НАЦІОНАЛЬНЕ АГЕНТСТВО ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	**Академія праці, соціальних відносин і туризму**
Освітня програма	**77419 Маркетинг**
Рівень вищої освіти	**Магістр**
Спеціальність	**D5 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	**53**
Повна назва ЗВО	**Академія праці, соціальних відносин і туризму**
Ідентифікаційний код ЗВО	**04641405**
ПІБ керівника ЗВО	**Сухомлин Віктор Борисович**
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	**http://www.socosvita.kiev.ua**

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

https://registry.edbo.gov.ua/university/53

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	**77419**
Назва ОП	**Маркетинг**
Галузь знань	**D Бізнес, адміністрування та право**
Спеціальність	**D5 Маркетинг**
Спеціалізація (за наявності)	*відсутня*
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 економіки підприємства та менеджменту, Кафедра української та іноземних мов і гуманітарних наук**
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	**м. Київ, вул. Кільцева дорога, 3-А**
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	*не передбачає*
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	***відсутня***
Мова (мови) викладання	**Українська**
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	**444343**
ПІБ гаранта ОП	**Писаренко Надія Василівна**
Посада гаранта ОП	**Завідувач кафедри**
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	**n.pysarenko@socosvita.kiev.ua**
Контактний телефон гаранта ОП	**+38(099)-961-05-97**
Додатковий телефон гаранта ОП	**+38(097)-207-59-32**

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
заочна	1 р. 6 міс.
очна денна	1 р. 6 міс.

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

1. Загальні відомості про ОП, історію її розроблення та впровадження
Освітньо-професійна програма (ОПП) «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти реалізується в Академії праці, соціальних відносин і туризму (АПСВТ) за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» в межах ліцензованої освітньої діяльності. Обсяг — 90 кредитів ЄКТС, строк навчання — 1 рік 6 місяців за денною та заочною формами. Освітня кваліфікація — магістр маркетингу; професійна кваліфікація не присвоюється. Реалізацію ОПП забезпечує кафедра маркетингу. Редакцію 2026 року рекомендовано Вченою радою факультету економіки, соціальних технологій та туризму 30.06.2026 (протокол № 10) (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/programmes/opp-marketing-master-2026.pdf).
Магістерську освітню програму за спеціальністю 075 «Маркетинг» акредитовано у 2017 році (сертифікат НІ № 1188642 від 02.08.2017, строк дії — до 01.07.2026) (https://www.socosvita.kiev.ua/about/licenses#certificates).
Програму розроблено відповідно до законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікацій, Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня (наказ МОН від 10.07.2019 № 960), Переліку галузей знань і спеціальностей (постанова КМУ від 29.04.2015 № 266 у редакції постанови від 30.08.2024 № 1021, зі змінами) та нормативних документів АПСВТ. Ураховано професійний стандарт «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)», внесений до Реєстру кваліфікацій 21.01.2025.
ОПП спрямована на підготовку фахівців, здатних здійснювати стратегічне управління маркетинговою діяльністю, застосовувати маркетингову аналітику та цифрові технології, обґрунтовувати управлінські рішення з урахуванням принципів соціальної відповідальності й сталого розвитку.
Редакція 2023 року за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» забезпечувала фахову підготовку магістрів. У 2025 році ОПП приведено у відповідність до нового Переліку спеціальностей (D5), ураховано професійний стандарт та конкретизовано стратегічну, аналітичну й соціально відповідальну спрямованість підготовки (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/programmes/opp-marketing-master-2025.pdf). Це відображено у СК10 щодо соціально відповідальних маркетингових стратегій та ПРН16 щодо впровадження принципів сталого розвитку.
Гарантом редакції 2023 року була д.е.н., професор Ю.О. Ярмоленко, редакцій 2025–2026 років — к.е.н., доцент Н.В. Писаренко. У редакції 2026 року уточнено зміст освітніх компонентів: «Сталий маркетинг» перейменовано на «Сталий маркетинг та трансформація ринку» (3 кредити ЄКТС), компонент «Практична підготовка» (9 кредитів) розподілено на виробничу (3 кредити) та переддипломну (6 кредитів) практики. Загальний обсяг ОПП, вибіркової складової (24 кредити) та кваліфікаційної магістерської роботи (9 кредитів) збережено.
Реалізацію ОПП забезпечують науково-педагогічні працівники кафедри маркетингу з відповідною академічною та професійною кваліфікацією. Подальше вдосконалення програми здійснюється на основі моніторингу якості освіти, наукових напрацювань викладачів і пропозицій здобувачів, випускників, роботодавців та академічної спільноти.

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	2026 - 2027	30	16	11	0	0
2 курс	2025 - 2026	30	2	13	0	1

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	*програми відсутні*
другий (магістерський) рівень	**77419 Маркетинг**
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	*програми відсутні*

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	12032	3178
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	11381	2527
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	651	651
Приміщення, здані в оренду	711	344

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	*opp-marketing-2026.pdf*	UNSvNuLvI3rI8pmCDlKk3CVfuN05qSBkvEKMxSQcoek=
Освітня програма	*opp-marketing-2025.pdf*	BSFOUclm7o6b38h8q53b4wtbk/Oiczbvu6AyaWczxaA=
Навчальний план за ОП	*Маркетинг_2025-2026_денна.pdf*	un73UT2Rgmz2puVNoDK3Z4dj5MO5lNiry3FgXinbsKs=
Навчальний план за ОП	*Маркетинг_2025-2026_заочна.pdf*	/lEemPwqElHyakrxqNsSukIzR9z5nmcJysWHncgPfuM=
Навчальний план за ОП	*Маркетинг_2026-2027_денна.pdf*	V5eUDwywRufZP/CrQ5xGMuTkFPEw9GZycX2POIhjoiw=
Навчальний план за ОП	*Маркетинг_2026-2027_заочна.pdf*	w2K5ehpua+WlO8lBo4GzWD3okowdIrJhD4uuX/fjg9g=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*Рецензія Поліщук В..pdf*	xNGn8vdG2Do3C/o8ITcgxw3A87vW+lLdxUkuNufu5Io=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*рецензія Бондаренко В. 2026.pdf*	KPRrEcKo6BDJ1/KVZy6MwzQqwaKqxKyGcdDoS7P11Fo=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*рецензія Лилик І. 2026.pdf*	dygxfXJluJzXhkCAwfouddC9b2vzqLskxwGq/QPsQ2A=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*Рецензія Бугая О. 2026.pdf*	/uYDl9y7H19k6ZUCQWt47ZOnQ9oY1yiR86SqCaOaahA=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій	*Резенція Файвішенко Д..pdf*	MTtp6AokLngBzVLIzlGsefIt/nLlxJ8XhUpUyFQn2ro=

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

1. Проєктування освітньої програми

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

ОПП «Маркетинг» забезпечує досягнення ПРН1–ПРН15 Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня (наказ МОН від 10.07.2019 №960). Інтегральну, загальні та спеціальні компетентності Стандарту включено до ОПП; забезпечення результатів обов'язковими компонентами відображено в матрицях відповідності. Дослідницько-аналітичну підготовку забезпечують «Методологія наукових досліджень» і «Маркетингова аналітика»; стратегічну та управлінську — «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Бренд-менеджмент»; комунікаційну, цифрову та проєктну — «Рекламний менеджмент», «Цифровий маркетинг і електронна комерція», «Наукові комунікації іноземною мовою», «Лідерство та персональний розвиток», «Проєктна діяльність». Застосування та інтеграція результатів відбуваються під час виробничої (3 ЄКТС) і переддипломної (6 ЄКТС) практик; комплексна перевірка — під час підготовки й публічного захисту кваліфікаційної роботи (9 ЄКТС). Обов'язкова складова забезпечує ПРН Стандарту незалежно від вибору дисциплін. Додатковий ПРН16 конкретизує сталий і соціально відповідальний фокус ОП та забезпечується відповідними професійними компонентами (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/programmes/opp-marketing-master-2026.pdf).

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

Зміст ОПП «Маркетинг» сформовано з урахуванням професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)», затвердженого рішенням ГО «Українська Асоціація Маркетингу» від 09.01.2025 та внесеного до Реєстру кваліфікацій 21.01.2025. Трудові функції, компетентності, знання й уміння стандарту враховано під час актуалізації компетентнісного профілю, ПРН і змісту професійної підготовки. Дослідження ринку та роботу з даними забезпечує «Маркетингова аналітика»; розроблення стратегії й управління маркетингом — «Стратегічний маркетинг» і «Маркетинговий менеджмент»; управління брендами та комунікаціями — «Бренд-менеджмент» і «Рекламний менеджмент»; застосування цифрового інструментарію — «Цифровий маркетинг і електронна комерція». Виробнича та переддипломна практики забезпечують застосування цих умінь до професійних завдань підприємств.
На рівні результатів навчання відповідні вимоги відображено у ПРН4, ПРН6, ПРН7, ПРН9, ПРН11–ПРН13 і ПРН15. Професійний стандарт використано для узгодження змісту підготовки з трудовими функціями маркетолога; присвоєння професійної кваліфікації ОПП не передбачає (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/programmes/opp-marketing-master-2026.pdf).

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

Потреби здобувачів і випускників враховуються через представництво в робочій групі, обговорення ОП, анкетування та документований розгляд пропозицій. До проєктної групи включено здобувача другого (магістерського) рівня В. Гоцула. Потребу в індивідуалізації підготовки відображено у вибірковій складовій — 24 кредити ЄКТС (26,7% ОП). За результатами анкетування 2026 р. пропозицію випускника В. Гоцула щодо посилення практичної підготовки із застосуванням реальних бізнес-кейсів, цифрових інструментів і ШІ враховано частково: визначено доцільність інтеграції цих інструментів у практичні завдання чинних професійних ОК без запровадження окремого обов'язкового компонента (протокол кафедри №8 від 25.03.2026). Пропозицію здобувачки Д. Мороки щодо розширення індивідуальної освітньої траєкторії визначено враховувати під час формування та щорічного оновлення каталогу вибіркових ОК (протокол №11 від 22.06.2026). Авторів, зміст пропозицій, результати розгляду й обґрунтування рішень оприлюднено на вебсайті АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf). Отже, потреби цієї групи конкретизуються у професійній спрямованості ОП, практичних завданнях і можливостях вибору; їх урахування простежується за рішеннями щодо змісту підготовки.

- роботодавці

Потреби роботодавців враховуються через участь у проєктній групі, рецензування ОП, анкетування та фахові обговорення. До проєктної групи залучено М. Бардовську, Head of Digital and E-commerce ПрАТ «АртВайнері».
За результатами анкетування 2026 р. пропозицію О. Киричук (ТОВ «Спешл ДІ») щодо поглиблення підготовки з управління клієнтським досвідом враховано як рекомендацію посилити кейси із сегментації, Customer Journey, ціннісної пропозиції та персоналізації у професійних ОК (протокол кафедри №8 від 25.03.2026). За пропозицією В. Поліщука, директора ТОВ «Київський БКК», рекомендовано посилити комплексні кейси з аналізу попиту,

асортименту, конкурентів і позиціонування (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf). Професійні потреби співвіднесено з ПРН щодо дослідження ринку, стратегічного й оперативного управління маркетингом, реалізації проєктів та роботи з даними; вони конкретизуються в аналітичних, стратегічних, цифрових і управлінських компонентах ОП. Під час виробничого візиту до ТОВ «Київський БКК» представники бізнесу й академічної спільноти обговорювали вдосконалення ОПП та оновлення баз практичної підготовки (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/9f57761e-0d8a-41a9-a5ca-7501563f1bef).

- академічна спільнота

Потреби академічної спільноти враховуються через участь викладачів кафедри в проєктній групі, фахове обговорення та зовнішнє рецензування ОП представниками КНЕУ імені Вадима Гетьмана, НУБіП України, НаУКМА та ДТЕУ. Предметом експертизи є мета й зміст ОП, компетентнісна модель, відповідність ПРН освітнім компонентам, структурно-логічна побудова, дослідницька та практична підготовка. Наприклад, пропозиція д.е.н., професора НУБіП України Р. Буряка, надана під час анкетування 2026 р., щодо посилення дослідницької складової підготовки - за результатами розгляду передбачено поглиблення комплексних дослідницько-аналітичних завдань у компонентах «Методологія наукових досліджень» і «Маркетингова аналітика» та їх зв'язку з підготовкою кваліфікаційної роботи (протокол засідання кафедри №8 від 25.03.2026). Пропозиції, результати розгляду та обґрунтування рішень оприлюднено на вебсайті АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf). Урахування академічних рекомендацій конкретизує дослідницьку спрямованість ОП та забезпечення ПРН, пов'язаних із проведенням досліджень, аналізом даних і обґрунтуванням маркетингових рішень. Зовнішня експертиза доповнює внутрішній перегляд незалежною фаховою оцінкою змісту та рівня магістерської підготовки.

- інші стейкхолдери

До інших стейкголдерів ОП належать професійні об'єднання та громадські організації, взаємодія з якими дає змогу враховувати суспільний, етичний та екологічний контекст маркетингової діяльності. Представників цих спільнот запрошено надавати зауваження й пропозиції щодо мети, компетентностей, змісту та практичної підготовки через відкриті обговорення, анкету й електронну адресу кафедри (https://www.socosvita.kiev.ua/programs/marketing). Додатковий канал комунікації — сторінка кафедри у Facebook (https://www.facebook.com/share/1Ds1yBoCqZ/). Прикладом професійного внеску є стандарт «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)», затверджений ГО «Українська Асоціація Маркетингу», вимоги якого враховано під час актуалізації професійної спрямованості ОП. Взаємодія з громадським сектором представлена спільним із ГО «Інститут екологічної економіки та цифрового аграрного розвитку» і КНУ імені Тараса Шевченка вебінаром «Екологія як маркетингова стратегія» 27.03.2026 (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/b21074dd-cbf6-4a9b-934b-6f0a133490ed). Тематика співпраці відповідає СК10 і ПРН16 щодо соціально відповідальних стратегій та врахування економічних, соціальних і екологічних наслідків маркетингу. Пропозиції стейкголдерів розглядаються кафедрою з визначенням способу їх урахування.

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

Мета ОПП «Маркетинг» відповідає місії та стратегічним орієнтирам АПСВТ, визначеним Стратегією розвитку (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/academy/strategy-development-to-2026.pdf) і Статутом (https://www.socosvita.kiev.ua/documents). Місія АПСВТ — участь у розбудові суспільства, вирішенні соціальних проблем і забезпеченні соціальних змін — конкретизована в меті ОП через підготовку конкурентоспроможних маркетологів, здатних стратегічно мислити, діяти інноваційно та відповідально в умовах цифрової трансформації й сталого розвитку. Відповідність простежується у змісті підготовки. Стратегічне й аналітичне мислення формують «Стратегічний маркетинг», «Маркетингова аналітика», «Маркетинговий менеджмент»; готовність до цифрових змін — «Цифровий маркетинг і електронна комерція». Соціальний вимір місії закріплено в СК10, ПРН16 та компонентах «Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність», «Сталий маркетинг та трансформація ринку», які передбачають урахування економічних, соціальних і екологічних наслідків рішень. Стратегічні пріоритети розвитку науки й сучасних методів навчання реалізуються через дослідницькі та проєктні завдання, практики й кваліфікаційну роботу. Отже, мета ОП переводить місію АПСВТ у професійні компетентності та результати підготовки, орієнтовані на довгострокову цінність для бізнесу й суспільства.

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

Мета і ПРН ОПП ураховують розвиток data-driven маркетингу, Big Data, цифрових комунікацій, e-commerce, стратегічного управління та сталого маркетингу відповідно до НДР кафедри. Аналітичний напрям відображено у ПРН3, ПРН11, ПРН15 та ОК «Маркетингова аналітика»; стратегічний — у ПРН4, ПРН6, ПРН10–ПРН13, ОК «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Бренд-менеджмент»; цифровий — в ОК «Цифровий маркетинг і електронна комерція». Наукове підґрунтя становлять монографії «Вплив міжнародного маркетингу на економічну безпеку України в умовах цифрової економіки» (https://doi.org/10.5281/zenodo.14913927), «Воєнний брендинг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу» (https://doi.org/10.5281/zenodo.17558747), посібник «Соціально відповідальний маркетинг» (https://doi.org/10.5281/zenodo.21918708), дослідження Big Data (https://doi.org/10.5281/zenodo.17203109) та data-driven аналітики (https://doi.org/10.5281/zenodo.20456734). Сталий розвиток і соціальну відповідальність закріплено у СК10, ПРН16 та ОК. Практичними прикладами є вебінар «Екологія як маркетингова стратегія» (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/b21074dd-cbf6-4a9b-934b-6f0a133490ed) та ініціатива зі збору

макулатури на підтримку ЗСУ (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/ab06e336-28e6-4e78-9f32-e67b27bf2406). Наукові результати інтегруються в ОК через аналіз даних, розроблення стратегій та оцінювання соціально-екологічних наслідків маркетингових рішень.

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

Мета і ПРН ОПП ураховують цифровізацію бізнесу, розвиток e-commerce, CRM, маркетингової аналітики, управління брендами та принципи сталого розвитку. Потребу у фахівцях, здатних аналізувати дані й обґрунтовувати стратегічні та оперативні рішення, конкретизовано у ПРН3–ПРН4, ПРН6–ПРН7, ПРН9, ПРН11–ПРН15 та аналітичних, стратегічних, цифрових і управлінських ОК.
Галузевий контекст представлено реальними базами практик: ТОВ «ГРУПА РЕЙТИНГ» — дослідження ринку й аналітика; ТОВ «Київський БКК» і ТОВ «Росинка» — виробництво та FMCG; ТОВ «ФРОНТ ВІЛ» — торгівля; ТОВ «Тревел Юкрейн Тудей» — туризм; «ЄВА-ТРАНС» і «РАНГ ЛОГІСТИК» — транспорт і логістика; ТОВ «ДСЛ-2010» — управління відходами, екологічні послуги та сталий розвиток.
Здобувачі застосовують SWOT-, PEST-, ABC/XYZ-аналіз, CRM, Google Analytics 4 та показники результативності маркетингу. Під час візиту до «Київського БКК» розглянуто кейси просування, споживчої цінності й соціальної відповідальності (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/9f57761e-0d8a-41a9-a5ca-7501563f1bef).
Регіональний контекст Києва враховано через співпрацю з підприємствами столичного бізнес-середовища, зокрема «ГРУПОЮ РЕЙТИНГ», «ЄВА-ТРАНС», «РАНГ ЛОГІСТИК» і ТОВ «ДСЛ-2010». Міжгалузеві компетентності забезпечують підготовку до роботи на ширших ринках. Потреби роботодавців уточнюються через рецензування та участь у проєктуванні ОПП, зокрема М. Бардовської, Head of Digital and E-commerce ПрАТ «АртВайнері».

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

Під час формування та перегляду мети й ПРН ОПП «Маркетинг» враховується досвід магістерської підготовки маркетологів у КНЕУ імені Вадима Гетьмана, НУБіП України, НаУКМА та ДТЕУ. Предметом порівняння є спрямованість програм, компетентнісна модель, зміст і послідовність професійних компонентів, поєднання дослідницької та практичної підготовки, вибіркова складова й кваліфікаційна робота. Аналіз вітчизняних підходів використовується для співвіднесення мети ОП із завданнями магістерського рівня: підготовкою до самостійного дослідження маркетингових проблем, стратегічного управління, застосування аналітичних і цифрових інструментів та обґрунтування рішень в умовах невизначеності. Вказані орієнтири конкретизовано у ПРН щодо досліджень і роботи з даними (ПРН3, ПРН15), стратегічного аналізу й управлінських рішень (ПРН4, ПРН6, ПРН10–ПРН13), професійної комунікації та представлення результатів (ПРН5, ПРН8). У змісті ОПП АПСВТ відповідні напрями забезпечують «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Маркетингова аналітика», «Цифровий маркетинг і електронна комерція», «Бренд-менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Методологія наукових досліджень», практики й кваліфікаційна робота. Порівняння професійної, дослідницької та практичної складових дозволяє оцінювати повноту підготовки та узгодженість заявлених результатів із компонентами, що їх забезпечують. Водночас ОПП зберігає власний профіль: стратегічна, аналітична й цифрова підготовка поєднана із соціально відповідальним і сталим маркетингом. Даний акцент закріплено у СК10, ПРН16 та компонентах «Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність», «Сталий маркетинг та трансформація ринку» й узгоджено з НДР кафедри «Трансформація маркетингу в цифровій економіці: ринкові аспекти та соціальна відповідальність». Досвід інших ЗВО використовується як джерело порівняльного аналізу; рішення щодо мети, ПРН і структури ОП приймаються з урахуванням Стандарту, місії АПСВТ, результатів її реалізації та пропозицій стейкголдерів (відображення цих орієнтирів у чинній ОПП: https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/programmes/opp-marketing-master-2026.pdf).

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

Мета і ПРН ОПП «Маркетинг» визначаються з урахуванням порівняльного аналізу іноземних магістерських програм. MSc Marketing (Sustainable Marketing) Henley Business School, University of Reading поєднує стратегічний маркетинг зі сталістю, етикою брендів та оцінюванням соціально-екологічного впливу кампаній (https://www.henley.ac.uk/study/masters/msc-marketing-sustainable-marketing). Master's in Sustainable Marketing University of Oulu інтегрує відповідальний маркетинг, аналітичне мислення та співпрацю з бізнесом (https://www.oulu.fi/en/apply/masters-sustainable-marketing). MSc Digital Marketing University of Surrey акцентує цифрові стратегії, вебаналітику й прикладні проєкти (https://www.surrey.ac.uk/postgraduate/digital-marketing-msc/2026). Зазначені підходи співвідносяться з ПРН3, ПРН15 (дослідження й аналітика), ПРН4, ПРН6, ПРН10–ПРН13 (стратегічні та управлінські рішення), СК10, ПРН16 (соціально відповідальний маркетинг) і реалізуються через відповідні ОК, практичну підготовку та кваліфікаційну роботу. Практичним прикладом використання міжнародного досвіду є академічна мобільність здобувачок у Wyższa Szkoła Gospodarki (Бидгощ, Польща) за програмою «Strategiczne zarządzanie marketingiem i cyfrowe technologie biznesowe» із визнанням результатів навчання в АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/68097e3c-0d97-43f3-b41a-fd90a58bc99d). Іноземний досвід ураховується зі збереженням профілю ОПП, місії АПСВТ та потреб стейкголдерів.

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 відповідає предметній області D5 «Маркетинг»: об'єкту вивчення — маркетинговій діяльності суб'єктів ринку; теоретичному змісту — концепціям, принципам і закономірностям маркетингу та управління ним; методам і технологіям дослідження й обґрунтування рішень. Стратегічний та управлінський напрями забезпечують «Стратегічний маркетинг» і «Маркетинговий менеджмент»; аналітичний — «Маркетингова аналітика»; управління брендами й комунікаціями — «Бренд-менеджмент» і «Рекламний менеджмент»; цифровий — «Цифровий маркетинг і електронна комерція». Соціальна відповідальність і сталість конкретизовані у відповідних ОК, СК10 та ПРН16.
«Методологія наукових досліджень» формує основу вибору методів, збирання й інтерпретації даних. Їх застосування підтверджують матеріали практик (у ТОВ «ФРОНТ ВІЛ» — SWOT-, PEST-, ABC–XYZ-аналіз і CRM-аналітика; у ТОВ «Росинка» — дослідження споживачів, Google Analytics 4, Meta Insights та оцінювання ROMI, CAC, LTV). Кваліфікаційна робота інтегрує дослідження маркетингової проблеми, аналіз даних та обґрунтування професійних рішень. Отже, предметна область послідовно розкривається в теорії, методичному й цифровому інструментарії, практиках та самостійному дослідженні (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/programmes/opp-marketing-master-2026.pdf).

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

Індивідуальна освітня траєкторія забезпечується вибором дисциплін, персоналізацією практичних і дослідницьких завдань, мобільністю та визнанням неформального навчання. Засади визначають Положення про освітній процес (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf) та Положення про індивідуальний навчальний план (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/individual-study-plan-current.pdf). Здобувач обирає 24 кредити ЄКТС (26,7% ОП) відповідно до власних інтересів; вибір фіксується в індивідуальному плані. Завдання практик ураховують специфіку бази й професійні інтереси. Дослідницька траєкторія включає вибір проблематики кваліфікаційної роботи та методів дослідження з консультуванням керівника. Приклад 1 — дослідження Д. Мороки з цифрових технологій в e-commerce під керівництвом Є. Даниленка та апробація 01.04.2026 (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/b464d743-1692-41dd-8287-444a58cd4739). Приклад 2 - Л. Морока та Д. Морока навчалися у Wyższa Szkoła Gospodarki за індивідуальними програмами мобільності з подальшим визнанням результатів (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/68097e3c-0d97-43f3-b41a-fd90a58bc99d). Приклад 3 - у жовтні 2026 р. 6 здобувачам за результатами курсів GreenFinEDU й ECONOMY4ALL зараховано окремі види роботи за темами сталого маркетингу та ESG-аналітики (https://www.facebook.com/share/p/1dAcPMwcat/).

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

Право здобувачів ОПП «Маркетинг» на вибір дисциплін реалізується відповідно до Положення про організацію освітнього процесу (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf) та Положення про індивідуальний навчальний план (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/individual-study-plan-current.pdf). Вибіркова складова становить 24 кредити ЄКТС із 90 (26,7%). Здобувачі попередньо ознайомлюються з переліком вибіркових компонентів та їх змістом і самостійно обирають дисципліни відповідно до освітніх потреб та професійних інтересів.
Формування індивідуальних навчальних планів здобувачами вищої освіти здійснюється відповідно до принципів альтернативності та академічної відповідальності (недопущення нав'язування здобувачам певних вибіркових дисциплін в інтересах кафедр та окремих викладачів). Дисципліни вільного вибору обираються здобувачами вищої освіти із запропонованого АПСВТ структурованого переліку освітніх компонентів. Вибір дисциплін передбачає, що кожен здобувач вищої освіти перед початком освітнього процесу у певному навчальному році має можливість індивідуально ознайомитися з анотаціями навчальних дисциплін, які пропонуються для вибору. За результатами даного вибору здобувач в системі дистанційного навчання Moodle подає заяву відповідно до обраного переліку навчальних дисциплін. За результатами аналізу заяв здобувачів, навчально-методичним відділом затверджується перелік вибіркових дисциплін для вивчення. Після цього навчальні дисципліни у визначеному обсягу кредитів включаються до індивідуального навчального плану здобувачів ОПП. Здобувач вищої освіти, який не робив вибір, вивчає навчальні дисципліни, обрані більшістю інших здобувачів вищої освіти на ОПП. Цей перелік враховується під час складання робочого навчального плану та розкладу навчальних занять. Вибрані здобувачем вищої освіти дисципліни включаються до індивідуального плану здобувача, є обов'язковими для вивчення та формують його

індивідуальну освітню траєкторію. Здобувач в односторонньому порядку не може відмовитись від вивчення вибраної ним і затвердженою навчально-методичним відділом дисципліни. Самочинна відмова від вивчення курсу вважається за академічну заборгованість. У виняткових випадках можлива зміна або коригування обраних дисциплін до початку їх вивчення. Поряд з тим, АПСВТ може додатково надати здобувачу можливість вивчення будь-якої навчальної дисципліни на власний вибір з усіх, що викладаються у межах поточного навчального року в рамках інших ОПП, рівнів освіти.

