинговий менеджмент» та їх взаємодія. Маркетинг ХХІ століття: виклики змін : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю заснування кафедри маркетингу і комерційної діяльності ХДУХТ, 8–10 жовтня 2020 р. / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. – Х. : ХДУХТ, 2020. – 55-56 с. 5 Райко Д.В. Маркетинговий менеджмент як основа системи управління підприємством. Маркетинг і цифрові технології: 36. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 вересня 2020 р./ ОНПУ. Одеса: ТЕС, 2020. – 74-75 с. 6 Райко Д.В. Стратегічний маркетинг як основа розвитку підприємства за допомогою стратегічного менеджменту/ Д. В. Райко // Тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції [«Маркетинг та логістика в системі менеджменту»], / Національний університет «Львівська політехніка» Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 22 жовтня 2020 р.). – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. – 118-119 с. 7. Rayko D., Salionovych L., Atamaniukova O. Conceptual approach to the visual advertising development. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2020). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2020). Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition] – 54-58 p. 8 Райко Д.В Кролівець І.В., Бур'ян О.О. Генезис визначення віртуального простору/ Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXX міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2023, 2023 р.: / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ», с780. 9. Райко Д.В., Дрепін І.М., Місце цифрового маркетингу у діяльності підприємства/ Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін : тези доп.
--	--	--	--	--	--	--	---

[illegible]

[illegible]

								конкурсу студентських наукових робіт з природничих, технічних і гуманітарних наук, у зв'язку з введенням воєнного стану в Україні та неможливістю проведення II туру, пункт 4 викладено в такій редакції «Керівникам закладів нагородити переможців першого туру». Всі студенти, які подавали свої роботи на перший тур конкурсу від НТУ «ХПІ» та були зареєстровані в науково-дослідній частині, були відправлені для участі у II турі - будуть нагороджені дипломами, згідно згідно до наказу МОН України по кожній галузі (Додаток до наказу №1179), тому роботу студентки групи БЕМ-М921 а Ахапкіної Катерини Володимирівни, галузь знань 160 Транспортні технології (за видами) під керівництвом д.е.н., професора, завідувача кафедри Маркетингу Райко Діани Валеріївни було визначено переможцем. 3 Вознюк Ярослав Вадимович отримав диплом I ступеню за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти на V Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти за спеціальністю «Маркетинг» (Хмельницьк, 2021 р.) за темою «Аналіз та підтримка конкурентних переваг продукції підприємства роздрібної торгівлі». Керівник роботи професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту Райко Д.В. 4 Егурнова Д. диплом III ступеню на IV Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» (Хмельницьк, 2020 р.). Керівник роботи проф. Райко Д.В. Керівник студентського наукового гуртка зі спеціальності 075«Маркетинг».Наказ НТУ «ХПІ» "Про затвердження студентських науково-творчих об'єднань" 113 ОД 28.02.2019., 344 ОД від 14.11.2022, 423 ОД від 13.11.2023р. П 15 . Керівництво школярем, який зайняв призове місце III-IV етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з базових навчальних предметів, II-III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів - членів Національного центру "Мала академія наук України"; участь у журі III-IV етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з базових навчальних предметів чи II-III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів - членів Національного центру "Мала академія наук України" (крім третього (освітньо-наукового/освітньо-творчого) рівня - Робота у складі організаційного комітету II етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів — членів Малої академії наук - голова секції «Макроекономіка» (м. Харків)(2012р. - по теперішній час); Член журі II етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2023/2024 навчальному році (Наказ МОН від 22.09.2011 №1099 « Про затвердження Положення про Всеукраїнські учнівські олімпіади, турніри, конкурси...(зі змінами), Наказ МОН від 08.02.2021 № 147 « Про затвердження Правил проведення Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів МАН у 2023-2024 н.р., Наказ Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації від 08.01.2024 № 2). Член журі II етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2020/2021 навчальному році (Наказ директора Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації від 25.01.2021 № Член журі II етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2021/2022 навчальному році (Наказ директора Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації від 10.12.2021 № 180). Член журі II етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2019/2020 навчальному році (протокол Малої Академії Наук України № 353 від 20.12.2019). Член журі II етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України у 2018/2019 навчальному році (протокол Малої Академії Наук України № 304 від 11.12.2018). П 19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або
--	--	--	--	--	--	--	--	---