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

ОПП і навчальний план передбачають обов'язкові ОКС9 «Виробнича практика» — 3 кредитів ЄКТС та ОКС10 «Переддипломна практика» — 6 кредитів ЄКТС. Їх зв'язок із компетентностями й ПРН визначено матрицями ОПП. Організацію, керівництво, завдання і звітність регламентує Положення про організацію і проведення практики здобувачів вищої освіти (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/student-practice-2023.pdf). Практики інтегрують аналітичну, стратегічну, управлінську й цифрову підготовку. Здобувачі досліджують ринок, конкурентів і споживачів, аналізують діяльність підприємства, оцінюють результативність заходів та обґрунтовують маркетингові рішення.
У ТОВ «ГРУПА РЕЙТИНГ» завдання охоплювали маркетинговий аналіз, позиціонування, CRM- і BI-інструменти; у ТОВ «Київський БКК» — брендинг, асортимент, комунікації й дослідження споживачів; у ТОВ «ФРОНТ ВІЛ» — торгівлю, e-commerce та клієнтську аналітику; у ТОВ «Тревел Юкрейн Тудей» — вебаналітику, CRM і просування туристичних послуг. У ТОВ «Транспортна компанія ЄВА-ТРАНС» і ТОВ «РАНГ ЛОГІСТИК» опрацьовувалися ринкові дослідження, цифрові комунікації та результативність маркетингу. У звітах відображено SWOT-, PEST-, ABC/XYZ-аналіз, конкурентне картування, Google Analytics 4, Meta Insights, показники ROI, ROMI, CPA, LTV. Різногалузеві бази дозволяють застосовувати маркетингові компетентності в різних бізнес-моделях. Виконання завдань і підготовка звітів формують досвід роботи з реальними даними, оцінювання результатів та обґрунтування професійних рекомендацій.

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

ОПП забезпечує наскрізний розвиток soft skills у навчальних завданнях, проєктах, дослідженнях і практиках. «Наукові комунікації іноземною мовою» розвивають спілкування, аргументацію та презентацію; «Лідерство та персональний розвиток» — самоорганізацію, лідерство й відповідальність; «Проєктна діяльність» — планування, командну взаємодію та узгодження рішень; «Методологія наукових досліджень» — критичне мислення й самостійність. Комунікаційна та проєктна підготовка пов'язана з ПРН5 і ПРН8. Дискусії, кейси, групові завдання й презентації потребують обґрунтування позиції, розподілу ролей та спільного розв'язання проблем. Під час практик (9 ЄКТС) ці навички застосовуються у професійному середовищі; кваліфікаційна робота та її захист розвивають самоорганізацію, публічний виступ і ведення фахової дискусії. Приклад 1 — представлення Д. Морокою дослідження на круглому столі «Digital-маркетинг та e-commerce: тренди і прогнози» 01.04.2026 (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/b464d743-1692-41dd-8287-444a58cd4739). Приклад 2 - ініційований здобувачами збір макулатури із залученням викладачів і спрямуванням 5 140 грн на підтримку військовослужбовців доповнює навчання досвідом ініціативності, організаційної роботи, командної взаємодії та громадянської відповідальності (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/e5efae5a-3fa9-45ac-83e0-8653053bfe86).

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

ОПП (90 ЄКТС) структурована на обов'язкову (66 ЄКТС) і вибіркову (24 ЄКТС) складові. Структурно-логічна схема визначає послідовність ОК, матриці відповідності — їх внесок у компетентності й ПРН (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/programmes/opp-marketing-master-2026.pdf). Логіка підготовки: методологія дослідження та аналіз даних → розроблення стратегічних, управлінських і цифрових рішень → застосування у проєктах і практиках → інтеграція результатів у кваліфікаційній роботі. «Методологія наукових досліджень» забезпечує постановку проблеми й вибір методів; «Маркетингова аналітика» — опрацювання даних; «Стратегічний маркетинг» і «Маркетинговий менеджмент» — обґрунтування рішень; захист роботи — перевірку їх доказовості.
Загальнокультурні й громадянські компетентності формуються через академічну комунікацію, етичну аргументацію, командну роботу та відповідальність. В ОК соціального і сталого маркетингу здобувачі аналізують зміни споживчих цінностей, відповідальне споживання та соціальні й екологічні наслідки діяльності бізнесу. Цей зміст конкретизує СК10 і ПРН16. Дослідницькі завдання вимагають визначити соціально-економічну проблему, зіставити дані, виявити взаємозв'язки й закономірності та обґрунтувати висновки (ПРН3, ПРН11, ПРН15). Так методологічна підготовка поєднується із самостійним аналізом суспільних процесів та оцінюванням наслідків професійних рішень.

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

Співвіднесення обсягу освітніх компонентів із фактичним навчальним навантаженням здійснюється на основі

розподілу загального обсягу кожного ОК між аудиторною та самостійною роботою здобувача. Загальний обсяг ОПП становить 90 кредитів ЄКТС (2700 годин). При визначенні структури навантаження АПСВТ орієнтується на пропорцію, за якою самостійна робота за окремими ОК становить від 1/3 до 2/3 їх загального обсягу (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf). Конкретне співвідношення годин диференціюється залежно від змісту і характеру дисципліни, передбачених видів навчальної діяльності та обсягу матеріалу, що потребує самостійного опрацювання здобувачем. Відповідність розрахованого навантаження фактичним витратам часу здобувачів відстежується під час реалізації ОП, а не лише визначається на етапі складання навчального плану. Для цього використовується зворотний зв'язок зі здобувачами під час навчання та спілкування з викладачами і кураторами, а також педагогічне спостереження. Питання організації навчання і навантаження здобувачів можуть обговорюватися на засіданнях кафедри та в межах взаємодії з органами студентського самоврядування. Отже, застосовується поєднання нормативного планування навантаження та оцінювання фактичного навантаження за зворотним зв'язком від здобувачів. Зазначене дає можливість під час реалізації та перегляду ОП співвідносити запланований у кредитах і годинах обсяг освітніх компонентів із реальними витратами часу здобувачів на їх опанування.

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 забезпечується послідовністю: опанування маркетингового інструментарію в ОК → розв'язання прикладних завдань і розроблення проєктів → застосування на базах практики → самостійне дослідження у кваліфікаційній роботі. «Маркетингова аналітика» формує навички аналізу даних та обґрунтування рекомендацій; «Стратегічний маркетинг» і «Маркетинговий менеджмент» — розроблення стратегічних та управлінських рішень; «Бренд-менеджмент» і «Рекламний менеджмент» — рішень щодо брендів і комунікацій; цифровий маркетинг — аналізу каналів взаємодії зі споживачами. «Проєктна діяльність» поєднує ці вміння у спільному розв'язанні професійних завдань. Застосовуються кейси, аналітичні завдання, проєкти та презентації. Приклад — візит до ТОВ «Київський БКК»: круглий стіл і виїзний практикум із розглядом кейсів просування, споживчої цінності й соціальної відповідальності (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/9f57761e-0d8a-41a9-a5ca-7501563f1bef). Виробнича (3 ЄКТС) та переддипломна (6 ЄКТС) практики передбачають дослідження ринку, SWOT-, PEST-, ABC/XYZ-аналіз, CRM- і digital-аналітику та оцінювання ROI, ROMI, CPA, LTV. Кваліфікаційна робота інтегрує дослідницькі результати й обґрунтовані маркетингові рекомендації.
Підготовка за дуальною формою на ОП не здійснюється.

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

Принципи сталого розвитку відображено у СК10 і ПРН16, що передбачають розроблення соціально відповідальних маркетингових стратегій та оцінювання економічних, соціальних і екологічних наслідків рішень. Їх формування забезпечують ОК «Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність», «Сталий маркетинг та трансформація ринку», проєктні завдання та практична підготовка. Зміст ОПП відповідає ЦСР 4, 8, 9, 10, 12, 16, 17 через розвиток навичок ESG-аналітики, відповідального управління, інновацій, інклюзивності та партнерства. Практичну реалізацію підтверджують проходження здобувачами курсів Erasmus+ Jean Monnet із зеленої політики та соціальної економіки (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/9fcf3619-4272-42b9-a645-409ca4ae107c), вебінар «Екологія як маркетингова стратегія» (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/b21074dd-cbf6-4a9b-934b-6f0a133490ed), заходи з інклюзивного туризму (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/d74a9bf2-f175-439f-bc3a-85f1b28a8adf) та європейських стандартів якості й безпечності харчової продукції (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/3622d6f1-8d87-494e-9516-b6f5e7d290c9). Екологічну й громадянську відповідальність розвиває ініціатива зі збору макулатури на підтримку військовослужбовців (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/e5efae5a-3fa9-45ac-83e0-8653053bfe86), культуру доброчесності — антикорупційний захід (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/a15d44f5-6016-4799-92e6-a3840aec9aad).

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

https://www.socosvita.kiev.ua/documents/admissions/01-pravyla-pryiomu-apsvt-2026.pdf

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

Правила прийому до АПСВТ у 2026 р. передбачають вступ до магістратури на основі НРК6 або НРК7 та конкурсний відбір за результатами ЄВІ й ЄФВВ; для осіб із підтвердженим правом на спеціальні умови — співбесіду з іноземної мови замість ЄВІ та фаховий іспит замість ЄФВВ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/admissions/01-pravyla-pryiomu-apsvt-2026.pdf). Особливості ОПП «Маркетинг» враховані у предметному спрямуванні фахового відбору. Програма фахового іспиту з маркетингу для спеціальності D5 розроблена з урахуванням програми предметного тесту з управління та адміністрування (наказ МОН від 11.02.2022 №157). Вона охоплює теоретичні основи

маркетингу, поведінку споживача, аналіз маркетингового середовища, систему маркетингової інформації, товарну, цінову, розподільчу та комунікаційну політики. Іспит передбачає 40 тестових завдань закритого типу з однією правильною відповіддю із чотирьох; результати переводяться у шкалу 100–200 балів. Такий зміст дозволяє перевірити базову предметну підготовку, необхідну для поглибленого вивчення маркетингових дисциплін. Отже, рівень попередньої освіти й фахова складова вступних випробувань забезпечують оцінювання передумов опанування магістерської ОП.

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

Визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших ОП, регулюється Положенням про організацію освітнього процесу в АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf), в якому також визначене визнання й перезарахування результатів навчання у ЗВО-партнерах під час академічної мобільності.
Здобувач подає заяву та підтвердні документи: академічну довідку, додаток до диплома або інші матеріали про опановані компоненти, їх обсяг і результати оцінювання. Набуті результати зіставляються з вимогами відповідних компонентів ОП АПСВТ. За відповідності назви дисципліни та її обсягу не менше 80% обсягу відповідного компонента рішення приймає декан факультету. В інших випадках питання розглядає комісія із залученням фахівців кафедр; для встановлення відповідності компетентностей і результатів можуть аналізуватися додаткові матеріали та проводитися співбесіда. Прийняте рішення є підставою для перезарахування. Для документів про освіту іноземних ЗВО враховується також документ про їх визнання в Україні. Доступність забезпечено відкритим оприлюдненням Положення на офіційному сайті: учасники можуть завчасно ознайомитися з умовами, необхідними документами, повноваженнями осіб, які приймають рішення, та послідовністю процедури. Ініціювання даної процедури здійснюється шляхом особистого звернення здобувача.

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

Прикладом реалізації міжнародної академічної мобільності та визнання її результатів є навчання здобувачок ОПП «Маркетинг» Людмили Мороки (заочна форма) та Дарини Мороки (очна форма) у Wyższa Szkoła Gospodarki (Бидгощ, Польща) за програмою «Strategiczne zarządzanie marketingiem i cyfrowe technologie biznesowe» («Стратегічне управління маркетингом та цифрові бізнес-технології») (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/68097e3c-0d97-43f3-b41a-fd90a58bc99d). Участь погоджено кафедрою маркетингу 15.12.2025 (протокол № 5) на підставі запрошень закладу-партнера від 11.11.2025 та індивідуальних програм навчання; укладено тристоронні договори від 16.12.2025. Навчання проходило очно в Польщі з 19.01 до 28.05.2026, обсяг — 450 годин (15 ECTS). Результати підтверджено довідками Wyższa Szkoła Gospodarki від 28.05.2026 № 12898 (Л. Морока) та № 12899 (Д. Морока). На підставі індивідуальних звітів, підтвердних документів, порівняльного аналізу змісту й результатів навчання та індивідуальних співбесід комісія АПСВТ 10.06.2026 ухвалила рішення про визнання результатів навчання і перезарахування п'яти освітніх компонентів: «Стратегічний маркетинг», «Цифровий маркетинг і електронна комерція», «Маркетинговий менеджмент», «Проєктна діяльність» та вибіркового компонента «Логістичний маркетинг». Загальний обсяг перезарахування за навчальним планом АПСВТ становить 21 кредит ECTS

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

Визнання результатів неформальної та/або інформальної освіти регулюється розділом 9 Положення про організацію освітнього процесу в АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf). Процедура передбачає подання заяви, декларування набутих результатів і підтвердних матеріалів, ідентифікацію результатів, установлення їх відповідності результатам навчання за ОП, оцінювання та рішення про визнання і зарахування або мотивовану відмову. Предметом визнання є підтверджені знання й уміння, набуті поза формальною освітою, та їх відповідність вимогам освітнього компонента. Сертифікати курсів, тренінгів чи стажувань та відомості про професійний досвід використовуються як підтвердні матеріали; сам факт участі не замінює оцінювання результатів. Залежно від установленої відповідності може зараховуватися компонент або його частина. Доступність забезпечено відкритим оприлюдненням Положення на офіційному сайті АПСВТ. Учасники освітнього процесу можуть завчасно ознайомитися з підставами, етапами та порядком визнання. Здобувач особисто ініціює процедуру й подає наявні матеріали; рішення ґрунтується на оцінюванні фактично набутих результатів та їх співвіднесенні з вимогами ОП.

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

У жовтні 2026 р. в АПСВТ визнано результати міжнародного неформального навчання магістрантів ОПП «Маркетинг» Л. Мороки, Д. Мороки, М. Жигинаса, О. Бугая, О. Бєлікової та А. Лукашенко. Улітку 2026 р. вони завершили курси Erasmus+ Jean Monnet «Європейська зелена угода: як зробити фінанси сталими?» (GreenFinEDU) та «Політика ЄС щодо соціальної економіки: зайнятість, соціальні питання, інклюзивне підприємництво» (ECONOMY4ALL). Кожний курс — 30 годин (1 кредит ЄКТС); завершення підтверджено сертифікатами. За Положенням про організацію освітнього процесу встановлено відповідність набутих результатів змісту навчання зі сталого маркетингу. Прийнято рішення про зарахування окремих видів навчальної роботи: за темою 2 «Соціально-

економічні та екологічні аспекти сталого маркетингу» — на підставі результатів ECONOMY4ALL; за темою 8 «Трансформація ринків та ESG-аналітика в системі сталого маркетингу» — на підставі результатів GreenFinEDU. Зарахування стосувалося визначених видів роботи за окремими темами, а не компонента загалом. Приклад засвідчує включення попереднього освітнього досвіду в навчання поточного року через встановлення змістової відповідності результатів вимогам ОП (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/03d17c02-532a-480b-b76c-861b92862110?utm_source=chatgpt.com).

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Освітній процес відповідає законам України «Про освіту» (https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19), «Про вищу освіту» (https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18), Ліцензійним умовам (постанова КМУ № 1187) та Положенню про організацію освітнього процесу в АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf), що регламентує організацію навчання, практичну підготовку, оцінювання та визнання результатів. Методи навчання узгоджено зі змістом ОК і ПРН. У «Методології наукових досліджень» і «Маркетинговій аналітиці» проблемні завдання, аналіз даних та аналітичні висновки формують ПРН1–ПРН3, ПРН15. Кейс-метод, ситуаційне моделювання й проєктні завдання розвивають стратегічні та управлінські компетентності ПРН4, ПРН6–ПРН7, ПРН9–ПРН13; дискусії, командна робота й презентації — комунікативні ПРН5, ПРН8; оцінювання соціальних та екологічних наслідків рішень — ПРН16. Практичну реалізацію демонструють виїзний практикум у ТОВ «Київський БКК» із питань маркетингових комунікацій і споживчої цінності (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/9f57761e-0d8a-41a9-a5ca-7501563f1bef) та круглий стіл «Digital-маркетинг та e-commerce: тренди і прогнози», присвячений цифровим інструментам і тенденціям маркетингу (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/b464d743-1692-41dd-8287-444a58cd4739). Moodle забезпечує навчальні матеріали, завдання та зворотний зв'язок, а практики й кваліфікаційна робота — застосування знань у професійній діяльності.

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

Студентоцентрований підхід реалізується через індивідуалізацію навчання, активну участь здобувачів, академічну свободу та зворотний зв'язок. Вибіркова складова обсягом 24 кредити ЄКТС (26,7% ОПП) забезпечує можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії. Кейс-метод, аналітичні завдання, дискусії та командні проєкти передбачають самостійний пошук інформації, обґрунтування й презентацію рішень. У «Маркетинговій аналітиці» здобувачі аналізують дані та розробляють рекомендації. Moodle забезпечує доступ до матеріалів і зворотний зв'язок, а інтерактивні ресурси кафедри — вправи, вебквести та навчальні ігри для самостійної роботи у власному темпі https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/031ab6b3-c28d-47af-8ca7-dd494e2869e5. Студентоцентричність підтверджується участю здобувачів в обговоренні та вдосконаленні ОПП https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/marketing-discussion-2026-students, а також визнанням результатів неформальної освіти магістрантів за міжнародними курсами Erasmus+ у межах ОК Сталий маркетинг https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/03d17c02-532a-480b-b76c-861b92862110. Практикоорієнтованість демонструє участь у круглих столах: Digital-маркетинг та e-commerce: тренди і прогнози (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/b464d743-1692-41dd-8287-444a58cd4739 та Маркетинг і медіакомунікації: професійний діалог https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/9589f8b7-1d9e-4dde-b480-3f4159b3ed9f .
Результати опитувань здобувачів використовуються для вдосконалення освітнього процесу.

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

Академічна свобода на ОПП «Маркетинг» забезпечується методичною автономією викладача та самостійністю здобувача у навчанні й дослідженнях за дотримання визначених ОП результатів, критеріїв оцінювання та академічної доброчесності. Викладач самостійно добирає методи, кейси, джерела, цифрові інструменти й способи організації індивідуальної та командної роботи, актуалізує матеріали за результатами досліджень і змін професійного середовища. У «Маркетинговій аналітиці» це реалізується через добір масивів даних, методів аналізу й аналітичних завдань; у дисциплінах стратегічного й цифрового спрямування — через використання актуальних ринкових ситуацій та проєктів. Розгляд робочих програм кафедрою забезпечує узгодженість методичного вибору з ПРН.
Здобувач може аргументувати власну позицію, пропонувати альтернативні маркетингові рішення, обирати джерела, методи дослідження та способи виконання проблемних завдань. Дискусії, кейси й захист проєктів створюють умови для порівняння підходів та обґрунтованого професійного судження. Напрям кваліфікаційного дослідження обирається відповідно до наукових і професійних інтересів та конкретизується з керівником.
Отже, єдність вимог до результатів навчання поєднується з варіативністю способів їх досягнення: викладач відповідає за обґрунтованість методів, здобувач — за самостійність і доказовість власних результатів.

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

Інформування здобувачів щодо цілей, змісту, очікуваних результатів навчання, форм контролю та критеріїв оцінювання здійснюється в АПСВТ на декількох рівнях. ОПП «Маркетинг» та основні нормативні документи освітнього процесу оприлюднюються на офіційному вебсайті АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/). На початку навчального року під час організаційних зборів гарант ОПП, завідувач кафедри маркетингу та представники деканату ознайомлюють здобувачів зі структурою ОПП, переліком ОК, організацією навчання та формами підсумкового контролю. На рівні конкретного ОК відповідна інформація міститься в робочій програмі навчальної дисципліни (програмі практики) та доступна здобувачам у системі електронного навчання Moodle АПСВТ (https://moodle.socosvita.kiev.ua/). На першому занятті з ОК викладач ознайомлює здобувачів з його метою, змістом, очікуваними результатами навчання, видами навчальних завдань, формами поточного і підсумкового контролю та критеріями оцінювання. Такий порядок забезпечує отримання здобувачем необхідної інформації до початку виконання оцінюваних завдань і проведення контрольних заходів, а її розміщення в Moodle - постійний доступ упродовж вивчення ОК.

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

Поєднання навчання і досліджень забезпечується методологічною підготовкою, використанням наукових результатів викладачів, власними й спільними дослідженнями здобувачів, апробацією та кваліфікаційною роботою. «Методологія наукових досліджень» формує постановку проблеми й вибір методів; «Маркетингова аналітика» — збирання, оброблення та інтерпретацію даних. У ОК професійної підготовки здобувачі досліджують споживачів, конкурентів, бренди й цифрові комунікації, обґрунтовують рішення та представляють результати. Наукове підґрунтя навчання становлять власні дослідження викладачів із поведінки споживачів у соціальних медіа (https://doi.org/10.33844/ijol.2025.60480), data-driven аналітики у брендингу та проєктах (https://doi.org/10.5281/zenodo.20456734). Тематика конкретизується в аналітичних, цифрових і стратегічних ОК. Колективний навчальний посібник «Соціально відповідальний маркетинг» пов'язує наукові напрацювання з навчальними кейсами та СК10, ПРН16 (https://doi.org/10.5281/zenodo.21918708).
Здобувачі долучаються до колективних наукових праць: Є. Стефанюк — до монографії «Вплив міжнародного маркетингу на економічну безпеку України в умовах цифрової економіки» (https://doi.org/10.5281/zenodo.14913927), В. Гоцул — до монографії «Воєнний брендинг» (https://doi.org/10.5281/zenodo.17558747). Співавторство поєднує науковий супровід із підготовкою оприлюдненого результату. Гурток MARKETHINK підтримує вибір проблематики, дослідження й апробацію. Результативність підтверджують наукові здобутки магістрантів (https://www.socosvita.kiev.ua/programs/marketing#science) На конференції НаУКМА 15–17.04.2026 О. Бугай представив дослідження ШІ в персоналізації кампаній, М. Шишов — диверсифікації ринків збуту (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/b8f6c9d6-b53e-4393-ba55-6e7d9122009a). На конференції КНУТД Л. Морока досліджувала еволюцію стратегій, М. Жигинас — зв'язок брендингу й фінансових результатів, Д. Петрик — маркетинг солідарності (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/4ac4b0a5-8612-47ff-8399-ef613f828b42). Апробація відбувається також на щорічних конференціях кафедри. Збірники: 2024 р. (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/research/conference-proceedings/marketing-conference-proceedings-2024.pdf); 2025 р. (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/research/conference-proceedings/marketing-conference-proceedings-2025.pdf) та 2026 р. (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/research/conference-proceedings/marketing-conference-proceedings-2026.pdf). У збірниках конференцій представлені спільні праці викладачів і здобувачів, що демонструє перехід від індивідуальної проблематики до спільної публікації з викладачем. Кваліфікаційна робота інтегрує визначення проблеми, аналіз джерел і даних, вибір методів, інтерпретацію результатів та обґрунтування пропозицій. Публічний захист перевіряє самостійність дослідження й доказовість висновків. Так дослідницька підготовка

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

Актуалізація змісту освітніх компонентів ОПП «Маркетинг» відображена в робочих програмах 2026 року через включення сучасної наукової проблематики, цифрових маркетингових технологій, принципів сталого розвитку та результатів досліджень викладачів. Так, робоча програма ОК «Бренд-менеджмент», розроблена доц. Н. Писаренко - теми 8–10 охоплюють національний брендинг, трансформацію бренд-менеджменту в цифровому середовищі та сталий і соціально відповідальний бренд-менеджмент. Передбачено вивчення цифрової ідентичності бренду, інфлюенсер-маркетингу, омніканальної взаємодії зі споживачами, використання Big Data, ESG-підходів та управління репутаційними ризиками. Наукове забезпечення цих тем включає публікації викладачки 2025 року, зокрема «Воєнний брендинг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу» та співавторське дослідження екологічного маркетингу як орієнтира брендів на міжнародних ринках (https://srbnlvcmkorjvaptbbiu.supabase.co/storage/v1/object/public/editorial-documents/documents/2026-10-19/d69db757-2344-4cd7-84d6-b537f1cb5e0a.pdf). У робочій програмі ОК «Сталий маркетинг та трансформація ринку», розробленій доц. Н. Середою, сучасну наукову та практичну проблематику представлено питаннями циркулярної економіки, відповідального споживання, запобігання грінвошингу та сталих ланцюгів створення цінності. Тема 8 «Трансформація ринків та ESG-аналітика в системі сталого маркетингу» охоплює декарбонізацію, зміни споживчих цінностей, стратегічний і сценарний аналіз, ESG-показники та нефінансову звітність. До рекомендованих джерел включено праці Н. Середи 2025–2026 рр. щодо інтеграції принципів сталого розвитку в маркетингове планування, забезпечення довготривалої конкурентоспроможності бізнесу та спільну з Н. Писаренко публікацію про логістичне забезпечення циркулярної економіки (https://srbnlvcmkorjvaptbbiu.supabase.co/storage/v1/object/public/editorial-documents/documents/2026-10-19/b00417a0-ecf0-446b-a18c-3fa2a5356789.pdf). Сучасні практики цифрового маркетингу конкретизовано в робочій програмі доцента кафедри маркетингу АПСВТ Є. Даниленко ОК «Цифровий маркетинг і електронна комерція».

Тема 9 «Експерименти, персоналізація, MarTech і штучний інтелект» передбачає опанування A/B- і багатоваріантного тестування, CRM-систем, платформ клієнтських даних, маркетингової автоматизації, прогнозної аналітики та генеративного штучного інтелекту. Прикладне опрацювання цих підходів передбачене індивідуальним завданням «Аудит цифрового маркетингу та електронної комерції компанії», що включає аналіз цифрової присутності компанії та обґрунтування практичних рекомендацій (https://srbnlvcmkorjvaptbbiu.supabase.co/storage/v1/object/public/editorial-documents/documents/2026-10-19/3fe5c511-17a8-43d0-a191-47b952a3325a.pdf). Отже, актуальні наукові досягнення й галузеві практики відображено у взаємопов'язаних складових освітніх компонентів: тематичному наповненні, рекомендованих наукових джерелах та прикладних навчальних завданнях.

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

Інтернаціоналізація ОПП спирається на міжнародну співпрацю АПСВТ (https://socosvita.kiev.ua/about; https://www.socosvita.kiev.ua/partners/cooperation) та реалізується через зміст ОК, розвиток викладачів і дослідницьку підготовку. У навчанні ОК «Наукові комунікації іноземною мовою» формує здатність працювати з іншомовними джерелами й представляти результати досліджень. Європейський контекст поглиблено проходженням 6 здобувачами курсів Erasmus+ Jean Monnet із зелених фінансів та соціальної економіки (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/9fcf3619-4272-42b9-a645-409ca4ae107c). У викладанні міжнародний досвід конкретизується участю О. Корчинської в UNICOM, VEHUB4YOU та Jean Monnet; стажуваннями викладачів у Литві й Польщі з ШІ та зелених компетентностей. Опанування вимог до міжнародних статей, рецензування й етики досліджень забезпечив вебінар із представницями University of Exeter та University of Bradford (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/2d70e776-749e-433b-a5a0-7e848fc71514). Дослідницький вимір охоплює, в тому числі, колективну монографію з міжнародного маркетингу (https://doi.org/10.5281/zenodo.14913927), статті з поведінки споживачів, цифрової економіки й сталого розвитку (https://doi.org/10.33844/ijol.2025.60480; https://doi.org/10.14419/9gya2n94; https://doi.org/10.3390/world7040053), спільну участь викладачів і здобувачів у міжнародній конференції НаУКМА 15–17.04.2026. Наведені приклади демонструють залучення здобувачів до апробації досліджень у міжнародній академічній комунікації.

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?

Оцінювання побудовано за зв'язком «ПРН → результат ОК → завдання → критерій → рівень досягнення». Засади визначаються Положенням про організацію освітнього процесу (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf) та Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/internal-quality-system.pdf); форми, бали та критерії конкретизовано в робочих програмах. Тести й опитування перевіряють знання; кейси, аналітичні та проєктні завдання — застосування інструментів; захисти — самостійність і аргументацію рішень. Так, у «Маркетинговій аналітиці» захист аналітичної записки оцінюється в 0–10 балів: 8–10 передбачають обґрунтований вибір методів, аналіз, доказові висновки й рекомендації; 1–3 — переважно описову роботу з недостатньою аргументацією. Критерії розрізняють рівні аналітичних умінь (https://srbnlvcmkorjvaptbbiu.supabase.co/storage/v1/object/public/editorial-documents/documents/2026-10-19/602636cc-6f06-4120-82f1-6fcc163ba009.pdf). У «Цифровому маркетингу» аудит компанії перевіряє роботу з даними, аналіз каналів і конкурентів та обґрунтованість рекомендацій (https://srbnlvcmkorjvaptbbiu.supabase.co/storage/v1/object/public/editorial-documents/documents/2026-10-19/3fe5c511-17a8-43d0-a191-47b952a3325a.pdf). На рівні ОП результати встановлюються через контроль ОК, захисти практик і кваліфікаційної роботи. Останній комплексно перевіряє дослідження маркетингової проблеми, застосування методів, інтерпретацію даних і захист пропозицій.

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

Чіткість оцінювання забезпечується нормативним унормуванням, розглядом завдань і критеріїв на кафедрі, їх фіксацією в робочих програмах та завчасним роз'ясненням здобувачам. Загальні вимоги визначає Положення про організацію освітнього процесу (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf). Робочі програми містять форми поточного й підсумкового контролю, розподіл балів і критерії. Наприклад, у «Маркетинговій аналітиці» семінарські, практичні й аналітичні завдання оцінюються до 40 балів, індивідуальна аналітична записка із захистом — до 10, два модульні контролі — по 5. Для записки визначено діапазони 8–10, 4–7, 1–3 та 0 балів із характеристиками якості джерел, методів аналізу, аргументації висновків, рекомендацій і відповідей на захисті, що дозволяє зіставити роботу з вимогами та зрозуміти підстави оцінки (https://srbnlvcmkorjvaptbbiu.supabase.co/storage/v1/object/public/editorial-documents/documents/2026-10-19/602636cc-6f06-4120-82f1-6fcc163ba009.pdf). До початку вивчення ОК у Moodle АПСВТ (https://moodle.socosvita.kiev.ua/) розміщуються робоча програма, завдання самостійної роботи, контрольні питання й орієнтовні завдання модульного та підсумкового контролю. На початку дисципліни викладач пояснює порядок виконання й оцінювання робіт. Поєднання постійного доступу до письмових вимог та їх усного роз'яснення забезпечує попередню обізнаність здобувача щодо предмета, форми й критеріїв контролю.

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

Інформація доводиться до здобувачів поетапно відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf). До початку вивчення ОК у Moodle розміщуються робоча програма з результатами навчання, формами поточного й підсумкового контролю, розподілом балів і критеріями оцінювання; завдання самостійної роботи, контрольні питання та орієнтовні завдання модульного й підсумкового контролю, що забезпечує можливість ознайомитися з вимогами до виконання робіт заздалегідь.
На початку вивчення кожного ОК викладач роз'яснює види контрольних заходів, порядок їх проведення, вимоги до завдань, кількість балів за окремі види діяльності та критерії їх нарахування. Письмово зафіксовані вимоги залишаються доступними в Moodle протягом вивчення дисципліни. До проведення семестрового контролю здобувачам доводяться затверджені графіки освітнього процесу та екзаменаційних сесій, оприлюднені на офіційному сайті (https://www.socosvita.kiev.ua/schedule). Навчальний план визначає форму підсумкового контролю, робоча програма — зміст, процедуру й критерії оцінювання, графік — строки проведення. Отже, інформування поєднує попереднє оприлюднення вимог, їх безпосереднє роз'яснення викладачем і постійний доступ до матеріалів, що дозволяє здобувачеві завчасно планувати підготовку та розуміти підстави оцінювання.

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

Атестація за ОПП «Маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, що відповідає розділу VI Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня (наказ МОН від 10.07.2019 №960) (https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf). Кваліфікаційна робота передбачає дослідження складної маркетингової проблеми, що потребує проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог. Її виконання та захист дозволяють комплексно оцінити самостійність постановки проблеми, обґрунтованість методів, якість аналізу даних, доказовість висновків і рекомендацій та здатність аргументовано представляти результати. Вказане забезпечує перевірку ПРН3 — проведення досліджень, ПРН5 — представлення їх результатів, ПРН10 — обґрунтування рішень, ПРН11 — стратегічного аналізу, ПРН15 — збирання й аналізу даних. Стандарт установлює вимоги щодо відсутності академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації й оприлюднення роботи на сайті ЗВО, його підрозділу або в репозитарії.
ЄДКІ для спеціальності «Маркетинг» не запроваджено: вона відсутня в переліку, затвердженому постановою КМУ від 19.05.2021 №497 (https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/497-2021-%D0%BF). Тому підтвердження результатів навчання результатами ЄДКІ до цієї ОП не застосовується.

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

Процедура проведення контрольних заходів регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf), яким визначено організаційні засади оцінювання результатів навчання здобувачів, види і форми контролю, порядок проведення поточного та підсумкового контролю, систему і шкалу оцінювання, а також процедури ліквідації академічної заборгованості. На рівні конкретного ОК відповідні положення деталізуються у робочій програмі навчальної дисципліни (практики), де визначаються форми контрольних заходів, розподіл балів та критерії оцінювання. Доступність нормативного регулювання забезпечується шляхом відкритого оприлюднення зазначеного Положення на офіційному вебсайті АПСВТ. Учасники освітнього процесу мають постійний відкритий доступ до документа, що регламентує процедури контролю та оцінювання, а здобувачі додатково отримують конкретизовану щодо кожного ОК інформацію через робочі програми та матеріали, розміщені в Moodle. Такий підхід забезпечує нормативну визначеність, публічність і доступність процедур оцінювання.

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

Об'єктивність екзаменаторів забезпечують наперед визначені критерії, однакові вимоги до здобувачів, розгляд контрольних завдань на кафедрі, документування результатів і колегіальність атестації, нормативною основою чого є Положення про організацію освітнього процесу в АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf). У робочих програмах ОК до проведення контролю фіксуються форми, завдання, розподіл балів і критерії; вимоги завчасно доводяться до здобувачів. Відповідність завдань результатам навчання та застосування єдиної шкали обмежують довільне тлумачення якості роботи. Документування оцінок забезпечує можливість перевірити результати; тестування в Moodle може додатково зменшувати вплив суб'єктивного чинника. Запобігання конфлікту інтересів передбачає недопущення впливу приватного інтересу на оцінювання. За обставин, що ставлять під сумнів неупередженість екзаменатора, його усувають від прийняття відповідного рішення; контроль організовується без його впливу. На ОП превентивні механізми реалізуються через попереднє визначення й оприлюднення критеріїв, однакові вимоги та фіксацію результатів. Публічний захист кваліфікаційної роботи перед екзаменаційною комісією забезпечує колегіальне оцінювання й зменшує залежність оцінки від одного екзаменатора. Випадків конфлікту інтересів, що потребували відводу екзаменатора, та оскарження результатів контролю чи атестації на ОП не зафіксовано.

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

Порядок повторного контролю регламентує Положення про організацію освітнього процесу в АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf). Здобувачі, які за результатами семестрового контролю отримали підсумкову кількість балів менше 50, можуть ліквідувати академічну заборгованість шляхом повторного складання контролю та/або повторного вивчення ОК. Право на повторне складання надається за умови отримання не менше 35 балів. Повторне складання допускається не більше трьох разів із кожної дисципліни: двічі — викладачеві, втретє — комісії, створеній деканом факультету. Контроль проводиться за затвердженим деканом графіком. Така послідовність визначає кількість спроб, відповідальних осіб і строки; комісійне оцінювання забезпечує колегіальність рішення. Якщо заборгованість не ліквідовано за результатами повторного складання, передбачено можливість повторного вивчення дисципліни. На ОПП «Маркетинг» у разі академічної заборгованості застосовується зазначений порядок. За період реалізації ОП випадків повторного складання комісії або повторного вивчення ОК не зафіксовано. Отже, ці механізми передбачені нормативно, але прикладів їх фактичного застосування на ОП немає.

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

Порядок оскарження регулює Положення про порядок оскарження процедури проведення контрольних заходів та їх результатів (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/appeal-control-procedures-results.pdf), яке визначає підстави й порядок подання апеляції, формування та роботу апеляційної комісії, розгляд звернення і прийняття рішення. Здобувач може подати вмотивовану скаргу щодо дотримання процедури або результату оцінювання. Для її розгляду наказом ректора створюється апеляційна комісія з обов'язковим залученням представника студентського самоврядування. Комісія з'ясовує обставини проведення контролю, аналізує матеріали щодо предмета оскарження та ухвалює рішення більшістю голосів. За результатами розгляду оцінку може бути залишено без змін або підвищено. У разі встановлення процедурних порушень комісія визначає необхідність відповідного реагування. Колегіальний розгляд і залучення студентського представника забезпечують додаткові гарантії неупередженості та захисту прав здобувача. Спірні питання щодо проведення кваліфікаційної атестації та отриманих оцінок вирішує кваліфікаційна екзаменаційна комісія. На ОПП «Маркетинг» механізм доступний для оскарження як оцінки, так і процедури контролю. За період реалізації ОП випадків подання апеляцій щодо контрольних заходів чи атестації не зафіксовано.

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

Політика, стандарти та процедури забезпечення академічної доброчесності в АПСВТ регламентуються наступними документами:
- Положення про академічну доброчесність (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/academic-integrity-2026.pdf) - базовий спеціальний документ, що регламентує дотримання принципів академічної доброчесності учасниками освітньої та наукової діяльності АПСВТ;
- Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти в АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/internal-quality-system.pdf), у якому дотримання академічної доброчесності розглядається як складова внутрішньої системи забезпечення якості освіти;
- Кодекс етики (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/ethics-code.pdf), який визначає етичні засади, норми і правила поведінки учасників академічної спільноти АПСВТ;
- Порядок перевірки академічних текстів на плагіат (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/plagiarism-check-2025.pdf), яким регламентовано організаційно-технологічну процедуру перевірки академічних текстів та, зокрема, передбачено обов'язковість перевірки кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти на академічний плагіат.

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

На ОПП «Маркетинг» використовується ліцензована корпоративна версія StrikePlagiarism.com для автоматизованої перевірки академічних текстів на текстові збіги й запозичення та формування звіту подібності. У попередні періоди в АПСВТ для перевірки кваліфікаційних робіт застосовувалася система Unicheck. Процедуру регламентує Порядок перевірки академічних текстів на плагіат (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/plagiarism-check-2025.pdf). Кваліфікаційні та курсові роботи здобувачів ОП проходять автоматизовану перевірку до допуску до захисту. StrikePlagiarism.com виявляє текстові збіги, ідентифікує їх джерела та формує звіт для експертного аналізу. Показник текстової подібності не ототожнюється автоматично з академічним плагіатом: збіги аналізують з урахуванням характеру запозичень, коректності цитування й посилань на першоджерела. Програмна перевірка виявляє потенційні порушення, а висновок щодо дотримання академічної доброчесності ґрунтується на змістовному аналізі звіту.
Відкритість результатів атестації забезпечує Студентський репозитарій «Кваліфікаційні роботи» (https://www.socosvita.kiev.ua/research/theses), призначений для оприлюднення повних текстів бакалаврських і магістерських робіт. Пошук здійснюється за темою, автором, рівнем освіти, освітньою програмою, роком захисту та науковим керівником.

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

Популяризація академічної доброчесності на ОПП «Маркетинг» поєднує роз'яснення норм, навчання академічного письма, зустрічі та застосування правил у дослідженнях. Здобувачам доступні Кодекс етики АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/ethics-code.pdf) і Порядок перевірки академічних текстів на плагіат (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/plagiarism-check-2025.pdf). В ОК33 «Методологія наукових досліджень», під час підготовки публікацій і кваліфікаційної роботи формуються навички коректного цитування, посилання на першоджерела, дотримання авторського права й достовірного представлення результатів. Здобувачі ознайомлюються зі звітами StrikePlagiarism.com та вимогами до запозичень; Комісія з академічної доброчесності здійснює популяризацію принципів і консультування. 20.03.2026 на гостьовій лекції В. Сороки «AI-кар'єра для молоді: як створити власний стартап у сфері штучного інтелекту» обговорено доброчесність у навчанні й дослідженнях у Stanford University (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/edd4f225-556c-401e-bdc2-9a464d15cfd3). 19.10.2026 на зустрічі бакалаврів і магістрантів з уповноваженою особою АПСВТ А. Настюком розглянуто доброчесну поведінку, конфлікт інтересів і повідомлення про можливі корупційні порушення (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/a15d44f5-6016-4799-92e6-a3840aec9aad). Так норми доброчесності засвоюються через навчальні завдання, обговорення й відповідальність за власні тексти.

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

Реагування на порушення регулюють Кодекс етики АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/ethics-code.pdf), Положення про академічну доброчесність (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/academic-integrity-2026.pdf) і Порядок перевірки академічних текстів на плагіат (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/plagiarism-check-2025.pdf). Вони визначають види порушень, порядок виявлення й розгляду, повноваження відповідальних осіб та органів і заходи академічної відповідальності. За наявності ознак порушення матеріали розглядаються в установленому порядку з об'єктивним з'ясуванням обставин, наданням особі можливості пояснити й захистити свою позицію. Рішення ґрунтується на доказах; відповідальність визначається з урахуванням характеру й тяжкості встановленого порушення. Текстові збіги у кваліфікаційній роботі підлягають експертному аналізу. Робота, що не відповідає вимогам академічної доброчесності, не допускається до захисту до усунення порушень відповідно до процедур. Кодекс етики передбачає письмове звернення до керівництва та розгляд етичних спорів Вченою радою АПСВТ. На ОПП «Маркетинг» підтверджених порушень здобувачами, що потребували застосування академічної відповідальності, не зафіксовано.

6. Людські ресурси

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

Відповідність НПП закріпленим ОК підтверджується освітою, науковими ступенями, профільними публікаціями, навчальними виданнями, підвищенням кваліфікації та професійним досвідом з урахуванням пп.35–38 Ліцензійних умов: Л. Петько («Наукові комунікації іноземною мовою») — навчальні видання з англійської мови, публікації Scopus, редакційна діяльність за кордоном; І. Охріменко («Методологія наукових досліджень») — доктор економічних наук, дослідницький досвід, участь в атестації наукових кадрів; Ю. Ярмоленко («Лідерство та персональний розвиток») — дослідження публічного й стратегічного лідерства; О. Бабічева («Маркетингова аналітика», «Стратегічний маркетинг») — профільні публікації, посібник «Стратегічний маркетинг» (2025), стажування 6 ЄКТС; Н. Писаренко («Бренд-менеджмент») — дослідження брендингу, Big Data, консультування бізнесу; О. Корчинська («Рекламний менеджмент») — праці з маркетингових комунікацій і диджиталізації, Scopus/WoS; Є. Даниленко («Цифровий маркетинг і електронна комерція») — профільна освіта, дослідження digital-маркетингу й e-commerce; Р. Марков («Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність») — дослідження КСВ і сталого маркетингу; О. Базарна («Проєктна діяльність») — праці з проєктного підходу й цифрової трансформації; Н. Середа («Сталий маркетинг та трансформація ринків») — методичні праці зі сталого маркетингу, розділ посібника «Соціально відповідальний маркетинг» (2026), консультування Pro-Consulting.

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 відбір НПП в АПСВТ здійснюється відповідно до Положення про проведення конкурсу на заміщення вакантних посад науково-педагогічних працівників (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/npp-vacancy-competition-2026.pdf), яке визначає єдині вимоги до претендентів, порядок оголошення конкурсу, подання і розгляду документів, оцінювання професійного рівня кандидатів та прийняття рішення. Прозорість і недискримінаційність процедури забезпечуються відкритим оприлюдненням вакансій, умов конкурсу, строків і переліку необхідних документів на офіційному вебсайті АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/vacancies) та застосуванням однакових вимог до претендентів. Під час конкурсного відбору оцінюються освіта, науковий ступінь і вчене звання, науково-педагогічний та практичний досвід, наукова і професійна активність, підвищення кваліфікації та відповідність кандидата профілю освітньої діяльності; за потреби можуть враховуватися

рекомендації та результати відкритого заняття. Вказане дає змогу відбирати НПП, професійний рівень яких є достатнім для забезпечення відповідних ОК та досягнення ПРН. Прикладом відкритості конкурсного відбору є оприлюднення на офіційному вебсайті АПСВТ оголошення про конкурс від 21.07.2026 (https://www.socosvita.kiev.ua/vacancies).

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

АПСВТ залучає роботодавців і практиків через гостьові лекції, бізнес-кейси, виїзні практикуми та заходи партнерських ЗВО й Української Асоціації Маркетингу (УАМ). Так, 30.09.2025 Д. Лісова, засновниця агенції RIZNI, на лекції «SMM в Україні: міфи, реальність і трішки болю» розібрала кампанії, бюджетування та поведінку аудиторії (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/cdbf8f16-ea04-49f5-b438-602042d9fd16). 23.09.2025 О. Устьян на лекції «Стратегія для малого та середнього бізнесу в сучасних умовах» розглянув реалізацію стратегій у межах ОК «Стратегічний маркетинг» і «Лідерство та персональний розвиток» (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/f8073da4-7bea-415f-bc13-f37bec1e17ec). 22.09.2025 А. Длігач, засновник Advanter Group, представив кейси проривних стратегій, поведінкової економіки й позиціонування (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/0ac67c88-414b-47c3-bcc6-811905f5403a). 28.04.2026 у ТОВ «Київський БКК» відбулися виробничий візит, круглий стіл і практикум проф. Ю. Ярмоленко з кейсами споживчої цінності, просування й етики (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/9f57761e-0d8a-41a9-a5ca-7501563f1bef). 08.10.2026 на вебінарі УАМ директор з експортних продажів ТДВ «Ейчді Бейкері Енд Снекс» С. Смірнов представив міжнародний досвід у контексті вимог ЄС до харчової продукції (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/3622d6f1-8d87-494e-9516-b6f5e7d290c9). Практики пов'язують зміст ОК із рішеннями бізнесу та професійними вимогами.

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

АПСВТ сприяє розвитку викладачів ОП через нормативне забезпечення підвищення кваліфікації, командне навчання, участь у професійних заходах та оприлюднення результатів. Підставою є Положення про підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників у АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/academic-staff-development-2025.pdf?utm_source=chatgpt.com). Так, викладачі кафедри маркетингу пройшли «Великий курс про ШІ в освіті»: цифрові інструменти, етика застосування ШІ й академічна доброчесність. На сайті оприлюднено програму, обсяг навчання та сертифікати Н. Писаренко, О. Базарної, О. Корчинської, Ю. Ярмоленка та інших викладачів (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/23aa8ddd-b723-4ff3-88cd-0eec18aa9d60). 26.06.2026 колектив кафедри завершив курс «Цифрова трансформація професійної діяльності» (90 годин, 3 ЄКТС), реалізований Kharkiv IT Cluster та Eastern Ukraine EDIH. Програма на основі DigComp 2.2 охоплювала сервіси Google, онлайн-комунікацію, ШІ, промпт-інжиніринг, візуальний контент і цифрове громадянство (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/3a118f15-78e4-47c5-9729-46f803a49835). 21.04.2026 викладачі долучилися до вебінару УАМ «Публікація в топових світових журналах з маркетингу: як спланувати шлях» у межах Клубу викладачів — членів УАМ, отримавши доступ до міжнародного досвіду академічного публікування (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/2d70e776-749e-433b-a5a0-7e848fc71514).

Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності

АПСВТ заохочує розвиток викладацької майстерності, поєднуючи підтримку наукових публікацій, матеріальне стимулювання та відзначення професійних здобутків. Зокрема, НПП забезпечена можливість безкоштовного опублікування результатів досліджень у «Віснику Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: економіка, психологія та управління», що зменшує фінансові бар'єри для наукової активності й підтримує формування наукового підґрунтя викладання (https://www.socosvita.kiev.ua/research/journals/visnyk). За поданням керівництва АПСВТ засновник закладу, Федерація професійних спілок України, неодноразово нагороджував НПП кафедри маркетингу почесними грамотами та відзначав почесними подяками із занесенням до трудових книжок (зокрема, відзначено доц. Н. Писаренко, доц. С. Шолудченко, проф. О. Корчинську та проф. О. Бабічеву). Керівництво АПСВТ застосовує матеріальне стимулювання кращих викладачів за здобутки в науково-педагогічній діяльності; конкретним прикладом є заохочення доц. Н. Писаренко. За поданням АПСВТ Н. Середу й О. Бабічеву нагороджено громадськими відзнаками «За сумлінну працю» Всеукраїнського об'єднання громадян «КРАЇНА» (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/9fc9205c-083c-4378-a5c6-d9bb907ce44d).

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

Ресурси ОПП «Маркетинг» забезпечують послідовність «опанування методів → аналіз даних → обґрунтування рішень → представлення результатів». Навчально-методичну основу становлять робочі програми, методичні матеріали й електронні ресурси Moodle для аудиторної та самостійної роботи. У «Маркетинговій аналітиці» підготовка й захист аналітичної записки формують уміння аналізувати інформацію, інтерпретувати результати та

обґрунтовувати рекомендації. «Цифровий маркетинг і електронна комерція» передбачає вебаналітику, автоматизацію, персоналізацію, ШІ та аудит цифрового маркетингу компанії. Програми виробничої й переддипломної практик визначають завдання, звітність і критерії оцінювання застосування цих умінь (https://www.socosvita.kiev.ua/programs/marketing#programme-documents). Аудиторії, комп'ютерні класи, мультимедійне обладнання, Інтернет, програмні продукти й цифрові інструменти забезпечують проведення досліджень, оброблення даних, розроблення маркетингових рішень та їх презентацію. Бібліотека й читальні зали підтримують роботу з навчальними та науковими джерелами, підготовку дослідницьких завдань і кваліфікаційної роботи. Інфраструктуру доповнюють власний навчальний корпус і гуртожиток. Фінансування з надходжень від освітніх послуг та інших власних доходів АПСВТ забезпечує функціонування й підтримання освітньої інфраструктури. Сукупність ресурсів підтримує аналітичну, цифрову, дослідницьку та практичну підготовку, необхідну для досягнення мети ОП і ПРН.

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

АПСВТ забезпечує викладачам і здобувачам ОПП «Маркетинг» доступ до навчальної, комп'ютерної та бібліотечної інфраструктури в межах установленого режиму її роботи, а до електронних навчально-методичних матеріалів — через систему Moodle із використанням персональних облікових записів. В АПСВТ доступні навчальні аудиторії, комп'ютерні класи і техніка, мультимедійне обладнання, програмне забезпечення, цифрові інструменти та мережа Інтернет. Їх використання забезпечує не лише проведення занять, а й виконання практичних та аналітичних завдань, роботу з інформацією, підготовку презентацій, самостійну і науково-дослідну роботу здобувачів, що відповідає практико-орієнтованому характеру ОП «Маркетинг». Інформаційне забезпечення доповнюється ресурсами бібліотеки АПСВТ і читальних залів, які створюють умови для роботи з навчальною та науковою літературою. Навчально-методичні матеріали ОК доступні здобувачам у системі Moodle (https://moodle.socosvita.kiev.ua/). Отже, доступ до ресурсів забезпечується комплексно: безпосередньо - до навчальної, комп'ютерної та бібліотечної інфраструктури, та в електронному форматі - до навчально-методичного забезпечення ОК, що дає можливість викладачам і здобувачам систематично використовувати необхідні ресурси для навчання, викладання, самостійної роботи та проведення досліджень у межах ОП.

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

Освітні, інформаційні та соціально-побутові потреби здобувачів ОПП «Маркетинг» виявляються через опитування, загальні збори та студентське представництво у Вченій раді й ректораті. За ініціативою здобувачів у гуртожитку обладнано тренажерний зал, кімнату самопідготовки й пральню, забезпечено Інтернет; у навчальному корпусі діють Wi-Fi-точки. Молодіжний простір підтримує комунікацію та студентські ініціативи (https://www.facebook.com/www.socosvita.kiev.ua/posts/pfbid0FBib5zoHs7Pu8eRYrYkntaSd135DbvNTzik7oQdRwGBCVk1M7r7QeoeESymho6AGl). Висновок технічного обстеження від 02.10.2024 підтверджує доступність навчального корпусу для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп із розумним пристосуванням (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/reduced-mobility-support.pdf). Положення щодо дій у разі позапланового припинення освітньої діяльності визначає пріоритет життя і здоров'я, оповіщення, евакуацію, перевірку наявності евакуйованих та невідкладну допомогу (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/unplanned-termination-educational-activity.pdf). За неможливості використання приміщень передбачено дистанційне або змішане навчання з Moodle. Бібліотека, читальні зали й кімната самопідготовки забезпечують самостійну роботу; спортивна інфраструктура — фізичну активність. Психологічна підтримка пов'язана з діяльністю психолого-реабілітаційного центру «Сенс Є» (https://www.facebook.com/groups/596051570600596).

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

Освітню й консультативну підтримку здобувачів ОПП «Маркетинг» забезпечують гарант, викладачі та методист факультету. Moodle містить матеріали, завдання, тести й повідомлення (https://moodle.socosvita.kiev.ua/). Індивідуальні консультації проводяться за графіком (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/methodical/teacher-consultations-2026-2027.pdf). Організаційну та інформаційну підтримку надають «Студентський простір» — доступ до кабінету, розкладів, бібліотеки й міжнародних можливостей (https://www.socosvita.kiev.ua/students), «Путівник студента» — пояснення сервісів, оцінювання, безпеки та контактів допомоги (https://www.socosvita.kiev.ua/students/guide). 29.09.2026 здобувачі долучилися до тренінгу з користування Moodle (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/44861bef-5cfe-453f-a37c-31f63ba8f98f). Студентська рада представляє інтереси здобувачів, підтримує освітні, культурні, волонтерські й спортивні ініціативи (https://www.socosvita.kiev.ua/students/council). Побутові потреби забезпечує гуртожиток (https://www.socosvita.kiev.ua/facilities/dormitory). Фізичне здоров'я підтримують спортивні простори, тренажерна зала й медпункт (https://www.socosvita.kiev.ua/facilities); ментальне — психолого-реабілітаційний центр «Сенс Є» (https://www.facebook.com/groups/596051570600596). Завдання останнього охоплюють консультації психолога, запобігання насильству та соціальну й психолого-педагогічну допомогу учасникам ситуацій булінгу, мобінгу, кібербулінгу й харасменту.