						громадських об'єднань Член Української Асоціації Маркетингу №259 от 8.07.2018 (з 2018 року - по теперішній час)
184970	Кітченко Олена Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу	Диплом бакалавра, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2003, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом спеціаліста, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", рік закінчення: 2005, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом магістра, Українська інженерно-педагогічна академія, рік закінчення: 2018, спеціальність: 011 Науки про освіту, Диплом кандидата наук ДК 012800, виданий 28.03.2013, Аттестат доцента 12/ПІ 044373, виданий 29.09.2015	19	Стратегічний маркетинг 1. На підставі документів встановленого зразка про про вищу освіту: спеціальність: Маркетинг, кваліфікація: економіст, диплом з відзнакою ХА №25994569 від 28.02.2005 р. 2. На підставі документів встановленого зразка про присудження наукового ступеня (однакова за змістом спеціальність (предметна спеціальність, спеціалізація), к.е.н. із спеціальності економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності): Кандидат економічних наук, 08.00.04- економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Тема дисертації: «Оцінювання та використання потенціалу енергозбереження промислових підприємств», диплом ДК № 012800 від 28.03.2013 р., Вища атестаційна комісія України Підвищення кваліфікації: 1. Участь у Spring school "European experience in Technology transfer" IN THE CONTEXT OF Jean Monnet UnitECH - 101047891 - JEAN- MONNET CHAIRS «European technology transfer for Ukrainian universities» / UnitECH, на базі Львівського Політехнічного Національного університету, 16.04.2024р. – 25.04.2024 р. – 30 годин / 1 кредит ECTS. Наказ № 1138С від 10.07.2024 2. Участь у курсі підвищення кваліфікації за проєктом-модулем Жана Моне «Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація» (BeSustainAble-101085651) на факультеті міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу Каразінського університету за фінансової підтримки Європейської комісії. Сертифікат № BSA 176/2024 – 90 годин / 3 кредити ECTS. Наказ № 1138С від 10.07.2024 3. Участь у онлайн школі «Цифрові технології в наукових дослідженнях», 01.11.2023р. – 13.12.2023р. Сертифікат № 20231213/215 – 60 годин / 2 кредити ECTS. 4. Курс підвищення кваліфікації за проєктом-модулем Жана Моне "Business Models for Sustainability: Challenges and Digital Transformations" на факультеті міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу Каразінського університету за фінансової підтримки Європейської комісії. Сертифікат № BSA 060/2023 – 90 годин / 3 кредити ECTS. 5. Запорізький національний університет, Свідчення про підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників СС02125243/27-22, «Удосконалення теоретико- методичної бази стратегічного маркетингового планування», 30.06.2022 р., 6 кредитів (180 год.) 6. Сертифікат B2 № 51/2012 від 2012р. Відповідність П. 38 Ліц. вимог. Пі 1, 3, 4, 8, 11, 12, 14, 19 Пі Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection 1. Кітченко О.М., Мірошник М.В. Новітні рекламні технології, що змінюють підходи до рекламної стратегії. Ефективна економіка. 2024. №2. DOI https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/3095 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/74802 2. Кітченко О. М. Вибір стратегії розвитку підприємства на стадії бізнес проєктування. Проблеми сучасних трансформацій. 2023. №7. https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-08 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66331 3. Sysoiev, V., Kuchina, S., Kitchenko, O., Romanchik, T. & Kuchin, A. The creation of dynamic visual objects as a factor for optimizing advertisements in e-commerce. Jurnal The Messenger, 2022, 14(1), pp. 57–75. http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v14i1.4217 https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71241 (Web of Science) 4. Diana Raiko, Irina Fedorenko, Olena Kitchenko, Valerii Kobieliev, Mariia Litvynenko, Tatiana Romanchik Management of the interaction of the enterprise with partners and consumers: models, methods and information interaction Logistics systems: technological and economic aspects of efficiency: collective monograph. – Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 2022 -135 - 165 DOI: https://doi.org/10.15587/978-617-7319-66-4

[illegible]

[illegible]