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)

Умови для реалізації права на освіту осіб з особливими освітніми потребами в АПСВТ забезпечуються, зокрема, фізичною доступністю навчального корпусу. За результатами технічного обстеження будівлі ЗВО експертизою встановлено можливість доступу осіб з інвалідністю, зокрема тих, які пересуваються у кріслах колісних, та інших маломобільних груп населення. Висновок складено з урахуванням принципу розумного пристосування та вимог ДБН В.2.2-40:2018 (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/reduced-mobility-support.pdf). Інформацію про потреби доступності можна повідомити під час вступної консультації (www.socosvita.kiev.ua), що створює канал для попереднього з'ясування індивідуальних потреб і визначення необхідної підтримки. На ОПП Маркетинг не зафіксовано випадків, що потребували створення додаткових спеціальних умов навчання.

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

Політики й процедури АПСВТ поширюються на всіх учасників ОПП «Маркетинг» та відкрито оприлюднені (https://www.socosvita.kiev.ua/documents#inclusiveness). Антикорупційні заходи визначає План запобігання, виявлення та протидії корупції на 01.01.2024–01.01.2027 (https://www.socosvita.kiev.ua/Protydiia_koruptsii), перевірку можливих порушень — Порядок внутрішнього службового розслідування (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/internal-investigation-2021.pdf). 19.10.2026 уповноважений А. Настюк роз'яснив бакалаврам і магістрантам маркетингу запобігання корупційним ризикам, конфлікту інтересів та порядок повідомлення про порушення: https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/a15d44f5-6016-4799-92e6-a3840aec9aad. Положення про організацію освітнього процесу визначає порядок розгляду заяв щодо булінгу, мобінгу, кібербулінгу, харасменту, сексуальних домагань і дискримінації, повноваження відповідальних осіб та комісії, реагування й допомогу центру «Сенс Є» (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf). План профілактики на 2026–2027 н. р. встановлює заходи, строки й виконавців (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/anti-bullying-measures-2026-2027.pdf). Кодекс етики регулює етичні спори (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/ethics-code.pdf). На ОП випадків цькування, дискримінації, сексуальних домагань та інших конфліктів, що потребували застосування процедур, не зафіксовано.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм в АПСВТ регулюються Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/internal-quality-system.pdf), що визначає організаційні засади внутрішнього забезпечення якості, процедури формування, моніторингу та перегляду освітніх програм. Повноваження й відповідальність гаранта щодо організації розроблення, реалізації, моніторингу та перегляду ОП конкретизовано в Положенні про гаранта освітньої програми в АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/programme-guarantor.pdf).

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

Плановий перегляд ОПП «Маркетинг» здійснюється раз на п'ять років, моніторинг — постійно. Дострокове оновлення зумовлюють нормативні зміни, розвиток спеціальності й ринку праці, результати реалізації ОП та пропозиції стейкхолдерів (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/internal-quality-system.pdf). Перегляд організовує гарант (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/programme-guarantor.pdf). У 2026 р. уточнено структуру й кредитне навантаження ОК; «Сталий маркетинг» трансформовано у «Сталий маркетинг та трансформація ринку», поглибивши підготовку щодо сталого розвитку й ринкових змін. Виокремлено виробничу (3 ЄКТС) і переддипломну (6 ЄКТС) практики; вибірковим компонентам відведено 24 ЄКТС, кваліфікаційній роботі — 9 ЄКТС. Скориговано структурно-логічну послідовність і матриці забезпечення компетентностей та ПРН.
Обґрунтування змін конкретизує таблиця пропозицій стейкхолдерів (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf). Зокрема, пропозиція проф. Р. Буряка (НУБіП) стала підставою посилення дослідницько-аналітичних завдань у «Методології наукових досліджень» і «Маркетинговій аналітиці»; директора ТОВ «Київський БКК» В. Поліщука — комплексних кейсів із попиту, асортименту, конкурентів і позиціонування; випускника В. Стрельченка — командних проєктів і реальних бізнес-кейсів. Оновлення пов'язує дослідницьку й практичну підготовку з потребами професійного середовища.

Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, як здобувачі вищої освіти залучені до

процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості, а їх пропозиції беруться до уваги під час перегляду ОП

Здобувачі ОПП «Маркетинг» беруть участь у перегляді програми через робочу групу, обговорення, анкетування та представництво в колегіальних органах. До робочої групи з перегляду ОП у 2025, 2026 рр. включено здобувача В. Гоцула, який долучався до опрацювання її змісту й структури разом із гарантом, викладачами та представником роботодавців. 16.04.2026 бакалаври, здобувачі й представники самоврядування обговорили актуальність і структуру ОП, вибір компонентів, практичну підготовку, бізнес-кейси, цифрові інструменти, методи навчання та прозорість оцінювання (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/7738aeb8-3f20-4f84-93bb-349a25b897d6). Пропозиції подаються також через опитування, публічне обговорення проєктів ОП і звернення до гаранта, завідувача кафедри та викладачів. Студентське представництво у Вченій раді факультету й Вченій раді АПСВТ забезпечує участь у колегіальному розгляді питань якості (https://www.socosvita.kiev.ua/students/council). Конкретні пропозиції Д. Мороки, М. Жигинаса та О. Бєлікової, рішення щодо них, напрями врахування й обґрунтування наведено в таблиці обліку пропозицій стейкхолдерів за 2026 р. (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf). Отже, участь здобувачів охоплює ініціювання змін, обговорення та документований розгляд пропозицій, що дозволяє простежити результати їх залучення до забезпечення якості ОП.

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

Студентське самоврядування залучене до внутрішнього забезпечення якості через представництво інтересів здобувачів, збирання їх пропозицій та комунікацію з адміністрацією, факультетами й робочими групами АПСВТ. На офіційній сторінці Студентської ради окремо визначено напрям «Якість освіти», який охоплює участь в обговоренні освітнього процесу, опитуваннях і вдосконаленні студентського досвіду. Здобувачі можуть звертатися до Ради з пропозиціями щодо навчання та сервісів АПСВТ, передаючи їх через загальні контакти із позначкою «Студентська рада» (https://www.socosvita.kiev.ua/students/council). Даний загальноакадемічний механізм доступний здобувачам ОПП «Маркетинг» для представлення колективної позиції та ініціювання покращень освітнього процесу. Конкретним прикладом взаємодії є проведена 15.10.2026 зустріч здобувачів бакалаврського та магістерського рівнів спеціальності «Маркетинг» із головою студентського самоврядування АПСВТ В. Пінчук і головою студентської ради факультету економіки, соціальних технологій та туризму В. Мандзюком. Обговорено участь здобувачів у моніторингу та перегляді ОП, подання пропозицій щодо змісту освітніх компонентів, організації навчання й практичної підготовки. Представники самоврядування роз'яснили механізми представництва студентських інтересів, взаємодії зі студентськими органами та участі у прийнятті рішень щодо освітнього процесу (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/d3ed5373-0dfa-43bc-bbe3-ccf7e4cb2003).

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

Роботодавці залучаються до перегляду ОПП «Маркетинг» через анкетування, рецензування та обговорення. У розділі «Якість освіти» оприлюднено звернення й анкету; пропозиції щодо компетентностей, змісту ОК і практик надходять кафедрі для розгляду робочою групою (https://www.socosvita.kiev.ua/programs/marketing#quality). Пропозиції, рішення, їх обґрунтування та напрями врахування зафіксовано в таблиці за 2026 рік (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf). Так, за пропозицією О. Антиповича, керівника ТОВ «ГРУПА РЕЙТИНГ», рекомендовано посилити завдання повного циклу дослідження в «Маркетинговій аналітиці» й «Методології наукових досліджень»; директора ТОВ «Київський БКК» В. Поліщука — кейси попиту, асортименту, конкурентів і позиціонування в «Бренд-менеджменті», «Стратегічному маркетингу», «Маркетинговій аналітиці» та «Рекламному менеджменті». Під час візиту до ТОВ «Київський БКК» 28.04.2026 обговорено вдосконалення ОП і розвиток баз практики (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/9f57761e-0d8a-41a9-a5ca-7501563f1bef). 21.04.2026 роботодавці, представники професійної й академічної спільноти обговорили відповідність ОП ринку праці, ШІ, Big Data, CRM, інтернет-аналітику, бізнес-кейси та дослідницьку підготовку магістрів (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/4d3d1fc3-60c3-4c07-8c8f-11a169614eeb). Отже, залучення охоплює подання пропозицій, документований розгляд і спільне визначення напрямів удосконалення ОП.

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

Інформацію про кар'єрний шлях випускників ОП «Маркетинг» збирають Асоціація випускників АПСВТ і кафедра маркетингу. Асоціація підтримує інформаційну базу, організовує зустрічі й комунікацію з випускниками (https://www.socosvita.kiev.ua/about). Кафедра використовує телефонне й електронне спілкування, листування, професійні та соціальні мережі. Збираються відомості про місце й сферу працевлаштування, зміст професійної діяльності, її відповідність кваліфікації та подальший професійний розвиток. Кафедра аналізує їх для оцінювання відповідності змісту ОП, компетентностей і ПРН реальним професійним завданням та потребам ринку праці. Конкретним прикладом зворотного зв'язку є документований розгляд у 2026 р. пропозицій випускників: В. Гоцула (2026) — щодо реальних бізнес-кейсів, цифрових інструментів і ШІ; М. Пінчука — про посилення практичної складової стратегічного аналізу; В. Стрельченка — щодо командних маркетингових проєктів. Пропозиції та результати розгляду відображено в таблиці (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf). Результати аналізу враховуються під час моніторингу й перегляду ОП: актуалізації професійних ОК, практичної підготовки та напрямів співпраці з роботодавцями. Отже, підтримання зв'язку з випускниками забезпечує отримання професійного зворотного зв'язку й обґрунтування змін у підготовці магістрів.

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

Система забезпечення якості АПСВТ передбачає розгляд зворотного зв'язку, визначення способу врахування пропозицій та протокольне оформлення рішень. На ОПП «Маркетинг» цей зв'язок відображений в таблиці пропозицій стейкхолдерів за 2026 рік: зазначено авторів, зміст, результати розгляду, обґрунтування й протокольні підстави (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf).
Так, за пропозицією здобувачки О. Бєлікової рекомендовано інтегрувати практичні завдання з вебаналітики, візуалізації даних, цифрових рекламних платформ і ШІ в «Маркетингову аналітику», «Цифровий маркетинг і електронну комерцію», «Рекламний менеджмент» та інші професійні ОК. Пропозицію Д. Мороки щодо розширення індивідуальної освітньої траєкторії визначено враховувати під час формування й щорічного оновлення каталогу вибіркових ОК (протокол кафедри №11 від 22.06.2026). Пропозицію випускника В. Гоцула щодо практичної підготовки із цифрових інструментів і ШІ враховано частково: передбачено інтеграцію змісту в практичні завдання чинних ОК без запровадження окремого обов'язкового компонента (протокол №8 від 25.03.2026). Отже, пропозиції розглядаються протягом навчального року, а спосіб реагування узгоджується з предметом звернення: оновлення завдань чинних ОК або щорічний перегляд вибіркової складової. Документування повного чи часткового врахування з обґрунтуванням рішення забезпечує простежуваність реагування.

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

У 2016 р. в АПСВТ акредитовано спеціальність «Маркетинг» за ОКР магістр відповідно до чинної на той час постанови КМУ від 09.08.2001 №978; сертифікат видано у 2017 р. (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/licenses/10-marketing-master.jpg). Дана процедура стосувалася спеціальності, а не окремої ОП, Стандарт магістерського рівня затверджено пізніше наказом МОН від 10.07.2019 №960. Після цього магістерська ОП не акредитувалася. Під час її вдосконалення використовує досвід зовнішнього оцінювання бакалаврської ОП «Маркетинг» у 2020 р. та останніх ОП «Професійна освіта» (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/accreditation/expert-results/2026/professional-education-expert-group-report.pdf) і «Психологія» (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/accreditation/expert-results/2026/psychology-bachelor-expert-group-report.pdf) в АПСВТ. Рекомендації за результатами зазначених акредитацій враховуються в частині, застосовній до магістерської підготовки маркетологів. Врахування рекомендацій поєднує вдосконалення змісту ОП, процедур забезпечення якості та освітніх можливостей. Узгодженість компонентів, компетентностей і ПРН забезпечується актуалізацією ОП та матриць (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/programmes/opp-marketing-master-2026.pdf); простежуваність участі стейкхолдерів — оприлюдненням пропозицій і рішень щодо них (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf); розвиток мобільності та неформальної освіти — застосуванням процедур визнання результатів навчання (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/68097e3c-0d97-43f3-b41a-fd90a58bc99d; https://www.socosvita.kiev.ua/programs/marketing#quality).

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

Академічна спільнота залучена до забезпечення якості ОП «Маркетинг» відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/internal-quality-system.pdf). Кафедра аналізує актуальність змісту ОК, послідовність формування компетентностей і ПРН, взаємозв'язок теоретичної та практичної підготовки, методи навчання й оцінювання, навчально-методичні матеріали та зворотний зв'язок стейкхолдерів. Результати обговорюються на засіданнях; гарант і робоча група опрацьовують пропозиції щодо структури та змісту ОП. Викладачі актуалізують ОК, робочі програми й завдання на основі наукових результатів, проєктного досвіду та сучасних маркетингових практик. Зовнішню академічну експертизу ілюструє пропозиція д.е.н., проф. НУБіП України Р. Буряка, отримана під час анкетування 2026 р. За результатами розгляду передбачено поглиблення дослідницько-аналітичних завдань у «Методології наукових досліджень» і «Маркетинговій аналітиці» та їх зв'язку з кваліфікаційною роботою (протокол кафедри №8 від 25.03.2026) (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf). Зміни проходять фаховий і колегіальний розгляд та схвалення Вченою радою АПСВТ. Отже, участь академічної спільноти охоплює виявлення потреби в удосконаленні, експертизу, підготовку змін і колегіальне прийняття рішень; результативність змін оцінюється в наступному циклі моніторингу.

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

Культура якості в АПСВТ формується через спільну відповідальність гаранта, робочої групи, кафедри, факультету й колегіальних органів, регулярний моніторинг зворотний зв'язок на підставі вимог Положення про систему внутрішнього забезпечення якості (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/internal-quality-system.pdf). На ОП «Маркетинг» доказовість рішень підтверджує оприлюднена таблиця пропозицій стейкхолдерів за 2026 р. (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf), що дає змогу простежити внесок учасників у вдосконалення ОП. 12.05.2026 доц., завідувачка кафедри Н.

Писаренко взяла участь у методичному семінарі й круглому столі керівників підрозділів щодо студентоцентрованості, вибіркових дисциплін, оновлення ОК, доброчесності, етики та практикоорієнтованого навчання (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/81cb0efa-fda0-48c0-a73b-8c35e88342cd). Професійну відповідальність підтримують Кодекс етики (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/ethics-code.pdf), перевірка текстів і роз'яснювальна робота (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/plagiarism-check-2025.pdf). Результати моніторингу й пропозиції обговорюються колегіально та використовуються для оновлення ОК, практик і методичних матеріалів; результативність змін оцінюється в наступному циклі.

9. Прозорість і публічність

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

Права та обов'язки учасників освітнього процесу визначаються Статутом АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents#inclusiveness), Положенням про організацію освітнього процесу (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/educational-process-2026.pdf), Кодексом етики (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/archive/old-site/ethics-code.pdf), Положенням про академічну доброчесність (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/academic-integrity-2026.pdf) та іншими локальними актами, що регулюють відповідні напрями діяльності закладу. Доступність загальноакадемічних нормативних документів забезпечується їх оприлюдненням у відкритому каталозі документів на офіційному вебсайті АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/documents). Учасники освітнього процесу можуть ознайомитися з ними безпосередньо за посиланнями на повні тексти. Індивідуальні права та обов'язки додатково конкретизуються в договорах про надання освітніх послуг, трудових договорах (контрактах) і посадових інструкціях. Доступ відповідних осіб до цих документів забезпечується через підрозділи, відповідальні за їх оформлення та зберігання, з дотриманням вимог захисту персональних даних.

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

Проєкт ОП оприлюднено на офіційному вебсайті АПСВТ, на сторінці кафедри маркетингу для отримання зауважень і пропозицій заінтересованих сторін (https://www.socosvita.kiev.ua/news/obhovorennia-opp-marketynh-12-bereznia-2026; https://www.socosvita.kiev.ua/news/obhovorennia-opp-marketynh-17-travnia-2026). Інформація про громадське обговорення ОП також оприлюднено на офіційному вебсайті АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/marketing-discussion-2026-employers; https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/marketing-discussion-2026-students). Окремі канали отримання зауважень і пропозицій по змісту ОПП другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd4kIsouhyP3NFeSq2yw6EBng-2U1Wu_TNsiP6I4ASRIFc_3Q/viewform (Google Форма «Оцінювання якості освітнього процесу та освітньої програми здобувачами вищої освіти»); https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfGbj9iNOTSNB6E4vmS1udjEegpQLzDwuLr2LzwN8RNA2Ckhw/viewform (Google Форма «Оцінювання якості освітнього процесу та визначення напрямів удосконалення освітньої програми науково-педагогічними працівниками»); https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeAzyuGbjdSyB2TvQp-mkZsCRJubXnc197ph4CoD2H_5OWTvQ/viewform (Google Форма «Оцінювання актуальності освітньої програми та її відповідності потребам ринку праці роботодавцями й іншими стейкхолдерами»); https://www.socosvita.kiev.ua/programs/marketing#quality (Анкета для стейкхолдерів щодо оцінювання та удосконалення ОП).

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

Інформація про ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня доступна на офіційному сайті АПСВТ (https://www.socosvita.kiev.ua/) та сторінці кафедри (https://socosvita.kiev.ua/programs/marketing). У розділі «Освітні програми → Магістратура» оприлюднено повні тексти ОПП 2026 і 2025 років: мету, компетентності, ПРН, склад і кредити ОК, структурно-логічну схему, атестацію та матриці відповідності (https://www.socosvita.kiev.ua/programs/marketing#curriculum). Чинна ОПП - https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/programmes/opp-marketing-master-2026.pdf. Документи представлені також у загальному каталозі (https://socosvita.kiev.ua/documents). Розділ «Навчально-методичне забезпечення → Магістратура» містить робочі програми обов'язкових і вибіркових дисциплін, виробничої та переддипломної практик, методичні рекомендації й графіки підготовки та захисту кваліфікаційних робіт: https://www.socosvita.kiev.ua/programs/marketing#programme-documents. Вибір професійного спрямування підтримують оприлюднені програми вибіркових ОК, зокрема Web-аналітики, застосування ШІ, нейромаркетингу й креативного маркетингу. Порядок формування індивідуального плану визначено відповідним Положенням (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/regulations/individual-study-plan-current.pdf). Зазначені матеріали дають змогу ознайомитися зі змістом навчання, завданнями, оцінюванням і можливостями індивідуалізації підготовки.

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони ОПП «Маркетинг»:
1. Виразний професійний і ціннісний фокус: стратегічна, аналітична та цифрова підготовка поєднуються із соціальною відповідальністю, сталим розвитком і професійною етикою відповідно до місії АПСВТ. Додаткові СК10 і ПРН16 конкретизують цей фокус у компетентностях та результатах навчання; його реалізацію підтримують профільні ОК і посібник «Соціально відповідальний маркетинг».
2. Інтеграція навчання, досліджень і практики. Аналітичні записки, аудит цифрового маркетингу компаній, проєктні завдання та практики обсягом 9 ЄКТС забезпечують роботу з професійними проблемами й обґрунтування рішень. Дослідницька підготовка має оприлюднені результати: участь магістрантів у колективних монографіях, спільні публікації з викладачами та апробацію на конференціях. Гурток MARKETHINK підтримує розвиток дослідницьких інтересів.
3. Змістова відповідність кваліфікації викладачів закріпленим ОК. Профільні дослідження, навчальні видання, консультування бізнесу та підвищення кваліфікації з цифрових технологій і ШІ створюють основу для актуалізації змісту та методів навчання. Гостьові лекції й кейси підприємств доповнюють академічну підготовку досвідом практиків.
4. Реалізовані механізми індивідуалізації та міжнародного навчання. Вибіркова складова становить 24 ЄКТС. Мобільність двох магістранток у Wyższa Szkoła Gospodarki завершилася визнанням результатів (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/68097e3c-0d97-43f3-b41a-fd90a58bc99d). 6 здобувачів завершили курси Erasmus+ Jean Monnet із зелених фінансів і соціальної економіки (https://www.socosvita.kiev.ua/department-news/9fcf3619-4272-42b9-a645-409ca4ae107c). Визнання окремих видів роботи в межах сталого маркетингу демонструє врахування попереднього освітнього досвіду (https://www.facebook.com/share/p/1dAcPMwcat/).
5. Документований вплив стейкхолдерів на вдосконалення ОП. Пропозиції здобувачів, роботодавців, випускників і академічної спільноти розглядаються з фіксацією рішень та їх обґрунтування (https://www.socosvita.kiev.ua/documents/marketing/stakeholders/propozytsii-stakeholderiv-mahistr-2026.pdf).
Слабкі сторони та потреби вдосконалення:
1. Міжнародна мобільність уже має результативні приклади, проте потребує розширення охоплення здобувачів і кола партнерів. Наявні індивідуальні практики слід розвивати в регулярні можливості для різних груп магістрантів.
2. Потребує розширення участь здобувачів у дослідницьких, професійних і проєктних активностях поза обов'язковими ОК; пріоритетом є систематичне залучення ширшого кола магістрантів до командних проєктів із зовнішніми партнерами.

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

Перспективи розвитку ОПП «Маркетинг» упродовж найближчих трьох років пов'язані з актуалізацією професійної підготовки, поглибленням співпраці з роботодавцями, розширенням дослідницьких можливостей здобувачів та вдосконаленням внутрішнього забезпечення якості. Передбачено наступні заходи.
1. Актуалізація змісту освітніх компонентів. Щороку аналізувати робочі програми, практичні завдання та рекомендовані джерела з урахуванням розвитку маркетингової аналітики, цифрових технологій, ШІ, електронної комерції, сталого й соціально відповідального маркетингу. За результатами аналізу визначати необхідні оновлення та фіксувати їх у навчально-методичному забезпеченні.
2. Поглиблення практичної підготовки. Розширювати використання реальних маркетингових завдань підприємств у навчальних проєктах, практиках і кваліфікаційних роботах; залучати роботодавців до гостьових занять, обговорення кейсів та консультування здобувачів. Під час щорічного планування роботи кафедри визначати партнерів, тематику заходів і відповідальних викладачів.
3. Розвиток дослідницької та проєктної активності здобувачів. Продовжувати підготовку здобувачів до конференцій і публікацій, розширювати участь у конкурсах студентських наукових робіт, командних дослідженнях та доступних грантових ініціативах. Використовувати науковий гурток кафедри для обговорення дослідницьких задумів, методів і проміжних результатів.
4. Розширення міжнародної академічної взаємодії. Систематично інформувати здобувачів і викладачів про можливості мобільності та міжнародних проєктів, надавати консультації щодо підготовки заявок, розвивати фахові контакти із закордонними партнерами й залучати їх до спільних освітніх та наукових заходів.
5. Посилення простежуваності результатів забезпечення якості. Доповнювати облік пропозицій стейкхолдерів відомостями про відповідальних, строки, виконані заходи та підтвердження результатів. Під час наступного моніторингу перевіряти виконання прийнятих рішень і збирати зворотний зв'язок щодо внесених змін. Окремо впорядкувати збирання та аналіз інформації про професійні траєкторії випускників.
Реалізацію заходів передбачається конкретизувати у щорічних планах роботи кафедри та робочої групи ОП. Протягом першого року пріоритетом буде визначення завдань, відповідальних і способів оцінювання результатів; другого — розширення відповідних практик; третього — узагальнення результатів та коригування подальших напрямів розвитку програми.

Запевнення

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

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

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

Додатки:

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

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

***

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

Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом/кваліфікованою електронною печаткою.

Інформація про КЕП

ПІБ: Сухомлин Віктор Борисович

Дата: 03.11.2026 р.

Таблиця 1. Інформація про освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	**Вид освітнього компонента**	**Силабус або інші навчально-методичні матеріали**		**Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього***
		Назва файла	**Хеш файла**	
Наукові комунікації іноземною мовою	навчальна дисципліна	*РП Наукові комунікації іноземною мовою.pdf*	0hd0oiLOk7nihkTyP8fWFfMIQd56R2Ekkg6c7dccsE0=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX, операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійне обладнання: проєктор Acer X1228H, проєктор Epson EB-S02 — 1 од., цифрова дошка — 1 од., інтерактивна дошка — 1 од., ноутбук Lenovo — 1 од. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.*
Виробнича практика	практика	*РП ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА нов.pdf*	+oZTluhmOzMrLfOJgWCujG+Tln8/wgBdPhyWuWfhEFE=	*Projector EPSON EB S02 - 1 од. Цифрова дошка - 1 од. Інтерактивна дошка - 1 од. Ноутбук Lenovo - 1 од. Матеріально-технічна база підприємств, установ та організацій — баз практики; комп'ютерна техніка, робочі місця й інформаційні ресурси відповідно до умов проходження практики.*
Переддипломна практика	практика	*РП ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА нов.pdf*	L1LFnyqteeDqgh1Gnl/r4iwzgSGIkaA+/sLmrB7QRq0=	*Projector EPSON EB S02 - 1 од. Цифрова дошка - 1 од. Інтерактивна дошка - 1 од. Ноутбук Lenovo - 1 од. Матеріально-технічна база підприємств, установ та організацій — баз практики; комп'ютерна техніка, робочі місця й інформаційні ресурси відповідно до умов проходження практики.*
Сталий маркетинг та трансформація ринку	навчальна дисципліна	*РП Сталий маркетинг та трансформація ринку.pdf*	cIVQK/7FxkL9zZFFSrnZ2w0sVvaJ4GVVG2Io8qkSpdU=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX, операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійна система: проєктор Acer X1228H. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.*
Маркетинговий менеджмент	навчальна дисципліна	*РП Маркетинговий менеджмент.pdf*	cBac3alTm20IZjcNZlh8BuW8rsIBNEAmv/Ah3TILm90=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX,*

				операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійне обладнання: проєктор Acer X1228H, проєктор Epson EB-S02 — 1 од., цифрова дошка — 1 од., інтерактивна дошка — 1 од., ноутбук Lenovo — 1 од. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.
Цифровий маркетинг і електронна комерція	навчальна дисципліна	*РП Цифровий маркетинг і електронна комерція.pdf*	6RlnMNFJCzaqVYRCdkNGziMNSbaiUjUgRugmRCTrhJs=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX, операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійна система: проєктор Acer X1228H. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.*
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	*РП Стратегічний маркетинг.pdf*	RLSUh+3DrEwOwVmfJtcfJ43RDnHl7F2ftHvbB1CAlvw=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX, операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійна система: проєктор Acer X1228H. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.*
Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність	навчальна дисципліна	*РП Соціальний маркетинг та КСВ.pdf*	dAvV34obkqe00GpyokbxQtqTFMir0Q9CCHEmf1pJW0A=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX, операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійне обладнання: проєктор Acer X1228H, проєктор Epson EB-S02 — 1 од., цифрова дошка — 1 од., інтерактивна дошка — 1 од., ноутбук Lenovo — 1 од. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.*
Бренд-менеджмент	навчальна дисципліна	*РП Бренд-менеджмент.pdf*	AM2/QgEvnyJ8aDHXTPZNd5c6Gt+whYuOc/HmLcFJ2TM=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX, операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійне обладнання: проєктор Acer X1228H, проєктор Epson EB-S02 — 1 од., цифрова*

				дошка — 1 од., інтерактивна дошка — 1 од., ноутбук Lenovo — 1 од. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.
Маркетингова аналітика	навчальна дисципліна	*РП Маркетингова аналітика.pdf*	B+GjVgPblKqIYzeGJ7AWDi2fvr3Ahti6uC1t5bVlRG4=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX, операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійна система: проєктор Acer X1228H. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.*
Проєктна діяльність	навчальна дисципліна	*РП Проєктна діяльність.pdf*	enBQJ7UhvqR1sK6P+ri6+sT2VinG+ci4LmwK8qR4F28=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX, операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійне обладнання: проєктор Acer X1228H, проєктор Epson EB-S02 — 1 од., цифрова дошка — 1 од., інтерактивна дошка — 1 од., ноутбук Lenovo — 1 од. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.*
Методологія наукових досліджень	навчальна дисципліна	*РП Методологія досліджень.pdf*	9ifUYf8wjYn7kovTFelZjca1BFfqENnG8PVDjoOckoI=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX, операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійне обладнання: проєктор Acer X1228H, проєктор Epson EB-S02 — 1 од., цифрова дошка — 1 од., інтерактивна дошка — 1 од., ноутбук Lenovo — 1 од. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.*
Лідерство та персональний розвиток	навчальна дисципліна	*РП Лідерство та персональний розвиток.pdf*	UQ1YUeqGvSBagWIdIAyHXNqiLZXIBs8rtbw7rs3TeW0=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX, операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійне обладнання: проєктор Acer X1228H, проєктор Epson EB-S02 — 1 од., цифрова дошка — 1 од., інтерактивна дошка — 1 од., ноутбук Lenovo — 1 од. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.*

Рекламний менеджмент	навчальна дисципліна	*РП Рекламний менеджмент.pdf*	2d5RMlFPn6pIGGK1+yMngrvdvTesIW5Q2NM39CTcSE8=	*Комп'ютерний клас — 18 комп'ютерів: процесор Intel Core i3, оперативна пам'ять 16 ГБ DDR4, інтегрована відеокарта Intel UHD Graphics 730, SSD 512 ГБ, материнська плата із сокетом LGA 1700 та чипсетом Intel H610, корпус ATX, операційна система Linux. Монітори — 24 дюйми, Full HD (1920 × 1080), IPS-матриця; ергономічні клавіатури та миші. Мультимедійне обладнання: проєктор Acer X1228H, проєктор Epson EB-S02 — 1 од., цифрова дошка — 1 од., інтерактивна дошка — 1 од., ноутбук Lenovo — 1 од. Система дистанційного навчання Moodle АПСВТ.*

* 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)
547199	Середа Наталія Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки, соціальних технологій та туризму	Диплом спеціаліста, Білоцерківський державний аграрний університет, рік закінчення: 1998, спеціальність: аграрний менеджмент (зовнішньоекономічна діяльність), Диплом магістра, Льотна академія Національного авіаційного університету, рік закінчення: 2021, спеціальність: 272 Авіаційний транспорт, Диплом магістра, Академія праці, соціальних відносин і туризму, рік закінчення: 2026, спеціальність: 075 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 039476,	26	Сталий маркетинг та трансформація ринку	П. 1. 1. Середа Н.М. Сталий маркетинг у забезпеченні довготривалої конкурентоспроможності українського бізнесу: стратегічні підходи та поведінкові чинники впливу. Актуальні питання економічних наук. 2025. №12. https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/587 (фахове видання). 2. Середа Н.М. Інтеграція принципів сталого розвитку в систему маркетингового планування підприємств. Економіка та суспільство. 2025. (79). https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6673 (фахове видання). 3. Середа Н.М. Синергія сталого розвитку та маркетингової орієнтації підприємства. Актуальні питання економічних наук.

				виданий 15.02.2007, Атестат доцента 12ДЦ 022882, виданий 22.12.2009			2026 (23). https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/1626 (фахове видання). 4. Середа Н.М., Писаренко Н.В. Логістичне забезпечення циркулярної економіки: моделювання зворотних потоків ресурсів у виробничо-розподільчих мережах. Інвестиції: практика та досвід. 2026. No 2 С. 173-183. https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/8751/8890 https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/issue/view/269/205 (фахове видання). 5. Середа Н.М., Кобернюк С. Маркетингові стратегії в умовах економічної нестабільності: досвід адаптації українського бізнесу до кризових викликів. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2025. №44. С. 424-436. https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/1635 (фахове видання). 6. Середа Н.М. Інноваційні стратегії виживання бізнесу в умовах кризи. Успіхи і досягнення у науці. 2024. № 8(8). http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/15783/15855 (фахове видання). 7. N.Sereda, T.Bilousko, O.Lymar, O.Kalinichenko S.Pylypiv. Change Management Strategies in Conditions of Global Economic Uncertainty. In: El Khoury, R. (eds) Business Models of the Future. Studies in Systems, Decision and Control. 2025. vol 238. Springer, Cham. (Scopus). 8. Sereda N., Klimova I., HordieievaI., Pashchenko O.,Petecki I. Strategic marketing in a dynamic market environment: adaptive approaches, analysis of trends and implementation of

							innovations. Conhecimento & Diversidade, Niterói. 2023. https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/conhecimento_diversidade/article/view/11273 (Web of Science) 9. Sereda N., Kalnysh, I ; Siladiy, I; Kopchak, Y ; Denysenko, K Strategic management in an uncertain environment: adapting strategies to a rapidly changing environment. Ad Alta, Journal Of Interdisciplinary Research. 2023. Volume 13 Issue 2 (Web of Science) П.2. 1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №110309 Літературний письмовий твір наукового характеру «Маркетинг: навчально-наочний посібник для студентів денної і заочної форми навчання галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент», ОПП «Менеджмент міжнародних авіаційних перевезень», «Менеджмент туристичної індустрії». Дата реєстрації 14 грудня 2021 року. 2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №111167 Літературний письмовий твір наукового характеру «Маркетинг: конспект лекцій для здобувачів денної і заочної форми навчання галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073«Менеджмент», ОПП «Менеджмент міжнародних авіаційних перевезень», «Менеджмент туристичної індустрії». Дата реєстрації 20 січня 2022 року. 3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №120125 Літературний

							письмовий твір наукового характеру «Стратегічне управління: робочий зошит до практичних занять для здобувачів денної і заочної форми навчання галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент», освітньо-професійних програм «Менеджмент міжнародних авіаційних перевезень», «Менеджмент туристичної індустрії». Дата реєстрації 02 червня 2023 року. 4. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №120125 Літературний письмовий твір наукового характеру «Маркетингове планування: методичні рекомендації до практичних занять для здобувачів денної і заочної форми навчання галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальності D5 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг» Дата реєстрації 04 березня 2026 року. 5. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №120125 Літературний письмовий твір наукового характеру «Маркетинг промислового підприємства: методичні рекомендації до практичних занять для здобувачів денної і заочної форми навчання галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальності D5 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг» Дата реєстрації 21 липня 2026 року. П.3. 1. Середа Н.М. Соціальна відповідальність як інтегральна складова сучасних маркетингових

							стратегій. Соціально відповідальний маркетинг : навч. посіб. / Н. В. Писаренко, О. І. Бабічева, О. В. Базарна [та ін.] ; за заг. ред. Н. В. Писаренко. Київ : АПСВТ, 2026. С. 163–213. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21918708 П.4. 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Сталий маркетинг». – Київ: АПСВТ, 2026. 2. Робоча програма навчальної дисципліни «Сталий маркетинг та трансформація ринків». – Київ: АПСВТ, 2026. 3. Середа Н.М. Сталий маркетинг: методичні рекомендації до практичних занять для здобувачів денної і заочної форми навчання галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальності D5 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг». Друк. метод вказівки Київ: Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2026.-50с. П. 8. Член редколегії електронного наукового фахового видання: «Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми» П.11. Наукове консультування ТОВ Компанія "Pro-Consulting", з 2018 р. П.12. 1. Середа Н.М. Підвищення інноваційного потенціалу через стратегічний маркетинг. Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий управлінський та правовий аспекти: матеріали II Міжн. наук.-практ. конф., м. Київ, 19 березня 2025р./ Академія праці, соціальних відносин та туризму. Київ, 2025. С.59-61. 2. Середа Н.М.

							Концепція сталого маркетингу у системі стратегічного управління бізнесом. Фінансово-управлінські інновації як драйвер сталого розвитку в умовах сучасних викликів: матеріали Міжн. наук.-практ. конф., м. Хмельницький, 7 листопада 2025 року/ Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова. Хмельницький, 2025. С.269-271. 3. Середа Н.М. Сталий розвиток як основа модернізації маркетингової стратегії та підвищення конкурентоспроможності підприємств. Проблеми і перспективи економічного розвитку в умовах модернізаційних процесів в Україні та світі : матеріали III всеукр. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 27 лист. 2025 р. / ЦНТУ. Кропивницький, 2025. С. 48-51. 4. Середа Н.М. Сталий і зелений маркетинг як трансформація сучасної маркетингової парадигми. Бренд-менеджмент: маркетингові технології: матеріали VIII Міжн. наук.-практ. конф., м. Київ, 12 березня 2026р. / Держ. торг.-екон. ун-т. Київ, 2026. С.361-363. 5. Середа Н.М. Маркетингова стратегія підприємства в умовах сталого розвитку та циркулярної економіки. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку: матеріали VII Міжн. наук.-практ. інтернет-конф., м. Київ, 30 квітня 2026 р./ КНУТД. Київ, 2026. С. 380-383. П.19. 4. Членство у Громадській організації «Українська асоціація дослідників освіти».

							(УАДО) Сертифікат №119 2.Членство у Громадській організації «Українська асоціація маркетингу». (УАМ) Сертифікат №1076 Підвищення кваліфікації: 1.20.06-27.06.2022р м. Люблін, Польща «Academic integrity in the training for bachelors in the countries of the European Union and Ukraine», обсягом 45 годин (1,5 кредиту ЄКСТ) сертифікат про підвищення кваліфікації ES №96525/2022 від 27.06. 2022 р; 2.10.07-17.07.2023р м. Люблін, Польща «Інтерактивні технології змішаного навчання при підготовці бакалаврів та магістрів в країнах ЄС та Україні», обсягом 45 годин (1,5 кредиту ЄКСТ) сертифікат про підвищення кваліфікації ES №14831 від 17.07. 2023 р; 3.22.04-31.04.2024р м. Венеція, (Італія) «Non-formal education and academic integrity in institutions of higher education: international and native experience». Universita Ca'Foscari Venezia. (6 кредитів ЄКСТ) Сертифікат ES №15919, від 20.09.2023; 4.30.09-14.10.2024р м. Київ. Спілка рекламістів України, редакція журналу «Маркетинг і реклама» за підтримки Об'єднання маркетологів України «Маркетинг у державному управлінні та місцевому самоврядуванні» 30 годин/1кредит ЄКТС Сертифікат №30в від 15.11.2024р 5.11.11-15.11.2024р м. Київ. Спілка рекламістів України, редакція журналу «Маркетинг і реклама» за підтримки Об'єднання маркетологів України «Маркетингові дослідження: новітні тренди та технології»

							30 годин /1кредит ЄКТС Сертифікат №30в від 15.11.2024р. 6.03.02-16.03.2025р м. Рига, Латвійська Республіка «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління». 180 годин (6 ЄКТС) Сертифікат С №20250386 від 16.03.2025р. 7. 21.10-30.10 2025р м. Люблін, Польща «Інтегральна освіта в маркетингу та підготовка фахівців у країнах Європейського Союзу та Україні» обсягом 45 годин (1,5 кредиту ЄКСТ) сертифікат про підвищення кваліфікації ES №24869 від 30.10. 2025 р; 8.12.01-16.02.2026р м. Варшава, Польща "Особливості науково-педагогічної діяльності у вищій школі: досвід країн ЄС". Загальна тривалість академічного стажування 180 годин (6 ЄКТС). підвищення кваліфікації №1201-1602-298 від 16.02. 2026 р. м. Люблін, Польща 9.17.02-26.02.2026р м. Люблін, Польща «Академічна доброчесність при підготовці бакалаврів в країнах Європейського Союзу та Україні» обсягом 45 годин (1,5 кредиту ЄКСТ) Сертифікат ES №25607 від 26.02. 2026 р; 10.19.01-02.03.2026 м. Київ «Стратегічний маркетинг сталого розвитку в умовах цифровізації та глобальних трансформацій» обсягом 180год (6 кредитів ЄКСТ) Сертифікат про підвищення кваліфікації NS №262361 від 02.03. 2026 р 11.27.04-23.06.2026 м. Харків ГС «Харківський кластер

							інформаційних технологій» «Цифрова трансформація професійної діяльності» обсягом 90год (3 кредиту ЄКСТ) Сертифікат ІТК-26/1456 від 23.06.2026р.
444343	Писаренко Надія Василівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Факультет економіки, соціальних технологій та туризму	Диплом спеціаліста, Приватний вищий навчальний заклад "Кіровоградський інститут регіонального управління та економіки", рік закінчення: 2010, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом магістра, Академія праці, соціальних відносин і туризму, рік закінчення: 2026, спеціальність: 075 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 055735, виданий 26.02.2020, Атестат доцента АД 0174471, виданий 03.07.2025	15	Маркетинговий менеджмент	П. 1. 1. Liashenko O., Harapko D., Mykhailovska O., Chornodid I., Pysarenko N., Horban D. Latent regimes in sustainability transitions: how digital connectivity and governance quality shape development trajectories. World. 2026. Vol. 7. Art. 53. DOI: https://doi.org/10.3390/world7040053 (Web of Science). 2. Dzhereleyko S., Pysarenko N., Poltinina O., Nesterenko O., Kolomiiets V. Digital economy and its effect on financial market structures: analyzing key trends and future opportunities. International Journal of Accounting and Economics Studies. 2025. Vol. 12, No. 4. P. 747–759. DOI: https://doi.org/10.14419/9gya2n94 (Scopus). 3. Sokolova Y., Katunina O., Pysarenko N., Klimova I., Kovalchuk O. Using BIG DATA to develop digital marketing strategies: a case study. Journal of Theoretical and Applied Information Technology. 2025. Vol. 103, No. 8. P. 3084–3095. URL: https://www.jatit.org/volumes/Vol103No8/2Vol103No8.pdf (Scopus). 4. Osiievska V., Maksiutenko I., Pysarenko N., Berezivska O., Mykhailenko T. The impact of social media on consumer behavior: current status, emerging trends, and future prospects. International Journal of Organizational Leadership. 2025. Vol. 14, First Special Issue. P. 303–313. DOI: https://doi.org/10.33844/ijol.2025.60480 (Web of Science). 5. Писаренко Н. В.,

							Ярмоленко Ю. О., Шолудченко С. В., Марков Р. Р., Пекін А. Ю. Конвергенція стратегічного лідерства, управління якістю та КСВ у системі маркетингового менеджменту. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2026. № 30. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20459301 (фахове видання категорії Б). 6. Писаренко Н. В., Корчинська О. А., Павельчук Є. М., Бабічева О. І., Базарна О. В. Маркетингова аналітика як інструмент data-driven прийняття рішень у бренд-менеджменті та креативних маркетингових проєктах. Актуальні питання економічних наук. 2026. № 23. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20456734 (фахове видання категорії Б). 7. Писаренко Н. В., Бондар С. І., Бабічева О. І., Марков Р. Р., Даниленко Є. С. Формування резильєнтності маркетингового менеджменту підприємства на засадах інтеграції аналітичного, стратегічного, соціального та цифрового маркетингу. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2026. № 28. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.19412814 (фахове видання категорії Б). 8. Писаренко Н. В., Дербеньова Я. В., Базарна О. В., Марков Р. Р., Даниленко Є. С. Цифрова трансформація інноваційної товарної політики в e-commerce: теоретико-прикладні аспекти маркетингового менеджменту та соціального маркетингу. Актуальні питання економічних наук. 2026. № 21. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.19431723 (фахове видання категорії Б). 9. Писаренко Н. В.,

							Чорнодід І. С., Ярмоленко Ю. О., Буткевич О. В., Базарна О. В. Інтеграція інструментів проєктного менеджменту та лідерських стратегій у маркетингове управління регіональним економічним розвитком. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2025. № 25. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17959663 (фахове видання категорії Б). 10. Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О., Громоздова Л. В., Базарна О. В., Даниленко Є. С. Інноваційні технології digital-маркетингу та їх вплив на формування маркетингової стратегії підприємства. Наука і техніка сьогодні. 2024. № 13 (41). С. 315–329. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6025-2024-13(41)-315-329 (фахове видання категорії Б). 11. Писаренко Н., Шевчук О., Громоздова Л., Макієвський О., Медвідь Г., Шмігельська Є. Інноваційна політика та сучасні цифрові технології в управлінні логістикою туристичних підприємств. Наукові інновації та передові технології. 2024. № 7 (35). С. 698–712. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7(35)-698-712 (фахове видання категорії Б). 12. Писаренко Н. В., Громоздова Л. В., Дербеньова Я. В., Артеменко А. І., Буксіна І. В., Резніченко А. О. Маркетингово-логістична модель стратегічного управління збутовою діяльністю підприємств на міжнародному ринку. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 11 (17). С. 209–222. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-11(17)-209-222 (фахове видання категорії Б).

							13. Писаренко, Н., Корчинська, О., & Бабічева, О. Маркетингова аналітика як інструмент формування стратегічних рішень у рекламному менеджменті в контексті сталого розвитку . Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: економіка, психологія та управління. 2026. 9. https://doi.org/10.54929/3041-2390-2026-09-05-07 (фахове видання категорії Б). П.3. 1. Писаренко Н. В. (2025). Теоретико-методологічні основи воєнного брендингу. Воєнний брендинг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу: кол. монографія / [авт. кол. : Писаренко Н.В., Ярмоленко Ю.О., Корчинська О.А., Шолудченко С.В., Бабічева О.І., Базарна О.В., Даниленко Є.С., Марков Р.Р., Гоцул В.Є.] / за ред. Н.В. Писаренко, В.Б. Сухомлина - Київ : АПСВТ, 2025. - 355 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17558747 (рецензована колективна монографія) 2. Писаренко Н. В. (2025). Міжнародний маркетинг в умовах цифровізації: концептуальний аналіз. Вплив міжнародного маркетингу на економічну безпеку України в умовах цифрової економіки : кол. монографія / [авт. кол. : Писаренко Н.В., Корчинська О.А., Ярмоленко Ю.О., Шолудченко С.В., Бабічева О.І., Буткевич О.В., Стефанюк Є.О.] / гол. ред. Н.В. Писаренко, ред. В.Б. Сухомлин - Київ : АПСВТ, 2025. - 313 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.14913927 (рецензована колективна монографія) 3. Писаренко Н. В. Теоретико-методологічні засади

							соціально відповідального маркетингу. Соціально відповідальний маркетинг : навч. посіб. / Н. В. Писаренко, О. І. Бабічева, О. В. Базарна [та ін.] ; за заг. ред. Н. В. Писаренко. Київ : АПСВТ, 2026. С. 11–71. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21918708. П.4. 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент». – Київ: АПСВТ, 2026. 1. Методичні рекомендації щодо виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг». / Писаренко Н.В., Бабічева О.І., Шолудченко С.В. Київ: АПСВІТ. 2025. 45 с. 2. Методичні рекомендації з виконання курсових робіт для здобувачів II курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності (нерегульованої) D5 (075) «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право». Форма навчання: денна/заочна . Писаренко Н.В., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 22с. 3. Методичні рекомендації щодо проходження виробничої практики для здобувачів ОС Бакалавр денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Писаренко Н.В., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 15с. 4. Методичні рекомендації щодо проходження виробничої/переддипломної практики для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності 075

							«Маркетинг». Корчинська О.А., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 15с. 5. Методичні рекомендації до підготовки, виконання та публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи : для здобувачів 2 курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» денної та заочної форм здобуття освіти / уклад.: Н. В. Писаренко, Н. М. Середа, О. І. Бабічева. Київ : АПСВТ, 2026. 85 с. П.8. Член редколегії фахового наукового видання: Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. П.11. Наукове консультування ТОВ «Бетта-Сервіс», з 2023 р. П.12. 1. Соколов М., Писаренко Н. В. Омніканальність у маркетингу: виклики і можливості для логістичного менеджменту. Актуальні проблеми економіки та менеджменту в умовах сучасних викликів : збірник матеріалів наук.-практ. конф. молодих вчених та студентів / за заг. ред. О. М. Левченка, Л. І. Яременко. Кропивницький : РВВ ЦДУ ім. В. Винниченка, 2025. Вип. 2. С. 137–138. 2. Бугай О. А., Писаренко Н. В. Ефективність інтеграції штучного інтелекту в процеси персоналізації маркетингових кампаній в Україні. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., 15–17 квіт. 2026 р. : у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик.

							Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2026. Т. 2. С. 151–153. 3. Писаренко Н. В., Шишов М. Ю. Диверсифікація ринків збуту як інструмент маркетингової адаптації підприємств в умовах кризових викликів. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., 15–17 квіт. 2026 р. : у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2026. Т. 1. С. 152–155. 4. Писаренко Н. В., Бєлікова О. Л. Вплив сталого та соціально відповідального маркетингу на фінансові результати підприємства в умовах глобальних трансформацій та ESG-орієнтованої економіки. Сучасні технології маркетингу : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., 21 трав. 2026 р. / відп. ред. В. С. Рейкін. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2026. С. 82–84. 5. Писаренко Н. В., Сапітон М. С. Digital-логістика та маркетинговий менеджмент в умовах цифровізації бізнесу. Маркетингове забезпечення продуктового ринку : збірник тез XVIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 14 трав. 2026 р. Полтава : ПДАУ, 2026. С. 164–166. 6. Писаренко Н. В., Морока Л. М. Еволюція маркетингових стратегій підприємств у контексті глобалізації та нестабільності світової економіки. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 30 квіт. 2026 р., м. Київ. Київ : КНУТД, 2026. С. 342–344. DOI: https://doi.org/10.3085

7/123456789.2675926.
7. Писаренко Н. В., Жигинас М. Б. Конвергенція бренд-менеджменту, маркетингових стратегій та фінансових результатів у системі забезпечення резильєнтності підприємства. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 30 квіт. 2026 р., м. Київ. Київ : КНУТД, 2026. С. 349–351. DOI: https://doi.org/10.30857/123456789.2675926.
8. Писаренко Н. В., Морока Д. В. Стратегічний бренд-менеджмент у системі маркетингового управління підприємством. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2026. С. 417–419.
9. Pysarenko N. Green economy and circular business models as a basis for energy resilience in the context of sustainable development. Transformations in Conditions of Turbulence: Selection of Adaptation Models and Mechanisms. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference, Kielce, Poland, February 25, 2026. Chernihiv : REICST, 2026. DOI: https://doi.org/10.54929/REICST-Conf-2026-02-25-02-03.
10. Писаренко Н. В., Стрельченко В. В. Роль стратегічного маркетингового менеджменту в умовах економічної турбулентності. Детермінанти соціально-економічного відновлення держави, регіонів та суб'єктів господарювання : збірник тез доповідей III Міжнар. наук.-

							практ. конф., присвяченої 50-річчю Навчально-наукового інституту економіки та менеджменту, м. Рівне, 14 листоп. 2025 р. Рівне : НУВГП, 2025. С. 729–731. 11. Писаренко Н. В., Бабічева О. І. Стратегічний маркетинг у сфері послуг: сучасні тенденції розвитку, інструментарій впровадження та виклики ринкового середовища. Фінансово-управлінські інновації як драйвер сталого розвитку в умовах сучасних викликів : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Хмельницький, 7 листоп. 2025 р. Ч. ІІ. Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2025. С. 258–260. 12. Писаренко Н. В., Марков Р. Р. Соціально відповідальний маркетинг як інструмент сталого розвитку та ефективної комунікації. Фінансово-управлінські інновації як драйвер сталого розвитку в умовах сучасних викликів : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Хмельницький, 7 листоп. 2025 р. Ч. ІІ. Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2025. С. 256–258. 13. Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О. Лідерство — драйвер персонального розвитку та ефективності маркетингового менеджменту. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі : тези доповідей IV Міжнар. наук.-практ. конф., 4 листоп. 2025 р. Харків : Державний біотехнологічний університет, 2025. С. 225–226. 14. Писаренко Н. В.,

							Марков Р. Р. Соціально відповідальний маркетинг як складова ефективного маркетингового менеджменту. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі : тези доповідей IV Міжнар. наук.-практ. конф., 4 листоп. 2025 р. Харків : Державний біотехнологічний університет, 2025. С. 223–224. 15. Писаренко Н. В., Морока Л. М. Впровадження інноваційних технологій у маркетинговий менеджмент: виклики, можливості та стратегічні орієнтири для українського бізнесу. Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики : матеріали X Всеукр. наук.-практ. конф., 29 жовт. 2025 р. Умань : Уманський національний університет, 2025. С. 69–71. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17573497. П.19. Членство у Громадській організації «Українська асоціація маркетингу», сертифікат № 879 Підвищення кваліфікації: 1. 28.03–20.06.2024; Fundacja im. Zofii Zamenhof (Польща), проєкт Erasmus+ COMSUS «Development of Sustainable Communications of Higher Education Institutions in Social Media»; міжнародне науково-педагогічне стажування «The Power of Social Media in the Professional Development of University Representatives: Personal Brand, Tools for Educational Products, Promotion of Sustainable Development Values»; 180 годин (6 кредитів ЄКТС); сертифікат № COMSUS-WP3-003 від 21.06.2024. 2. 05.03–21.05.2025;

							Українська асоціація маркетингу; Навчальний курс «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси»; 120 год. (4 кредити ЄКТС); Сертифікат № 37 від 22.05.2025. 3. 19.02–19.05.2025; Київський кооперативний інститут бізнесу і права; Стажування за темою «Стратегічний маркетинг сталого розвитку в умовах цифровізації та глобальних трансформацій»; 180 год. (6 кредитів ЄКТС); Сертифікат № МАКД000580. 4. 01.05–23.06.2026; ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» (Kharkiv IT Cluster); курс підвищення кваліфікації «Цифрова трансформація професійної діяльності»; 90 академічних годин (3 кредити ЄКТС); сертифікат № ІТК-26/2236 від 23.06.2026. 5. 23.06–18.07.2025; EIT HEI-TRAIN Project, Академія громадської безпеки Університету Миколаса Ромеріса (Литва); міжнародна програма підвищення кваліфікації «Мислення штучного інтелекту в підприємницькому середовищі»; 120 академічних годин (4 кредити ЄКТС); сертифікат учасника від 18.07.2025. 6. 28.10–01.11.2024; Київський національний університет імені Тараса Шевченка (проєкт Erasmus+ Jean Monnet Module EU4DEFA); Осіння школа «ЄС для розвитку цифрової, екологічної та фінансової обізнаності громадян»; 30 годин (1 кредит ЄКТС); сертифікат від 01.11.2024. 7. 19.04–25.04.2024; Kyiv Business School (Київська бізнес-школа), Fundacja Marki Polskiej ім. проф. Вітольда Кєжуна (Польща), програма Erasmus+;