									10. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : Ткачов О. А., 2022. – 32 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61123 11. Методичні вказівки з організації та проведення переддипломної практики здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" / уклад.: Д. В. Райко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" – Харків : НТУ "ХПІ", 2022. – 32 с. http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61124 П8 . Виконання функцій (повноважень, обов'язків) наукового керівника або відповідального виконавця наукової теми (проекту), або головного редактора/члена редакційної колегії/експерта (рецензента) наукового видання, включеного до переліку фахових видань України, або іноземного наукового видання, що індексується в бібліографічних базах Науковий керівник і відповідальний виконавець окремих розділів роботи за хоз. договірною темою № 17099 від 22.01.2024р. з ТОВ «ВПК» (01.02.2024-31.01.2025р.), "Новітні технології маркетингу та їх специфіка в діяльності підприємств України". Номер державної реєстрації 0124U001510 від 07.02.2024 р. П11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою) Договір про наукову співпрацю № 201/02-2022 ТОВ "ВПК" Договір № 201/02-2022 від 01.09.2022р" П12 наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій 1. Кітченко О.М. Стратегія і тактика медіапланування. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 32-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2024, 22–25 травня 2024 р. / ред. Є. І. Сокол. Харків: НТУ "ХПІ", 2024. С. 782. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78689 2. Ведеріс Д.С., Кітченко О.М. Емоційні аспекти реклами під час війни. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 32-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2024, 22–25 травня 2024 р. / ред. Є. І. Сокол. Харків: НТУ "ХПІ", 2024. С. 732. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/78688 3. Кітченко О.М. E-mail маркетинг як інструмент digital стратегії. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXI міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2023, 17–20 травня 2023 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. Харків: НТУ «ХПІ». 2023. С. 728. URL : https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71237 4. Zatyainchenko A.V., Kitchenko O.M. Advertising on the Internet: features, advantages and disadvantages. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXI міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2023, 17–20 травня 2023 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. Харків: НТУ «ХПІ». 2023. С. 681. https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71235 5. Kitchenko O. M. Media planning as a process: stages, tasks, methods [Electronic resource] / O. M. Kitchenko, Ya. G. Khoroshun // Marketing of innovations. Innovations in marketing : materials of the Intern. Sci. Internet Conf., December 2023 / ed. S. Illiasenko ; Univ. of Economics and Humanities. – [E-edition]. – Bielsko-Biala : WSEH, 2023. – P. 29-31. URI https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/72522 6. Кітченко О. Стратегія розвитку бізнесу в Інтернеті [Електронний ресурс] / Олена Кітченко, Ігор Адамський // Маркетинг в Україні : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 20 жовт. 2023 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вади́ма Гетьмана [та ін.] ; [редкол.: Федорченко А. В. (голова) та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2023. – С. 61–63. URL :
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

						https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71755 7. Яковлев Д. Ю. Напрямки розвитку асортиментної політики підприємств ринку спецій та прянощів [Електронний ресурс] / Д. Ю. Яковлев, О. М. Кітченко // Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених : зб. тез доп. 17-ї Міжнар. наук.-практ. конф. магістрантів та аспірантів, 28-30 листопада 2023 р. / гол. Є. І. Сокол ; оргком.: Р. П. Мигущенко [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Харків, 2023. – С. 334. – URL : https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71509 8. Кітченко О.М., Лялько К.А. Стратегічні напрямки розвитку винного туризму в Україні. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей I Всеукр. наук.-практ. конф. (14-15 листопада 2023 року, м. Харків). Частина 1. Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». 2023. С. 98-100. URL : https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/71245 9. Кітченко О. М. Аналіз продукту та цільової аудиторії як ключові елементи концепції маркетинг-мікс / О. М. Кітченко, О. К. Гринькова // Слобожанські наукові читання: соціально-економічні та гуманітарно-правові виміри [Електронний ресурс] : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 15-16 листопада 2022 р. / ред. кол.: Н. С. Краснокутська [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2022. – С. 135-138. URL : http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61350 10. Кітченко О. М. Використання стратегій просування в інтернет-маркетингу / О. М. Кітченко, К. В. Ахапкіна // Слобожанські наукові читання: соціально-економічні та гуманітарно-правові виміри [Електронний ресурс] : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 15-16 листопада 2022 р. / ред. кол.: Н. С. Краснокутська [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2022. – С. 132-135. URL : http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/61349 П14 Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I або II 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 Білошкуренко Н.Г. гр. БЕМ-М919а , диплом III ступеня за перемогу у IV Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг», м. Хмельницький 2020 р. П19 Діяльність за спеціальністю у формі участі у професійних та/або громадських об'єднання Членкиня Української асоціації маркетингу Сертифікат № 279 від 22.09.2018 р.
--	--	--	--	--	--	--

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

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