							міжнародна освітня онлайн-програма «Green Work 4 Youth: розвиток зелених навичок молоді для сприяння працевлаштуванню та сталому розвитку»; 30 годин (1 кредит ЄКТС); сертифікат № GYW-069-2024 від 25.04.2024. 8. 01.10–04.10.2024; Сумський державний університет, програма Erasmus+ Jean Monnet; Міжнародна зимова школа «The Best EU Experiences For Enhancing Employability» («Кращі практики ЄС для підвищення працевлаштованості»); 1 кредит ЄКТС (30 годин); сертифікат № 85/102024 від 04.10.2024. 9. 2023 р.; Wyższa Szkoła Gospodarki (Університет економіки, Бидгощ, Польща); міжнародне стажування в межах програми Erasmus+ «Проблеми економічного розвитку в умовах війни: українські та європейські перспективи»; 108 годин (3,6 кредити ЄКТС); довідка (Zaświadczenie) № 296/9 від 02.07.2023.
514020	Даниленко Євген Сергійович	Доцент, Сумісництво	Економіки, соціальних технологій та туризму	Диплом бакалавра, Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, рік закінчення: 2014, спеціальність: Маркетинг, Диплом магістра, Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, рік закінчення: 2015, спеціальність: 8.03050701 маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 051885, виданий	3	Цифровий маркетинг і електронна комерція	П. 1. 1. Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О., Громоздова Л. В., Базарна О. В., Даниленко Є. С. (2024). Інноваційні технології digital-маркетингу та їх вплив на формування маркетингової стратегії підприємства. Наука і техніка сьогодні, Вип. №13(41). С. 315-329. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6025-2024-13(41)-315-329. Фахова. 2. Pysarenko N. V., Bondar S. I., Bazarna O. V., Teteruk S. P., Danylenko Y. S. (2025). BIG DATA in international marketing in the context of digitalisation. Актуальні питання у сучасній науці, № 1(31). С. 31-44. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2025-1(31)-31-44. Фахова. 3. Писаренко Н. В.,

				23.04.2019			Базарна О. В., Даниленко Є. С. (2025). Інтеграція нейромаркетингових технологій у формування інноваційної товарної політики підприємств електронної комерції. Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: економіка, психологія та управління, 4. DOI: https://doi.org/10.54929/3041-2390-2025-04-01-01. Фахова. 4. Писаренко Н. В., Бондар С. І., Бабічева О. І., Марков Р. Р., Даниленко Є. С. (2026). Формування резильєнтності маркетингового менеджменту підприємства на засадах інтеграції аналітичного, стратегічного, соціального та цифрового маркетингу. Здобутки економіки: перспективи та інновації, Вип № 28. DOI https://doi.org/10.5281/zenodo.19412814. Фахова. 5. Писаренко Н. В., Дербеньова Я. В., Базарна О. В., Марков Р. Р., Даниленко Є. С. (2026). Цифрова трансформація інноваційної товарної політики в e-commerce: теоретико-прикладні аспекти маркетингового менеджменту та соціального маркетингу. Актуальні питання економічних наук. Економічні науки, Вип №21. DOI https://doi.org/10.5281/zenodo.19431723. Фахова. 6. Даниленко Є. С. Державні публічні закупівлі легкових автомобілів в Україні. Проблеми економіки. №4. 2022. С. 35-45. Фахова. 7. Даниленко Є. С. Державне регулювання розвитку ринку легкових автомобілів: вітчизняний та міжнародний досвід. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. №29. 2022. С. 74-91. DOI: https://doi.org/10.30977/PPB.2226-

							8820.2022.29.73. Фахова. 8. Даниленко Є. С. Аналіз ринку вживаних легкових автомобілів в Україні. Економіка. Фінанси. Право. №9. 2023. С. 24-36. Фахова. 9. Даниленко Є. С. Аналіз особливостей діяльності регулюючих органів ринку продажу легкових автомобілів в Україні та світі. Проблеми економіки. №2. 2023. С. 4-15. Фахова. 10. Даниленко Є. С. Регіональні державні закупівлі легкових автомобілів в Україні. Бізнес-інформ. №5. 2023. С. 41-52. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-5-41-52. Фахова. П. 3. 1. Воєнний брендинг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу». РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ АРМІЇ ТА ДЕРЖАВИ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: кол. монографія / [авт. кол. : Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О., Корчинська О. А., Шолудченко С. В., Бабічева О. І., Базарна О. В., Даниленко Є. С., Марков Р. Р., Гоцул В. Є.] / за ред. Н. В. Писаренко, В. Б. Сухомлина – Київ : АПСВТ, 2025. – 354 с. (18,5 автор. арк.), С. 46-82. П.4. 1. Даниленко Є. С. Розділ 8. Системи цифрового моніторингу ефективності соціально-відповідального маркетингу. Соціально-відповідальний маркетинг : навч. посіб. / Н. В. Писаренко, О. І. Бабічева, О. В. Базарна та ін. ; за заг. ред. Н. В. Писаренко, В. Б. Сухомлина. Київ : АПСВТ, 2026. С. 346-400. П. 12. 1. Даниленко Є. С. Можливості інтернет-

							маркетингу у формуванні споживчої лояльності в інтересах бізнесу. Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти: збірник II Міжнародної науково-практичної конференції – К.: Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2025. 377 с. (С. 150-151). 2. Голинський В., Даниленко Є. Формування та розвиток маркетингу довіри в умовах цифрової трансформації бізнесу (на прикладі омніканального підприємства роздрібної торгівлі). Науковий вимір осмислення та пошук шляхів розвитку України: Маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти: збірник II Міжнародної науково-практичної конференції – К.: Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2025. 572 с. (С. 99-101). 3. Стельмашенко І., Даниленко Є., Омніканальний маркетинг як інтегрована модель управління клієнтським досвідом та економічною ефективністю підприємства. Науковий вимір осмислення та пошук шляхів розвитку України: Маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти: збірник II Міжнародної науково-практичної конференції – К.: Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2025. 572 с. (С. 69-70). 4. Писаренко Н. В., Даниленко Є. С. (2024). Особливості

							створення та розвитку брендінгу сучасних компаній. Освіта і наука в умовах викликів і загроз. Внесок молодих вчених в сталий розвиток: збірник матеріалів міжнародної наукової конференції – К.: НУБіП України, 2024. 410 с. (С. 402-403). 5. Броновицький В., Даниленко Є. Формування та розвиток стратегії сталого маркетингу підприємства в умовах трансформації глобальних аграрних ринків. Маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти: збірник II Міжнародної науково-практичної конференції – К.: Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2025. 572 с. (С. 265-267). 6. Даниленко Є. С. Державні публічні закупівлі легкових автомобілів в Україні. Матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва» (Харків) «25» листопада 2022 року, 2022. С. 35-36. 7. Даниленко, Є. Закономірності державних закупівель легкових автомобілів: досвід України. Scientific Collection «InterConf», (150), 17–19. URL: https://archive.interconf.center/index.php/conference-proceeding/article/view/2936. 8. Даниленко Є. С. Дослідження лімітів державних закупівель легкових автомобілів в Україні. Матеріали Сімдесят третіх економіко-правових дискусій. Серія: Соціальні та гуманітарні науки «22-23.03.2023». URL: http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-4270. 9. Даниленко Є. С. Роль і значення державних закупівель у забезпеченні

							розвитку ринку легкових автомобілів. Proceedings of the 8th International Scientific and Practical Conference «Global and Regional Aspects of Sustainable Development» (March 26-28, 2023). Copenhagen, Denmark. URL: https://archive.intercon f.center/index.php/conf erence-proceeding/article/dow nload/2782/2812. 10. Даниленко Є. С. Регулювання розвитку ринку легкових автомобілів: досвід країн ЄС. Матеріали XXVIII Міжнародна науковопрактична конференція «Unusual methods of development of science and thoughts» (July 17-19, 2023). Madrid, Spain. URL: https://eu-conf.com/wp-content/uploads/2023/07/UNUSUAL-METHODS-OF-DEVELOPMENT-OF-SCIENCE-AND-THOUGHTS.pdf. 11. Даниленко Є. С. Дослідження найпопулярніших вживаних легкових автомобілів. Матеріали Сімдесят сьомих економіко-правових дискусій. Серія: Соціальні та гуманітарні науки «18-19.07.2023». URL: http://www.spilnota.ne t.ua/ru/article/id-4445. П.19. 1. Членство у Громадській організації «Українська Асоціація Маркетингу». Сертифікат №878 від 15 січня 2025 року. Підвищення кваліфікації: 1. Сертифікація від Google Digital Marketing & E-commerce (2024 рік). 2. Громадська організація «Прогресильні», «Великий курс про ШІ в освіті», 26.05–09.06.2025 р., 45 годин / 1,5 кредиту ЄКТС. Сертифікат № ВКШІО-1011. 3. Цифрова трансформація професійної діяльності, 2026 рік, 90 годин / 3 кредити ЄКТС.

							4. Київський кооперативний інститут бізнесу і права, підвищення кваліфікації шляхом стажування за темою «Стратегічний маркетинг сталого розвитку в умовах цифровізації та глобальних трансформацій», 19.02.2025–19.05.2025, 180 годин (6 кредитів ЄКТС). Сертифікат № МАКД000584 від 22.05.2025 р. 5. Вінницький технічний фаховий коледж,, форум академічної доброчесності, 20.02.2025 р., 6 годин / 0,2 кредиту ЄКТС. Сертифікат № 1016 від 20 лютого 2025 року. 6. Сумський державний університет, Міжнародна зимова школа Jean Monnet «The Best EU Experiences for Enhancing Employability», 01.10–04.10.2024 р., 1 кредит ЄКТС. Сертифікат № 26/102024. 7. Осіння школа EU4DEFA 1.0 «ЄС для розвитку цифрової, екологічної та фінансової обізнаності громадян», 28.10–01.11.2024 р., 30 годин / 1 кредит ЄКТС. П.20. Досвід практичної роботи за спеціальністю: 1. Директор з маркетингу мережі дитячих навчальних центрів Teremok-Union (2016-2017 р.); 2. Директор з маркетингу ТОВ «Спеціалізована школа І-ІІІ ступенів «Капітал Юніон» (2017-2019 р.); 3. Приватний підприємець, засновник дитячої бізнес-школи KidsMarketing (2019 р. по т/ч).
40255	Бабічева Олена Іванівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки, соціальних технологій та туризму	Диплом спеціаліста, Ворошиловградський сільськогосподарський інститут, рік закінчення: 1982, спеціальність: , Диплом	18	Стратегічний маркетинг	П. 1. 1. Riabchyk A., Babicheva O., Nahorna O., Korchynska O., Bilousko T. Ensuring the Marketing Activities of Agricultural Enterprises: Strategic and Tactical Decisions. International Journal of Agricultural Extension.

				кандидата наук ЕК 026514, виданий 31.08.1988, Атестат доцента ДЦ 017076, виданий 21.06.2007			2021. Special Issue: Agriculture of the CIS Countries as an Essential Element of their Economic Development. P. 71–79. DOI: https://doi.org/10.33687/ijae.009.00.3723. (Scopus). 2. Tulush L., Babicheva O., Korchynska O., Krushelnytskyi M., Pivtorak A. Dynamics of Development of Production and Export of Agricultural Products in the Context of Foreign Trade in Australia. Scientific Horizons. 2022. Vol. 25, No. 5. P. 125–133. DOI: https://doi.org/10.48077/scihor.25(5).2022.125-133. (Scopus). 3. Корчинська О., Бабічева О., Дрозд М. Сутність диджиталізації економіки та її вплив на розвиток маркетингу. Економічний дискурс. 2023. Вип. 3–4. С. 55–63. DOI: https://doi.org/10.36742/2410-0919-2023-2-5. (фахове видання). 4. Писаренко Н. В., Чорнодід І. С., Шолудченко С. В., Бабічева О. І., Базарна О. В. Роль зеленої логістики, соціально відповідального маркетингу й управління якістю у сталому розвитку, продажах та ціноутворенні. Актуальні питання економічних наук. 2025. № 13. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.16729043. (фахове видання). 5. Писаренко Н. В., Бондар С. І., Бабічева О. І., Марков Р. Р., Даниленко Є. С. Формування резильєнтності маркетингового менеджменту підприємства на засадах інтеграції аналітичного, стратегічного, соціального та цифрового маркетингу. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2026. № 28. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.19412814. (фахове видання). 6. Писаренко Н. В., Корчинська О. А.,

							Павельчук Є. М., Бабічева О. І., Базарна О. В. Маркетингова аналітика як інструмент data-driven прийняття рішень у бренд-менеджменті та креативних маркетингових проєктах. Актуальні питання економічних наук. 2026. № 23. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20456734. (фахове видання). 7. Писаренко, Н., Корчинська, О., & Бабічева, О. Маркетингова аналітика як інструмент формування стратегічних рішень у рекламному менеджменті в контексті сталого розвитку . Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: економіка, психологія та управління. 2026. 9. https://doi.org/10.54929/3041-2390-2026-09-05-07 П.3. 1. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник за ред. Ларіної Я.С (друге видання) Херсон: Олді-Плюс, 2025. - 336 с. 2. Бабічева О. І. (2026) Практичні кейси та прикладні моделі соціально відповідального маркетингу: міжнародний і український досвід. Соціально відповідальний маркетинг : навч. посіб. / Н. В. Писаренко, О. І. Бабічева, О. В. Базарна [та ін.] ; за заг. ред. Н. В. Писаренко. Київ : АПСВТ, 2026. С. 11–71. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21918708. Монографії: 1. Бабічева О. І. (2025). Інтегровані діджитал-стратегії в умовах війни Воєнний брендинг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу: кол. монографія / [авт. кол. : Писаренко Н.В., Ярмоленко Ю.О., Корчинська О.А.,

							Шолудченко С.В., Бабічева О.І., Базарна О.В., Даниленко Є.С., Марков Р.Р., Гоцул В.Є.] / за ред. Н.В. Писаренко, В.Б. Сухомлина - Київ : АПСВТ, 2025. - 355 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17558747 (рецензована колективна монографія) 2. Бабічева О. І. (2025). Сучасний український вимір міжнародного маркетингу у цифровому середовищі. Вплив міжнародного маркетингу на економічну безпеку України в умовах цифрової економіки : кол. монографія / [авт. кол. : Писаренко Н.В., Корчинська О.А., Ярмоленко Ю.О., Шолудченко С.В., Бабічева О.І., Буткевич О.В., Стефанюк Є.О.] / гол. ред. Н.В. Писаренко, ред. В.Б. Сухомлин - Київ : АПСВТ, 2025. - 313 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.14913927 (рецензована колективна монографія) П 4 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг». Київ, АПСВТ, 2025-2026 2. Методичні рекомендації щодо виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг». / Писаренко Н.В., Бабічева О.І., Шолудченко С.В. Київ: АПСВІТ. 2025. 45 с. 3. Методичні рекомендації з виконання курсових робіт для здобувачів ІІ курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності (нерегульованої) D5 (075) «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право». Форма

							навчання: денна/заочна . Писаренко Н.В., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 22с. 4. Методичні рекомендації щодо проходження виробничої практики для здобувачів ОС Бакалавр денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Писаренко Н.В., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 15с. 5. Методичні рекомендації щодо проходження виробничої/переддипломної практики для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Корчинська О.А., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 15с. 6. Lectures from the discipline "Infrastructure of the product market" for English-speaking groups for specialty 075 "Marketing" ED "Bachelor" students of the 2-nd year of the Faculty of Agricultural Management. Olena Babicheva, Olena Nagorna. Київ: НУБіП, 2023, 92 с. 7. Методичні рекомендації до вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для підготовки фахівців спеціальності 075 «Маркетинг» ОС «Бакалавр» Бабічева О. І., Нагорна О.В. , Кальковська І.О. Київ: НУБіП, 2023 8. Методичні рекомендації до підготовки, виконання та публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи : для здобувачів 2 курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» денної та заочної форм здобуття освіти / уклад.: Н. В. Писаренко, Н. М.

							Середа, О. І. Бабічева. Київ : АПСВТ, 2026. 85 с. П.12. 1. Бабічева О. І., Петрик Д. А. «Маркетинг солідарності» як інструмент національної резильєнтності: трансформація соціально-відповідального маркетингу в Україні в умовах війни. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку: Матеріали VII Міжнародної науково-практичної Інтернет- конференції (30 квітня 2026 р., м. Київ). К. : КНУТД, 2026. С. 377. 2. Бабічева О. Застосування big data, CRM та аналітики в диджитал-комунікаціях для формування воєнного бренду. Збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції «Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку україни: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти» (10 березня 2026 року, м. Київ, Україна) .С.353-354 3. Петрик Д., Бабічева О.Перспективи впровадження ШІ-агентів у маркетингову діяльність: аналіз світового та українського досвіду . Збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції «Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку україни: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти» (10 березня 2026 року, м. Київ, Україна) . С. 395-396 4. Бабічева О.І., Павліна О.О. Маркетингове управління збутовою діяльністю

							підприємств на ринку кондитерської продукції 5. Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції «Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти» ,19 березня 2025 року, м. Київ, Україна .С.48 6. Корчинська О., Бабічева О.. Інтернет та новітні технології в аграрному маркетингу:можливості та виклики. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство», Полтава, 27 вересня 2024 року С.247-249 7. Корчинська О., Бабічева О, Дрозд М. Трансформація маркетингу в епоху диджиталізації. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетинг в Україні» (20.10.2023), КНЕУ П.19 Член Громадської організації «Українська асоціація маркетингу» П . 20 – 2000-2002 рр. – ТОВ «Август Україна» - заступник директора з економіки 1992-2000 рр. - ЗАТ «Укрsuperагробізнес» начальник валютного відділу, спеціаліст експортно-імпортного відділу Підвищення кваліфікації 1. Курс «Політика ЄС щодо соціальної економіки: зайнятість, соціальні питання, інклюзивне підприємництво», в рамках проекту Модуль Жан Моне «ECONOMY4ALL, номер проєкту 101127204, програми ЄС Еразмус+ ,

							07.06.2024 – 18.06.2024 , 1 кредит ЄКТС, сертифікат No ECONOMY4ALL-2024-2-003 від 20.06.2024 2. -Курс «GreenFinEDU. Європейська зелена політика та сталі фінанси: адаптація випускників українських університетів до роботи на ринку праці в умовах переходу до сталої економіки», в рамках проєкту Модуль Жан Моне номер проєкту 101126681, програми ЄС Еразмус+ , 1 кредит ЄКТС, сертифікат No GreenFinEDU-2024-2-019 від 20.06.2024 3. Навчальний курс "Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси" УАМ,120 год. (4 ECTS) Сертифікат № 231 від 22.05.25 4. Стажування в Київському кооперативному інституті бізнесу і права з 19.02.25 по 19.05.25 за темою: « Стратегічний маркетинг сталого розвитку в умовах цифровізації та глобальних трансформацій», 180 год.(6 ECTS) Сертифікат № МАГД 000581 від 22.05.25 5. Курс підвищення кваліфікації «Цифрова трансформація професійної діяльності» у межах проєкту Prof2IT ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» , 90 год. (3 ECTS) Сертифікат № ІТК-26/2261 від 23.06.26
513043	Петько Людмила Василівна	Доцент, Основне місце роботи	Іноземних мов та гуманітарних дисциплін	Диплом спеціаліста, Криворізький державний педагогічний інститут, рік закінчення: 1978, спеціальність: Музика і співи, Диплом спеціаліста, Київський державний педагогічний інститут іноземних мов, рік закінчення: 1984,	20	Наукові комунікації іноземною мовою	П 1. 1. Pet'ko L., Lebid O., Lesyk A., Harkusha I., Kryzhanovskyi A. Application of the project method in the preparation of students of chemical specialties to improve their environmental competence. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2022. Vol. 949, No. 1. Art. 012026. DOI: https://doi.org/10.1088/1755-1315/949/1/012026.

				спеціальність: Іноземна мова, Диплом кандидата наук ДК 047236, виданий 02.07.2008, Атестат доцента 12ДЦ 043050, виданий 30.06.2015			(Scopus). 2. Ovsiienko L., Rakityanska L., Kulyk O., Pet'ko L., Turchynova G., Zavadska T. Development of Multicultural Education: Tasks, Tools and Project Solutions. TEM Journal. 2023. Vol. 12, No. 3. P. 1451–1461. DOI: https://doi.org/10.18421/TEM123-25. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/41520. (Scopus). 3. Petržílka S., Nianko V., Poltorak A. S., Pet'ko L., Riedel T. M. The role of motivation for self-education in the training of public catering workers. E3S Web of Conferences. 2024. Vol. 538. Art. 02007. DOI: https://doi.org/10.1051/e3sconf/202453802007. (Scopus). 4. Komarovska O., Vlasova V., Pet'ko L., Voloshenko A., Holinska T., Prodius O. The influence of arts education on love of the natural environment. E3S Web of Conferences. 2024. Vol. 538. Art. 05004. DOI: https://doi.org/10.1051/e3sconf/202453805004. (Scopus). 5. Петько Л. В. Мультидисциплінарний підхід до вивчення австро-німецького народного танцю «Лендлер» у формуванні іншомовного професійно орієнтованого освітнього простору. Наукові записки кафедри педагогіки Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2024. № 54. С. 41–59. DOI: https://doi.org/10.26565/2074-8167-2024-54-04. URL: https://periodicals.karazin.ua/pedagogy/article/view/24165. (фахове видання). 6. Петько Л. В. Залучення майбутніх учителів географії до проблемних груп з іноземної мови як один із шляхів формування їх професійної компетентності. Педагогічний альманах : збірник наукових праць /

							редкол.: В. В. Кузьменко та ін. Херсон : КВНЗ «Херсонська академія неперервної освіти», 2022. Вип. 51. С. 125–136. DOI: https://doi.org/10.37915/pa.vi51.361. (фахове видання). 7. Pet'ko L. The Italian motor scooter Vespa in the movie «Roman Holiday» (USA, 1953). Intellectual Archive. Toronto : Shiny Word Corp., 2026. Vol. 15, No. 1. P. 88–101. DOI: https://doi.org/10.32370/IA_2026_01_9. 8. Pet'ko L. A New Elizabethan Age in the Queen Elizabeth Rose (1954). Intellectual Archive. Toronto : Shiny Word Corp., 2025. Vol. 14, No. 3. P. 125–163. DOI: https://doi.org/10.32370/IA_2025_03_12. URL: https://intellectualarchive.com/Journal_Files/IAJ_2025_03.pdf. 9. Pet'ko L. The Fountain of the Naiads in the movie «Roman Holiday» (USA, 1953). Intellectual Archive. Toronto : Shiny Word Corp., 2024. Vol. 13, No. 3. P. 87–113. DOI: https://doi.org/10.32370/IA_2024_03_9. URL: https://intellectualarchive.com/Journal_Files/IAJ_2024_03.pdf. 10. Pet'ko L. The Hampton Court Maze and «Three Men in a Boat (To Say Nothing of the Dog)» by Jerome K. Jerome. Intellectual Archive. Toronto : Shiny Word Corp., 2024. Vol. 13, No. 2. P. 43–72. URL: https://www.intellectualarchive.com/?link=iaj202402. 11. Pet'ko L. The coronation of Anne Boleyn as Queen of England and the British Coronation Ceremony. Intellectual Archive. Toronto : Shiny Word Corp., 2023. Vol. 12, No. 4. P. 77–117. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/43309?show=full. 12. Pet'ko L. Hampton Court Palace and «Anne of the Thousand Days». Intellectual Archive. Toronto : Shiny Word Corp., 2023. Vol. 12, No. 3. P. 50–78. URL: http://enpuir.npu.edu.

							ua/handle/123456789/42031. 13. Pet'ko L., Kirilchuk N. Nature look and find with the rose «Hever Castle»: the Hever Castle gardens. Intellectual Archive. Toronto : Shiny Word Corp., 2022. Vol. 11, No. 4. P. 55–98. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/38696. 14. Pet'ko L. The Romance and the Tragedy in the Rose «Hever Castle»: Anne Boleyn and Henry VIII. Intellectual Archive. Toronto : Shiny Word Corp., 2022. Vol. 11, No. 3. P. 82–111. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/37993. 15. Pet'ko L., Maksymenko A. History of England in the Rose «Anne Boleyn». Intellectual Archive. Toronto : Shiny Word Corp., 2022. Vol. 11, No. 2. P. 129–150. DOI: https://doi.org/10.32370/IA_2022_06_13. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/37758. 16. Pet'ko L., Kirilchuk N. The Eternal City and Eternal Love in the Rose «Roman Holiday». Intellectual Archive. Toronto : Shiny Word Corp., 2022. Vol. 11, No. 1. P. 31–57. DOI: https://doi.org/10.32370/IA_2022_03_6. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/37063. П.3. 1. Петько Л. В., Ніколаєнко В. В., Торбін Г. М., Рокицький М. О., Чумак М. Є. Англійська мова для вступників до магістратури зі спеціальності 104 «Фізика та астрономія» : навчальний посібник для студентів ЗВО / за ред. М. В. Працьовитого, В. І. Гончарова. 3-тє вид., випр. і допов. Київ : Талком, 2022. 152 с. 2. Петько Л. В. Англійська мова для студентів-психологів та дефектологів. Дидактичний матеріал для

							практичних занять та самостійної роботи студентів з іноземної мови зі спеціальностей «Корекційна освіта (за нозологіями)», «Психологія», «Практична психологія» : навчальний посібник для студентів, магістрантів, аспірантів. 2-ге вид., випр. Київ : Талком, 2026. 160 с. П 4 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Наукові комунікації іноземною мовою». Київ, АПСВТ, 2025 П. 8 1. .Відповідальний редактор наукометричного журналу «Intellectual Archive» (Канада, Торонто): Google Scholar, Arxiv.org, WorldCat.org, Academia.edu, The National Research Council (Italy), Google.com, Library of Congress (USA), Library and Archives (Canada); 2. Член редакційної ради в наукометричному журналі «European Journal of Educational and Applied Psychology» (Австрія, Відень): Google, EBSCO, WorldCat; 3. У фаховому наукометричному журналі «Українська полоністика»: Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, Citefactor, GoogleScholar: http://polonistyka.zu.edu.ua/about/editorialTeamBio/93514 4. Фаховому наукометричному журналі «Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді»: https://zbirnyk.ipv.org.ua/ua/pro-zbirnik/redaktsijna-kolegiya П.12. 1. Manusenko P., Pet'ko L. Via Margutta: the street with rich cultural heritage and legendary Roman Holiday (1953, USA). Current Trends in the Development of Science and Society :

							proceedings of the 10th International Scientific and Practical Conference (Oslo, Norway, 10–13 March 2026). Oslo : International Science Group, 2026. P. 93–104. URL: https://isg-konf.com/current-trends-in-the-development-of-science-and-society/. 2. Петько Л. В. Використання мультимедіа у навчанні ІМ за професійним спрямуванням здобувачів вищої освіти. Ринок праці: можливості та вектори розвитку у глобалізованому світі : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 15 трав. 2025 р.). Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2025. С. 312–316. URL: https://www.socosvita.kiev.ua/node/3059. 3. Levandovska A., Pet'ko L. The Piazza della Repubblica in the movie «Roman Holiday» (USA, 1953). Innovative Scientific Research: Theory, Methodology, Practice : proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference (Boston, USA, 3–8 September 2024). Boston : International Science Group, 2024. P. 43–57. URL: https://isg-konf.com/innovative-scientific-research-theory-methodology-practice/. 4. Петько Л. В. Професійна підготовка майбутніх маркетологів шляхом створення професійно орієнтованого іншомовного освітнього середовища. Ринок праці: можливості та вектори розвитку у глобалізованому світі : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 16 трав. 2024 р.). Київ : АПСВТ, 2024. С. 548–550. URL: https://www.socosvita.kiev.ua/node/3059. 5. Петько Л. В. Володіння англійською мовою в контексті муніципальної реформи як необхідний чинник євроінтеграції

							України. Муніципальна реформа в контексті євроінтеграції України: позиція влади, науковців, профспілок та громадськості : матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 22 груд. 2023 р.) / Академія праці, соціальних відносин і туризму. Київ, 2023. С. 265–272. URL: https://drive.google.com/file/d/1PB5r0Q20YxKuJeRbsRPsqACZO3Im7WDP/view. 6. Luhovets O., Pet'ko L. The hamburger as a symbol of American cuisine. Theoretical Foundations of Scientists and Modern Opinions Regarding the Implementation of Modern Trends : proceedings of the XXV International Scientific and Practical Conference (San Francisco, USA, 27–30 June 2023). San Francisco : International Science Group, 2023. P. 472–485. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/4110 7. Луговець О. О., Петько Л. В. Гамбургер та історія його походження. Міжкультурна комунікація у професійній підготовці майбутнього педагога XXI століття : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Рівне, 12 трав. 2023 р.). Рівне : РДГУ, 2023. С. 44–47. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/4142 8. Кирильчук Н. С., Петько Л. В. Дослідження біорізноманіття садів замку Хівер (Англія). Міжкультурна комунікація у професійній підготовці майбутнього педагога XXI століття : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Рівне, 12 трав. 2023 р.). Рівне : РДГУ, 2023. С. 28–32. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/4142 9. Поважна М. С., Петько Л. В. Онлайн-ресурси як засіб

							організації самостійної роботи студентів-філологів молодших курсів з іншомовною лексикою. Міжкультурна комунікація у професійній підготовці майбутнього педагога XXI століття : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Рівне, 12 трав. 2023 р.). Рівне : РДГУ, 2023. С. 65–67. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/4151 10. Vlasiuk R., Pet'ko L. Alan Turing: a founding father of computer science, artificial intelligence and modern cognitive science. Інформаційна безпека та інформаційні технології : зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 30 листоп. 2022 р.) / Львівський державний університет безпеки життєдіяльності. Львів : Растр-7, 2022. С. 323–338. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/3873 11. Melnyk Y., Pet'ko L. The Birth of the Information Age: Paul Otlet. Інформаційна безпека та інформаційні технології : зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 30 листоп. 2022 р.) / Львівський державний університет безпеки життєдіяльності. Львів : Растр-7, 2022. С. 240–253. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/3873 12. Makeyeva K., Pet'ko L. American company «The Microsoft Corporation». Інформаційна безпека та інформаційні технології : зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 30 листоп. 2022 р.) / Львівський державний університет безпеки життєдіяльності. Львів : Растр-7, 2022. С. 278–285. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/38732. 13. Polishevskyi O.,

							Pet'ko L. Computer Virus: What are Computer Viruses? Інформаційна безпека та інформаційні технології : зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 30 листоп. 2022 р.) / Львівський державний університет безпеки життєдіяльності. Львів : Растр-7, 2022. С. 8–13. Підвищення кваліфікації 1. Національний університет «Одеська юридична академія», Центр українсько-європейського наукового співробітництва. Підвищення кваліфікації за програмою «Освітній процес в умовах воєнного стану в Україні». Форма навчання – дистанційна. Термін навчання: 03.05.2022–13.06.2022. Свідоцтво про підвищення кваліфікації № ADV-0305128-OLA від 13.06.2022. 2. Міжнародне підвищення кваліфікації, м. Люблін (Польща). Програма «Innovative Digital Tools for Remote Learning in the Training of Students in the EU and Ukraine». Термін навчання: 01.04.2025–10.04.2025. Обсяг – 1,5 кредита ЄКТС (45 год). Сертифікат ES № 23374 від 10.04.2025. 3. Підвищення кваліфікації за програмою «Штучний інтелект в науці», м. Київ. Термін навчання: 11.10.2025–29.10.2025. Обсяг – 0,5 кредита ЄКТС (12,5 год). Сертифікат № AQ 1884 від 29.10.2025. 4. Київський кооперативний інститут бізнесу і права. Підвищення кваліфікації за програмою «Інноваційні методи та міжкультурна кваліфікація у процесі навчання іноземних мов в умовах університетської освіти». Термін навчання: 19.02.2025–

							19.05.2025. Обсяг – 6 кредитів ЄКТС. Сертифікат № ПАД000486 від 22.05.2025.
524106	Марков Роберт Рубенович	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки, соціальних технологій та туризму	Диплом бакалавра, Державний вищий навчальний заклад "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана", рік закінчення: 2010, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом магістра, Державний вищий навчальний заклад "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана", рік закінчення: 2011, спеціальність: 050103 Міжнародна економіка, Диплом кандидата наук ДК 055793, виданий 26.02.2020	1	Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність	П.1 1. Писаренко Н. В., Шолудченко С. В., Марков Р. Р. Синергія соціально-відповідального та сталого маркетингу й управління якістю у формуванні стратегій ціноутворення та управління продажами на світовому ринку. Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: економіка, психологія та управління. 2025. № 6. DOI: https://doi.org/10.54929/3041-2390-2025-06-04-06. (фахове видання). 2. Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О., Шолудченко С. В., Марков Р. Р., Пекін А. Ю. Конвергенція стратегічного лідерства, управління якістю та КСВ у системі маркетингового менеджменту. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2026. № 30. 17 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20459301. (фахове видання). 3. Писаренко Н. В., Дербеньова Я. В., Базарна О. В., Марков Р. Р., Даниленко Є. С. Цифрова трансформація інноваційної товарної політики в e-commerce: теоретико-прикладні аспекти маркетингового менеджменту та соціального маркетингу. Актуальні питання економічних наук. 2026. № 21. 16 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.19431723. (фахове видання). 4. Писаренко Н. В., Базарна О. В., Марков Р. Р. Роль соціального маркетингу та маркетингових комунікацій у підвищенні резильєнтності товарного ринку на засадах циркулярної економіки. Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія:

							економіка, психологія та управління. 2026. № 8. 12 с. DOI: https://doi.org/10.54929/3041-2390-2026-08-01-01. (фахове видання). 5. Писаренко Н. В., Бондар С. І., Бабічева О. І., Марков Р. Р., Даниленко Є. С. Формування резильєнтності маркетингового менеджменту підприємства на засадах інтеграції аналітичного, стратегічного, соціального та цифрового маркетингу. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2026. № 28. 19 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.19412814. (фахове видання). 6. Абдряхімов Р. А., Корж М. В., Абдряхімов Г. Р., Литвиненко М. В., Марков Р. Р. Використання інноваційних технологій для продажу оптичних засобів. Актуальні проблеми економіки. 2025. № 1 (283). С. 26–35. DOI: https://doi.org/10.32752/1993-6788-2025-1-283-26-35. (фахове видання). 7. Абдряхімов Р. А., Корж М. В., Прус Н. В., Сухомлин В. Б., Марков Р. Р. Управління конкурентоспроможністю товарів на ринку України на основі оцінки стратегій локалізації в контексті глобалізаційних процесів. Актуальні проблеми економіки. 2025. № 2 (284). С. 6–13. DOI: https://doi.org/10.32752/1993-6788-2025-1-284-6-13. (фахове видання). 8. Абдряхімов Р. А., Сухомлин В. Б., Марков Р. Р., Кириченко В. П., Литвиненко М. В. Моделі та методи динамічного управління ризиками мережі оптик. Ефективна економіка. 2026. № 5. 18 с. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.5.11. (фахове видання). 9. Абдряхімов Р. А., Сухомлин В. Б.,

							Марков Р. Р., Кириченко В. П., Литвиненко М. В. Розвиток ризик-орієнтованого управлінського обліку в мережі оптик. Інвестиції: практика та досвід. 2026. № 9. С. 88–93. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2026.9.88. (фахове видання). 10. Абдряхімов Р. А., Сухомлин В. Б., Марков Р. Р., Кириченко В. П., Литвиненко М. В. Розвиток стратегічного управлінського обліку в мережі оптик. Агросвіт. 2026. № 9. С. 68–76. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2026.9.68. (фахове видання). П.3 1. Марков Р.Р. Воєнний брендинг і соціальна відповідальність: роль маркетингових комунікацій у зміцненні іміджу армії та держави / в кн.: Воєнний брендінг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу: кол. монографія / [авт. кол.: Писаренко Н.В., Ярмоленко Ю.О., Корчинська О.А., Шолудченко С.В., Бабічева О.І., Базарна О.В., Даниленко Є.С., Марков Р.Р., Гоцул В.Є.] (за ред. Н.В.Писаренко, В.Б.Сухомліна). – Київ: АПСВТ, 2025. – 354 с. – С. 210 – 244. ISBN: 978-966-654-893-4. DOI: 10.5281/zenodo.17558747 2. Марков Р.Р. Генеза маркетингових концепцій і формування соціально-відповідальної моделі комунікацій / в кн.: Соціально-відповідальний маркетинг: навчальний посібник : за заг. ред. Н.В.Писаренко, В.Б.Сухомліна. – Київ: АПСВТ, 2026. 450 с. С. 73-119. ISBN 978-966-654-926-9 П.12 1. Писаренко Н. В., Марков Р. Р.

							Соціально відповідальний маркетинг як інструмент сталого розвитку та ефективної комунікації. Фінансово-управлінські інновації як драйвер сталого розвитку в умовах сучасних викликів : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Хмельницький, 7 листопада 2025 р.). Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2025. Ч. ІІ. С. 256–258. 2. Писаренко Н. В., Марков Р. Р. Соціально відповідальний маркетинг як складова ефективного маркетингового менеджменту. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 4 листопада 2025 р.). Харків : Державний біотехнологічний університет, 2025. С. 223–224. 3. Стефанюк Є., Марков Р. Р. Удосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємств сфери послуг в умовах цифрової трансформації. Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 10 березня 2026 р.). Київ : Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2026. С. 152-153. URL: https://drive.google.com/file/d/10vdSSNtNfNE10GatMypG4JANlbKv

							MZl9/view?pli=1. 4. Місюра Б., Марков Р. Р. Інтеграція омніканальних підходів у систему маркетингового менеджменту підприємства. Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 10 березня 2026 р.). Київ : Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2026. С. 223-225 URL: https://drive.google.com/file/d/10vdSSNtNfNE10GatMypG4JANlbKvMZl9/view?pli=1. 5. Хом'якова К., Марков Р.Р. Соціально відповідальний маркетинг як чинник формування довіри до бренду. Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 10 березня 2026 р.). Київ : Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2026. С. 287-288 URL: https://drive.google.com/file/d/10vdSSNtNfNE10GatMypG4JANlbKvMZl9/view?pli=1. П. 19 Членство у Громадській організації «Українська асоціація маркетингу», сертифікат № 1141 від 16.03.2026 Підвищення кваліфікації 1) 05-07.07.2023 Навчання на програмі KMBS Kyiv-Mohyla Business School «Стратегія продажу» (24 години, 0,8 кредиту ЄКТС), автор програми Володимир Орлов, сертифікат 2) 19.02 – 19.05.2025 Підвищення кваліфікації шляхом стажування в

							Київському кооперативному інституті бізнесу і права за темою «Стратегічний маркетинг сталого розвитку в умовах цифрофізації та глобальних трансформацій» (180 годин, 6 кредитів ЄКТС), сертифікат № МАКД000583 від 22.05.2025 3) 01.05–23.06.2026; ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» (Kharkiv IT Cluster); курс підвищення кваліфікації «Цифрова трансформація професійної діяльності»; 90 академічних годин (3 кредити ЄКТС); сертифікат № ІТК-26/860 від 23.06.2026 4) 11.05 – 17.05.2026; Успішно завершив інтенсивний курс «Європейська зелена угода: як зробити фінанси сталими?», курс обсягом 30 год (1 кредит ЄКТС) проведено в рамках проєкту Модуль Жан Моне «GreenFinEDU. Європейська зелена політика та сталі фінанси: адаптація випускників українських університетів до роботи на ринку праці в умовах переходу до сталої економіки», номер проєкту 101126681, програми ЄС Еразмус+; сертифікат № GreenFinEDU-2026-2-024 від 18.05.2026 5) 11.05 – 17.05.2026; Успішно завершив інтенсивний курс «Політика ЄС щодо соціальної економіки: зайнятість, соціальні питання, інклюзивне підприємництво»; курс обсягом 30 год (1 кредит ЄКТС) проведено в рамках проєкту Модуль Жан Моне «ECONOMY4ALL. Політика ЄС щодо соціальної економіки: зайнятість, соціальні питання, інклюзивне підприємництво», номер проєкту 101127204, програми ЄС Еразмус+; сертифікат № ECONOMY4ALL-2026-2-022 від 18.05.2026

444343	Писаренко Надія Василівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Факультет економіки, соціальних технологій та туризму	Диплом спеціаліста, Приватний вищий навчальний заклад "Кіровоградський інститут регіонального управління та економіки", рік закінчення: 2010, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом магістра, Академія праці, соціальних відносин і туризму, рік закінчення: 2026, спеціальність: 075 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 055735, виданий 26.02.2020, Атестат доцента АД 0174471, виданий 03.07.2025	15	Бренд-менеджмент	П. 1. 1. Liashenko O., Harapko D., Mykhailovska O., Chornodid I., Pysarenko N., Horban D. Latent Regimes in Sustainability Transitions: How Digital Connectivity and Governance Quality Shape Development Trajectories. World. 2026. Vol. 7. Art. 53. DOI: https://doi.org/10.3390/world7040053 (Web of Science). 2. Dzhereleyko S., Pysarenko N., Poltinina O., Nesterenko O., Kolomiiets V. Digital Economy and Its Effect on Financial Market Structures: Analyzing Key Trends and Future Opportunities. International Journal of Accounting and Economics Studies. 2025. Vol. 12, No. 4. P. 747–759. DOI: https://doi.org/10.14419/9gya2n94 (Scopus). 3. Sokolova Y., Katunina O., Pysarenko N., Klimova I., Kovalchuk O. Using BIG DATA to develop digital marketing strategies: a case study. Journal of Theoretical and Applied Information Technology. 2025. Vol. 103, No. 8. P. 3084–3095. URL: https://www.jatit.org/volumes/Vol103No8/2Vol103No8.pdf (Scopus). 4. Osiievska V., Maksiutenko I., Pysarenko N., Berezivska O., Mykhailenko T. The impact of social media on consumer behavior: current status, emerging trends, and future prospects. International Journal of Organizational Leadership. 2025. Vol. 14, First Special Issue. P. 303–313. DOI: https://doi.org/10.33844/ijol.2025.60480 (Web of Science). 5. Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О., Шолудченко С. В., Марков Р. Р., Пекін А. Ю. Конвергенція стратегічного лідерства, управління якістю та КСВ у системі маркетингового менеджменту. Здобутки економіки:

							перспективи та інновації. 2026. № 30. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20459301 (фахове видання). 6. Писаренко Н. В., Корчинська О. А., Павельчук Є. М., Бабічева О. І., Базарна О. В. Маркетингова аналітика як інструмент data-driven прийняття рішень у бренд-менеджменті та креативних маркетингових проєктах. Актуальні питання економічних наук. 2026. № 23. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20456734 (фахове видання). 7. Писаренко Н., Базарна О., Марков Р. Роль соціального маркетингу та маркетингових комунікацій у підвищенні резильєнтності товарного ринку на засадах циркулярної економіки. Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: економіка, психологія та управління. 2026. № 8. DOI: https://doi.org/10.54929/3041-2390-2026-08-01-01 (фахове видання). 8. Писаренко Н., Шолудченко С., Марков Р. Синергія соціально-відповідального та сталого маркетингу й управління якістю у формуванні стратегій ціноутворення та управління продажами на світовому ринку. Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: економіка, психологія та управління. 2025. № 6. DOI: https://doi.org/10.54929/3041-2390-2025-06-04-06 (фахове видання). 9. Середа Н. М., Писаренко Н. В. Контент-маркетинг як інноваційний інструмент формування бренду туристичних дестинацій в умовах цифрової трансформації. Актуальні питання економічних наук. 2025. № 16. DOI: https://doi.org/10.5281

/zenodo.17413599 (фахове видання).
10. Писаренко Н., Дербеньова Я., Буткевич О., Базарна О., Артеменко А. Екологічний маркетинг у світовій торгівлі та логістиці: інтеграція принципів сталого розвитку як стратегічний орієнтир брендів на міжнародних ринках. Економічні горизонти. 2025. № 3(32). С. 37–48. DOI: https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(32).2025.334855 (фахове видання).
11. Писаренко Н. В. Воєнний брендинг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу. Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: економіка, психологія та управління. 2025. № 3. DOI: https://doi.org/10.54929/3041-2390-2025-03-01-06 (фахове видання).
12. Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О. Застосування технологій нейромаркетингу у формуванні стратегії бренду. Наукові інновації та передові технології. 2024. № 11(39). С. 1005–1018. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-11(39)-1005-1018 (фахове видання).
13. Писаренко Н. В. Інтернет-маркетинг як ефективний інструмент розвитку рекламного ринку та створення і просування бренду. Наукові інновації та передові технології. 2023. № 13(27). С. 536–549. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-13(27)-536-549 (фахове видання).
14. Писаренко, Н., Корчинська, О., & Бабічева, О. Маркетингова аналітика як інструмент формування стратегічних рішень у рекламному менеджменті в контексті сталого розвитку . Вісник Академії праці, соціальних відносин і

							туризму. Серія: економіка, психологія та управління. 2026. 9. https://doi.org/10.54929/3041-2390-2026-09-05-07 (фахове видання). П.3. 1. Писаренко Н. В. (2025). Теоретико-методологічні основи воєнного брендингу. Воєнний брендинг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу: кол. монографія / [авт. кол. : Писаренко Н.В., Ярмоленко Ю.О., Корчинська О.А., Шолудченко С.В., Бабічева О.І., Базарна О.В., Даниленко Є.С., Марков Р.Р., Гоцул В.Є.] / за ред. Н.В. Писаренко, В.Б. Сухомлина - Київ : АПСВТ, 2025. - 355 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17558747 (рецензована колективна монографія) 2. Писаренко Н. В. (2025). Міжнародний маркетинг в умовах цифровізації: концептуальний аналіз. Вплив міжнародного маркетингу на економічну безпеку України в умовах цифрової економіки : кол. монографія / [авт. кол. : Писаренко Н.В., Корчинська О.А., Ярмоленко Ю.О., Шолудченко С.В., Бабічева О.І., Буткевич О.В., Стефанюк Є.О.] / гол. ред. Н.В. Писаренко, ред. В.Б. Сухомлин - Київ : АПСВТ, 2025. - 313 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.14913927 (рецензована колективна монографія) 3. Писаренко Н. В. Теоретико-методологічні засади соціально відповідального маркетингу. Соціально відповідальний маркетинг : навч. посіб. / Н. В. Писаренко, О. І. Бабічева, О. В. Базарна [та ін.] ; за заг. ред. Н. В. Писаренко. Київ : АПСВТ, 2026. С. 11–71. DOI:

							https://doi.org/10.5281/zenodo.21918708. П.4. 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Бренд-менеджмент». – Київ: АПСВТ, 2026. 1. Методичні рекомендації щодо виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг». / Писаренко Н.В., Бабічева О.І., Шолудченко С.В. Київ: АПСВІТ. 2025. 45 с. 2. Методичні рекомендації з виконання курсових робіт для здобувачів II курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності (нерегульованої) D5 (075) «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право». Форма навчання: денна/заочна . Писаренко Н.В., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 22с. 3. Методичні рекомендації щодо проходження виробничої практики для здобувачів ОС Бакалавр денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Писаренко Н.В., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 15с. 4. Методичні рекомендації щодо проходження виробничої/переддипломної практики для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Корчинська О.А., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 15с. 5. Методичні рекомендації до підготовки, виконання та публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи : для здобувачів 2 курсу другого (магістерського) рівня

							вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» денної та заочної форм здобуття освіти / уклад.: Н. В. Писаренко, Н. М. Середа, О. І. Бабічева. Київ : АПСВТ, 2026. 85 с. П.8. Член редколегії фахового наукового видання: Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. П.11. Наукове консультування ТОВ «Бетта-Сервіс», з 2023 р. П.12. 1. Писаренко Н. В., Бондар І. В. Green branding 5.0: трансформація брендів в умовах сталого розвитку та цифровізації. Євроінтеграційний вектор розвитку агроекосистем в Україні: глобальні виклики та перспективи : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 4 черв. 2026 р. Харків : Держ. біотехнологічний ун-т, 2026. С. 362–364. 2. Писаренко Н. В., Надюк В. Ю. Конвергенція green branding та антигрінвошингу в управлінні брендами в умовах ESG-трансформації. Євроінтеграційний вектор розвитку агроекосистем в Україні: глобальні виклики та перспективи : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 4 черв. 2026 р. Харків : Держ. біотехнологічний ун-т, 2026. С. 365–367. 3. Писаренко Н. В., Лукашенко А. С. Конвергенція міжнародного маркетингу та брендингу в умовах цифровізації міжнародної економіки. Сучасні технології маркетингу : матеріали III Міжнар. наук.-практ.

							конф., 21 трав. 2026 р. / відп. ред. В. С. Рейкін. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2026. С. 114–116. 4. Писаренко Н. В., Літвін О. Г. Персоналізація бренду в умовах розвитку штучного інтелекту та BIG DATA. Маркетингове забезпечення продуктового ринку : зб. тез XVIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 14 трав. 2026 р. Полтава : ПДАУ, 2026. С. 167–169. 5. Писаренко Н. В., Жигинас М. Б. Конвергенція бренд-менеджменту, маркетингових стратегій та фінансових результатів у системі забезпечення резильєнтності підприємства. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 30 квіт. 2026 р. Київ : КНУТД, 2026. С. 349–351. DOI: https://doi.org/10.30857/123456789.2675926. 6. Писаренко Н. В., Морока Д. В. Стратегічний бренд-менеджмент у системі маркетингового управління підприємством. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2026. С. 417–419. 7. Гоцул В. Є., Писаренко Н. В. Воєнний брендинг у системі стратегічних комунікацій держави в умовах сучасних безпекових викликів. Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 берез. 2026 р.

							/ за заг. ред. Н. В. Писаренко, В. Б. Сухомлина. Київ : Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2026. С. 41–43. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.19821500. 8. Писаренко Н. В., Гоцул В. Є. Персональний брендинг військовослужбовця у системі військового маркетингу. Детермінанти соціально-економічного відновлення держави, регіонів та суб'єктів господарювання : зб. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 50-річчю Навчально-наукового інституту економіки та менеджменту, м. Рівне, 14 листоп. 2025 р. Рівне : НУВГП, 2025. С. 726–728. 9. Писаренко Н. В. Глобальні бренди в умовах трансформації світових ринків: стратегії адаптації та зростання. Маркетингове забезпечення продуктового ринку : зб. тез XVII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 14 трав. 2025 р. Полтава : ПДАУ, 2025. С. 136–138. 10. Писаренко Н. В. Інтеграція нейромаркетингу в цифрові стратегії брендів. Інноваційні стратегії та виклики сучасного маркетингу в умовах глобальних технологічних змін та цифровізації економічних процесів : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 10 берез. 2025 р. / за ред. Б. Семака, Н. Басій, О. Вовчанської. Львів : ЛТЕУ, 2025. С. 62–63. 11. Писаренко Н. В., Гоцул В. Є. Розвиток нейромаркетингового напрямку в сучасному брендингу. Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 19 берез. 2025 р. / за заг. ред. Н. В. Писаренко, В. Б.

							Сухомлина. Київ : Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2025. С. 49–52. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15267086. 12. Писаренко Н. В. Воєнний брендинг в забезпеченні позитивного іміджу Збройних Сил України в умовах широкомасштабної війни. Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 19 берез. 2025 р. / за заг. ред. Н. В. Писаренко, В. Б. Сухомлина. Київ : Академія праці, соціальних відносин і туризму, 2025. С. 49–52. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15267086. 13. Писаренко Н. В., Даниленко Є. С. Особливості створення та розвитку брендінгу сучасних компаній. Освіта і наука в умовах викликів і загроз. Внесок молодих вчених в сталий розвиток : зб. матеріалів Міжнар. наук. конф. Київ : НУБіП України, 2024. С. 402–403. 14. Писаренко Н. В., Шолудченко С. В. Нейромаркетингові технології у формуванні стратегії бренду. Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 27 верес. 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. Т. 1. С. 42–45. П.19. Членство у Громадській організації «Українська асоціація маркетингу», сертифікат № 879 Підвищення кваліфікації: 1. 28.03–20.06.2024; Fundacja im. Zofii

							Zamenhof (Польща), проєкт Erasmus+ COMSUS «Development of Sustainable Communications of Higher Education Institutions in Social Media»; міжнародне науково-педагогічне стажування «The Power of Social Media in the Professional Development of University Representatives: Personal Brand, Tools for Educational Products, Promotion of Sustainable Development Values»; 180 годин (6 кредитів ЄКТС); сертифікат № COMSUS-WP3-003 від 21.06.2024. 2. 05.03–21.05.2025; Українська асоціація маркетингу; Навчальний курс «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси»; 120 год. (4 кредити ЄКТС); Сертифікат № 37 від 22.05.2025. 3. 19.02–19.05.2025; Київський кооперативний інститут бізнесу і права; Стажування за темою «Стратегічний маркетинг сталого розвитку в умовах цифровізації та глобальних трансформацій»; 180 год. (6 кредитів ЄКТС); Сертифікат № МАКД000580. 4. 01.05–23.06.2026; ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» (Kharkiv IT Cluster); курс підвищення кваліфікації «Цифрова трансформація професійної діяльності»; 90 академічних годин (3 кредити ЄКТС); сертифікат № ІТК-26/2236 від 23.06.2026. 5. 23.06–18.07.2025; EIT HEI-TRAIN Project, Академія громадської безпеки Університету Миколаса Ромеріса (Литва); міжнародна програма підвищення кваліфікації «Мислення штучного інтелекту в підприємницькому середовищі»; 120 академічних годин (4 кредити ЄКТС);

							сертифікат учасника від 18.07.2025. 6. 28.10–01.11.2024; Київський національний університет імені Тараса Шевченка (проєкт Erasmus+ Jean Monnet Module EU4DEFA); Осіння школа «ЄС для розвитку цифрової, екологічної та фінансової обізнаності громадян»; 30 годин (1 кредит ЄКТС); сертифікат від 01.11.2024. 7. 19.04–25.04.2024; Kyiv Business School (Київська бізнес-школа), Fundacja Marki Polskiej ім. проф. Вітольда Кєжуна (Польща), програма Erasmus+; міжнародна освітня онлайн-програма «Green Work 4 Youth: розвиток зелених навичок молоді для сприяння працевлаштуванню та сталому розвитку»; 30 годин (1 кредит ЄКТС); сертифікат № GYW-069-2024 від 25.04.2024. 8. 01.10–04.10.2024; Сумський державний університет, програма Erasmus+ Jean Monnet; Міжнародна зимова школа «The Best EU Experiences For Enhancing Employability» («Кращі практики ЄС для підвищення працевлаштованості»); 1 кредит ЄКТС (30 годин); сертифікат № 85/102024 від 04.10.2024. 9. 2023 р.; Wyższa Szkoła Gospodarki (Університет економіки, Бидгощ, Польща); міжнародне стажування в межах програми Erasmus+ «Проблеми економічного розвитку в умовах війни: українські та європейські перспективи»; 108 годин (3,6 кредити ЄКТС); довідка (Zaświadczenie) № 296/9 від 02.07.2023.
40255	Бабічева Олена Іванівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки, соціальних технологій та туризму	Диплом спеціаліста, Ворошиловградський сільськогосподарський інститут, рік закінчення:	18	Маркетингова аналітика	П. 1. 1. Riabchyk A., Babicheva O., Nahorna O., Korchynska O., Bilousko T. Ensuring the Marketing Activities of Agricultural Enterprises: Strategic

				1982, спеціальність: , Диплом кандидата наук ЕК 026514, виданий 31.08.1988, Атестат доцента ДЦ 017076, виданий 21.06.2007			and Tactical Decisions. International Journal of Agricultural Extension. 2021. Special Issue: Agriculture of the CIS Countries as an Essential Element of their Economic Development. P. 71–79. DOI: https://doi.org/10.33687/ijae.009.00.3723. (Scopus). 2. Tulush L., Babicheva O., Korchynska O., Krushelnytskyi M., Pivtorak A. Dynamics of Development of Production and Export of Agricultural Products in the Context of Foreign Trade in Australia. Scientific Horizons. 2022. Vol. 25, No. 5. P. 125–133. DOI: https://doi.org/10.48077/scihor.25(5).2022.125-133. (Scopus). 3. Корчинська О., Бабічева О., Дрозд М. Сутність диджиталізації економіки та її вплив на розвиток маркетингу. Економічний дискурс. 2023. Вип. 3–4. С. 55–63. DOI: https://doi.org/10.36742/2410-0919-2023-2-5. (фахове видання). 4. Писаренко Н. В., Чорнодід І. С., Шолудченко С. В., Бабічева О. І., Базарна О. В. Роль зеленої логістики, соціально відповідального маркетингу й управління якістю у сталому розвитку, продажах та ціноутворенні. Актуальні питання економічних наук. 2025. № 13. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.16729043. (фахове видання). 5. Писаренко Н. В., Бондар С. І., Бабічева О. І., Марков Р. Р., Даниленко Є. С.Формування резильєнтності маркетингового менеджменту підприємства на засадах інтеграції аналітичного, стратегічного, соціального та цифрового маркетингу. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2026. № 28. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.19412814.

							(фахове видання). 6. Писаренко Н. В., Корчинська О. А., Павельчук Є. М., Бабічева О. І., Базарна О. В. Маркетингова аналітика як інструмент data-driven прийняття рішень у бренд-менеджменті та креативних маркетингових проєктах. Актуальні питання економічних наук. 2026. № 23. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20456734. (фахове видання). 7. Писаренко, Н., Корчинська, О., & Бабічева, О. Маркетингова аналітика як інструмент формування стратегічних рішень у рекламному менеджменті в контексті сталого розвитку . Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: економіка, психологія та управління. 2026. 9. https://doi.org/10.54929/3041-2390-2026-09-05-07 П.3. 1. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник за ред. Ларіної Я.С (друге видання) Херсон: Олді-Плюс, 2025. - 336 с. 2. Бабічева О. І. (2026) Практичні кейси та прикладні моделі соціально відповідального маркетингу: міжнародний і український досвід. Соціально відповідальний маркетинг : навч. посіб. / Н. В. Писаренко, О. І. Бабічева, О. В. Базарна [та ін.] ; за заг. ред. Н. В. Писаренко. Київ : АПСВТ, 2026. С. 11–71. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21918708. Монографії: 1. Бабічева О. І. (2025). Інтегровані діджитал-стратегії в умовах війни Воєнний брендинг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу: кол. монографія / [авт.

							кол. : Писаренко Н.В., Ярмоленко Ю.О., Корчинська О.А., Шолудченко С.В., Бабічева О.І., Базарна О.В., Даниленко Є.С., Марков Р.Р., Гоцул В.Є.] / за ред. Н.В. Писаренко, В.Б. Сухомлина - Київ : АПСВТ, 2025. - 355 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17558747 (рецензована колективна монографія) 2. Бабічева О. І. (2025). Сучасний український вимір міжнародного маркетингу у цифровому середовищі. Вплив міжнародного маркетингу на економічну безпеку України в умовах цифрової економіки : кол. монографія / [авт. кол. : Писаренко Н.В., Корчинська О.А., Ярмоленко Ю.О., Шолудченко С.В., Бабічева О.І., Буткевич О.В., Стефанюк Є.О.] / гол. ред. Н.В. Писаренко, ред. В.Б. Сухомлин - Київ : АПСВТ, 2025. - 313 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.14913927 (рецензована колективна монографія) П 4 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингова аналітика». Київ, АПСВТ, 2025 2. Методичні рекомендації щодо виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг». / Писаренко Н.В., Бабічева О.І., Шолудченко С.В. Київ: АПСВІТ. 2025. 45 с. 3. Методичні рекомендації з виконання курсових робіт для здобувачів II курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності (нерегульованої) D5 (075) «Маркетинг» галузі знань D

							«Бізнес, адміністрування та право». Форма навчання: денна/заочна . Писаренко Н.В., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 22с. 4. Методичні рекомендації щодо проходження виробничої практики для здобувачів ОС Бакалавр денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Писаренко Н.В., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 15с. 5. Методичні рекомендації щодо проходження виробничої/переддипломної практики для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Корчинська О.А., Бабічева О.І. Київ, АПСВТ, 2024. 15с. 6. Lectures from the discipline "Infrastructure of the product market" for English-speaking groups for specialty 075 "Marketing" ED "Bachelor" students of the 2-nd year of the Faculty of Agricultural Management. Olena Babicheva, Olena Nagorna. Київ: НУБіП, 2023, 92 с. 7. Методичні рекомендації до вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для підготовки фахівців спеціальності 075 «Маркетинг» ОС «Бакалавр» Бабічева О. І., Нагорна О.В. , Кальковська І.О. Київ: НУБіП, 2023 8. Методичні рекомендації до підготовки, виконання та публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи : для здобувачів 2 курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» денної та заочної форм

							здобуття освіти / уклад.: Н. В. Писаренко, Н. М. Середа, О. І. Бабічева. Київ : АПСВТ, 2026. 85 с. П.12. 1. Бабічева О. І., Петрик Д. А. «Маркетинг солідарності» як інструмент національної резильєнтності: трансформація соціально-відповідального маркетингу в Україні в умовах війни. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку: Матеріали VII Міжнародної науково-практичної Інтернет- конференції (30 квітня 2026 р., м. Київ). К. : КНУТД, 2026. С. 377. 2. Бабічева О. Застосування big data, CRM та аналітики в диджитал-комунікаціях для формування воєнного бренду. Збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції «Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку україни: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти» (10 березня 2026 року, м. Київ, Україна) .С.353-354 3. Петрик Д., Бабічева О.Перспективи впровадження ШІ-агентів у маркетингову діяльність: аналіз світового та українського досвіду . Збірник матеріалів III міжнародної науково-практичної конференції «Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку україни: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти» (10 березня 2026 року, м. Київ, Україна) . С. 395-396 4. Бабічева О.І., Павліна О.О.

							Маркетингове управління збутовою діяльністю підприємств на ринку кондитерської продукції 5. Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції «Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти» ,19 березня 2025 року, м. Київ, Україна .С.48 6. Корчинська О., Бабічева О.. Інтернет та новітні технології в аграрному маркетингу:можливості та виклики. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство», Полтава, 27 вересня 2024 року С.247-249 7. Корчинська О., Бабічева О, Дрозд М. Трансформація маркетингу в епоху диджиталізації. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетинг в Україні» (20.10.2023), КНЕУ П.19 Членство у Громадській організації «Українська асоціація маркетингу», сертифікат № 881 П . 20 – 2000-2002 рр. – ТОВ «Август Україна» - заступник директора з економіки 1992-2000 рр. - ЗАТ «Укрsuperагробізнес» начальник валютного відділу, спеціаліст експортно-імпортного відділу Підвищення кваліфікації 1. Курс «Політика ЄС щодо соціальної економіки: зайнятість, соціальні питання, інклюзивне підприємництво», в рамках проекту

							Модуль Жан Моне «ECONOMY4ALL, номер проєкту 101127204, програми ЄС Еразмус+ , 07.06.2024 – 18.06.2024 , 1 кредит ЄКТС, сертифікат No ECONOMY4ALL-2024-2-003 від 20.06.2024 2. Курс «GreenFinEDU. Європейська зелена політика та сталі фінанси: адаптація випускників українських університетів до роботи на ринку праці в умовах переходу до сталої економіки», в рамках проєкту Модуль Жан Моне номер проєкту 101126681, програми ЄС Еразмус+ , 1 кредит ЄКТС, сертифікат No GreenFinEDU-2024-2-019 від 20.06.2024Навчальний курс "Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси" УАМ,120 год. (4 ECTS) Сертифікат № 231 від 22.05.25 3. Стажування в Київському кооперативному інституті бізнесу і права з 19.02.25 по 19.05.25 за темою: « Стратегічний маркетинг сталого розвитку в умовах цифровізації та глобальних трансформацій», 180 год.(6 ECTS) Сертифікат № МАГД 000581 від 22.05.25 4. Курс підвищення кваліфікації «Цифрова трансформація професійної діяльності» у межах проєкту Prof2IT ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» , 90 год. (3 ECTS) Сертифікат № ІТК-26/2261 від 23.06.26
514014	Базарна Ольга Вікторівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки, соціальних технологій та туризму	Диплом спеціаліста, Інститут підвищення кваліфікації кадрів Академії муніципального управління, рік закінчення: 2008, спеціальність: , Диплом спеціаліста, Приватний	0	Проєктна діяльність	П.1. 1. Базарна О. В. Циркулярна економіка як маркетингова стратегія в аграрному секторі: проєктний підхід та досвід Німеччини в контексті політик ЄС. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2026. № 2. DOI:

				вищий навчальний заклад "Інститут економіки та нових технологій", рік закінчення: 2004, спеціальність: 070801 Екологія та охорона навколишнього середовища, Диплом доктора філософії ДР 002525, виданий 06.10.2021			10.25313/2520-2294-2026-2-11959. 2. Базарна О. В., Єранкін О. О. Екологічні інновації як результат поєднання проєктної діяльності та товарної маркетингової стратегії в аграрній сфері України. Ефективна економіка. 2026. № 1. ISSN 2307-2105. DOI: 10.32702/2307-2105.2026.1.10. 3. Базарна О. В. Проєктна діяльність як інструмент інноваційного розвитку організацій. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія: Економічні науки. 2025. Т. 4, № 112. С. 3–14. DOI: 10.31713/ve420251. 4. Писаренко Н. В., Чорнодід І. С., Ярмоленко Ю. О., Буткевич О. В., Базарна О. В. Інтеграція інструментів проєктного менеджменту та лідерських стратегій у маркетингове управління регіональним економічним розвитком. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2025. DOI: 10.5281/zenodo.17959663. URL: https://econp.com.ua/index.php/journal/about 5. Громоздова Л. В., Бараник З. П., Чепірко С. І., Базарна О. В., Артеменко А. І., Вінтер М. В. Професійна підготовка кадрів з використанням хмарних сервісів в управлінні закладами вищої освіти. Суспільство та національні інтереси. 2024. № 4(4). Київ : Видавнича група «Наукові перспективи». С. 372–387. DOI: 10.52058/3041-1572-2024-4(4)-372-387. 6. Бараник З. П., Буткевич О. В., Базарна О. В., Маркіна М. І., Праворский Р. В. Роль статистичного аналізу в розробці прогнозів розвитку агробізнесу: регіональний аспект.

							Scientific research in the modern world : proceedings of the 4th International scientific and practical conference. Toronto, Canada : Perfect Publishing, 2023. Pp. 533–536. URL: https://sci-conf.com.ua/iv-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-scientific-research-in-the-modern-world-9-11-02-2023-toronto-kanada-arhiv/ 7. Базарна О. В. Інтеграція проєктного підходу в управління виставковою та рекламною діяльністю на ринку праці. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2026. Т. 3, № 5. С. 150–155. DOI: 10.60022/(5)-18S. 8. Писаренко Н. В., Корчинська О. А., Павельчук Є. М., Бабічева О. І., Базарна О. В. Маркетингова аналітика як інструмент data-driven прийняття рішень у бренд-менеджменті та креативних маркетингових проєктах. Актуальні питання економічних наук. 2026. № 23. DOI: 10.5281/zenodo.2045673. П. 3 1. Базарна О. В. SMM та соціальні медіа в побудові воєнного бренду. Воєнний брендинг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу : кол. монографія / Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О., Корчинська О. А., Шолудченко С. В., Бабічева О. І., Базарна О. В., Даниленко Є. С., Марков Р. Р., Гоцул В. Є. ; за ред. Н. В. Писаренко, В. Б. Сухомлина. Київ : АПСВТ, 2025. 355 с. DOI: 10.5281/zenodo.17558747. 2. Базарна О. В. Соціально відповідальні комунікації в маркетинговій діяльності. Соціально відповідальний маркетинг : навч. посіб. / Н. В.

							Писаренко, О. І. Бабічева, О. В. Базарна [та ін.] ; за заг. ред. Н. В. Писаренко. Київ : АПСВТ, 2026. С. 11–71. DOI: 10.5281/zenodo.21918708. 3. Kashyna G., Bazarna O., Hromozdova L., Yerankin O., Artemenko A., Baranik Z., Makhortov Y., Rvach A. Analysis of Industry and International Comparisons of the Status of Information Systems Implementation in the Context of Digital Transformation of Enterprises. Science for Modern Man: Innovative Engineering, Technology and Industry; Computer Science, Cybernetics and Automation. Monographic Series «European Science». Book 46. Part 2. Karlsruhe, 2026. P. 108–136. DOI: 10.30890/2709-2313.2026-46-02-032. П.4. 1. Робоча програма навчальної дисципліни «Проектна діяльність». – Київ: АПСВТ, 2026. 2. Методичний посібник щодо лекційного матеріалу та тестових завдань з дисципліни Екологічний маркетинг / Ecological Marketing за спеціальністю 075 «Маркетинг», D5 «Маркетинг». / Базарна О.В. Київ: АПСВІТ. 2026. 77 с. 3. Методичні рекомендації щодо проведення семінарських занять (Робочий зошит) з дисципліни Екологічний маркетинг / Ecological Marketing за спеціальністю 075 «Маркетинг», D5 «Маркетинг». / Базарна О.В. Київ: АПСВІТ. 2026. 51 с. Курс: Екологічний маркетинг | eLearning П.5 Захист у 2021 році, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (м.

							Київ). Доктор філософії спеціальність 051 Економіка. Тема дисертації: «Формування організаційно-економічного механізму регіонального галузевого управління (на прикладі житлово-комунального господарства). Диплом від 06.10.2021 р. ДР №002525. П.8 Член організаційного комітету: Міжнародних науково-практичних конференцій та симпозіумів (Україна, Болгарія, Німеччина, США), що проводяться в рамках наукового проекту SWorld www.proconference.org , https://desymp.promonograph.org / Member of the Organizing committee: International scientific-practical conferences and symposiums (Ukraine, Bulgaria, Germany, USA), which are held by scientific project SWorld www.proconference.org , https://desymp.promonograph.org Член редакційної колегії: Міжнародних наукових журналів (включених до: IndexCopernicus, GoogleScholar): «Modern engineering and innovative technologies», www.moderntechno.de, Німеччина «SWorldJournal», www.sworldjournal.com, Болгарія / Member of the Editorial board: International scientific journals (included in: IndexCopernicus, GoogleScholar): «Modern engineering and innovative technologies», www.moderntechno.de, Germany «SWorldJournal», www.sworldjournal.com, Bulgaria. Початок співпраці: травень 2026 / Start date of cooperation: May, 2026. CERTIFICATE, Ref.red-26060033 Juni 10, 2026

							П.10 Учасниця міжнародного наукового проєкту: SWorld (Україна, Молдова, Болгарія, Німеччина, США та ін.). / Participant of an international scientific project: SWorld (Ukraine, Moldova, Bulgaria, Germany, USA et al.). CERTIFICATE, Ref.red-26060033 Juni 10, 2026 П.12 1. Базарна О., Тітов В. Управління маркетинговою політикою підприємства з метою забезпечення його сталого розвитку за умов військового часу. Трансформація національної, закордонної моделей економічного розвитку та законодавства в умовах воєнного часу : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Луцьк, 27–29 черв. 2022 р. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. 418 с. С. 14–16. 2. Громоздова Л. В., Базарна О. В. Методологія досліджень публічного управління та адміністрування регіональним розвитком території: системний підхід. Економіка відновлення міст : зб. матеріалів Міжнар. урбаніст. форуму, м. Київ, 22–23 берез. 2023 р. Київ : КНЕУ, 2023. 410 с. С. 48–51. 3. Базарна О., Медвідь Г. Оцінка сталого розвитку регіонів. Розвиток обліку, аудиту та оподаткування в умовах інноваційної трансформації соціально-економічних систем : матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 30 листоп. 2023 р. Кропивницький : ЦНТУ, 2023. 507 с. С. 52–54. 4. Базарна О. В., Рвач А., Громоздов В. В. Транскордонне

							співробітництво західних регіонів України. Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий та управлінський аспекти : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 4–5 берез. 2024 р. Київ : Вид-во АПСВТ, 2024. 325 с. DOI: 10.5281/zenodo.11222359. 5. Базарна О. В. Маркетинг в соціальних мережах (SMM). Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 19 берез. 2025 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2025. 378 с. С. 193–196. 6. Базарна О. В. Маркетингові та управлінські інновації як драйвер сталого розвитку бізнес-структур. Фінансово-управлінські інновації як драйвер сталого розвитку в умовах сучасних викликів : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 7 листоп. 2025 р. Ч. 2. Хмельницький ; Ломжа, 2025. 480 с. С. 96–99. ISBN 978-83-68480-15-3. DOI: 10.58246/LPKI2996. 7. Базарна О. В. Рекламна діяльність в період змін та невизначеності. Детермінанти соціально-економічного відновлення держави, регіонів та суб'єктів господарювання : зб. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 50-річчю Навчально-наукового інституту економіки та менеджменту, м. Рівне, 14 листоп. 2025 р. Рівне : НУВГП,

							2025. 946 с. С. 437–440. 8. Базарна О. В. Маркетинг у соціальних мережах з урахуванням глобалізаційних аспектів використання інформаційно-комунікаційних технологій. Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. в рамках реалізації проєкту Erasmus+ «Академічна протидія гібридним загрозам» WARN 610133-EPP-1-2019-1-FI-EPPKA2-CBHE-JP, 25–26 листоп. 2025 р. 800 с. С. 787–789. 9. Базарна О. В. Інструменти захисту ділової репутації підприємства в умовах кризових комунікацій у соціальних мережах. Актуальні проблеми економіки та менеджменту в умовах сучасних викликів : зб. матеріалів наук.-практ. конф. молодих вчених та студентів / за заг. ред. О. М. Левченка, Л. І. Яременко. Кропивницький : РВВ ЦДУ ім. В. Винниченка, 2025. Вип. 2. 258 с. С. 217–221. 10. Базарна О. В. Циркулярна економіка як маркетингова стратегія: досвід Німеччини в контексті політик ЄС. Наука та освіта в умовах викликів сьогодення : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Чернігів, 29 січ. 2026 р. Research Europe, 2026. 334 с. С. 246–250. DOI: 10.64076/ihrc260129.24. 11. Базарна О., Богідаєв А., Горюн К. Інновації в рекламній діяльності щодо туристичних послуг як інструмент підвищення конкурентоспроможності та результативності. Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку України: маркетинговий, економічний,

							фінансовий, управлінський та правовий аспекти : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 берез. 2026 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2026. 572 с. С. 260–262. 12. Базарна О., Момонт Є., Момонт Ю. Інновації та інвестиції в рекламі туристичних послуг як інструмент підвищення конкурентоспроможності. Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 берез. 2026 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2026. 572 с. С. 262–264. 13. Базарна О., Зоря Р., Артеменко А. Інтеграція маркетингу та сервісу як чинник конкурентних переваг у туризмі. Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 берез. 2026 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2026. 572 с. С. 294–296. 14. Базарна О., Вишневська А. Трансформація рекламної діяльності у період цифровізації та глобальної невизначеності. Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 берез. 2026 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2026. 572 с. С. 296–298. 15. Базарна О., Лупанчук Є. Типи рекламної діяльності

							на прикладі компанії Нова Пошта. Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 берез. 2026 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2026. 572 с. С. 298–300. 16. Базарна О., Бугай О., Головчук Д. Соціально-відповідальні комунікації в маркетинговій діяльності та професійна освіта як чинник формування кадрового потенціалу для відновлення економіки України. Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 берез. 2026 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2026. 572 с. С. 300–303. 17. Базарна О., Кравчук С., Шмігельська Є. Маркетинг територій у цифровому середовищі як чинник регіонального розвитку. Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 берез. 2026 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2026. 572 с. С. 353–356. 18. Базарна О. В. Технології штучного інтелекту в рекламній діяльності інфраструктури товарного ринку. Штучний інтелект у науці та освіті (AISE 2026) : зб. матеріалів III Міжнар. наук. конф., м. Київ, 7 квіт. 2026 р. Київ : ІЦО

							НАПН України, 2026. 552 с. С. 445–448. 19. Базарна О. В. Маркетингове забезпечення виставкових проєктів у системі реалізації товарної інноваційної політики в умовах сучасних викликів. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2026. 488 с. С. 334–335. 20. Базарна О. В. Роль виставкової діяльності та фінансових інструментів у формуванні інфраструктури товарного ринку в умовах сталого інноваційного розвитку України. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Київ, 30 квіт. 2026 р. Київ : КНУТД, 2026. 671 с. С. 184–187. 21. Базарна О. В. Маркетингове управління виставковою діяльністю підприємств АПК як інструмент просування продукції. Маркетингове забезпечення продуктового ринку : зб. тез XVIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 14 трав. 2026 р. Полтава : ПДАУ, 2026. 240 с. С. 27–29. 22. Базарна О. В. Соціально відповідальний маркетинг як інструмент формування ефективних рекламних комунікацій у виставковій діяльності. Сучасні технології маркетингу : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., 21 трав. 2026 р. Луцьк : ВНУ імені Лесі Українки, 2026. 274 с. С. 150–153. 23. Базарна О. В. Використання інформаційних

							технологій та штучного інтелекту у викладанні дисципліни «Управління виставковою діяльністю». Наукові праці Третьої міжнар. наук.-практ. конф. «Штучний інтелект та інформаційні технології» (AIIT-2025), м. Київ, 1–2 черв. 2026 р. Київ : НУХТ, 2026. 400 с. С. 339–341. 24. Базарна О. В. Маркетинг у соціальних мережах як елемент стратегії економічної безпеки: оцінка ефективності та управління ризиками. Science and education: synergy of innovation : proceedings of the 6th International scientific and practical conference, м. Берлін, 26–28 січ. 2026 р. Berlin : MDPC Publishing, 2026. P. 425. Pp. 364–371. URL: https://sci-conf.com.ua/vi-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-science-and-education-synergy-of-innovation-26-28-01-2026-berlin-nimechchina-arhiv/ (дата звернення: 17.08.2026). 25. Bazarna O. Green and Socially Responsible Marketing in the System of Public and Regional Governance of Sustainable Development under Turbulence. Modern Science and Innovation Without Boundaries : proceedings of the International Scientific Conference, Rotterdam, Netherlands, 21 Feb. 2026. Bookmundo, 2026. P. 110. Pp. 31–37. DOI: 10.64076/iedc260221.04. 26. Базарна О. В. Фінансові механізми підтримки виставкової діяльності в умовах цифровізації економіки. Стратегічні орієнтири сталого розвитку в Україні та світі : V Міжнар. наук.-практ. конф., м. Чернігів, 14 трав. 2026 р. : тези доповідей. Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2026. 266 с. С. 78–80.

							27. Базарна О. В. Використання інформаційних технологій та штучного інтелекту у викладанні дисципліни «Управління виставковою діяльністю». Штучний інтелект та інформаційні технології (AIIT-2026) : наукові праці Третьої міжнар. наук.-практ. конф., 1–2 черв. 2026 р., м. Київ. Київ : НУХТ, 2026. 400 с. С. 339–341. П. 19 Членство у Громадській організації «Українська асоціація маркетингу», сертифікат № 1037 П. 20 Досвід роботи в органах місцевого самоврядування, органах державної влади - 10 років. Досвід роботи в міжнародних проектах - п’яти років. Підвищення кваліфікації: 1.ГО «Прогресильні», Вінницький технічний фаховий коледж, сертифікат №2410, Форум академічної доброчесності 20.02.2025, 6 годин/0,2 кредиту ЄКТС. 2.Українська асоціація маркетингу, сертифікат №178, навчальний курс «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» від 22.05.2025, 120 год. (4 ECTS). 3.Міністерство цифрової трансформації України, ГО «Прогресильні», сертифікат ВКШІО-0139, Великий курс «Про ШІ в освіті» 45 год. (1,5 ECTS). 4.HEI Transformation for Entrepreneurship and AI-Driven Innovation, Certificate of completion „Al Mindset in Entrepreneurial Spaces International Training Program“, 180 academic hours (6 ECTS). 5. Курс підвищення кваліфікації «НАУКА і

							ШІ: нова парадигма» ГО «Прогресильні», 24.11.2025-28.11.2025 6. Summit прогресильних освітян 2025. ГО «Прогресильні». 6 грудня 2025 року. 7. Турбота про здобувача освіти та інклюзивність. Досвід університетів Великої Британії, вебінар, Міністерство освіти і науки України. 17.02.2026, 2 год. 8. Он-лайн конференція Академії інтернет-маркетингу WEBROMOEXPERTS „AI SMM DAY“, Web Promo Experts, Сертифікат. 25.03.2026. 9. Вебінар «Якість освіти 4.0: як цифрові інструменти трансформують внутрішні системи забезпечення якості закладів освіти», ГО «Харківський кластер інформаційних технологій» спільно з Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти , Сертифікат ІТК-26/389. 28.04.2026, 3 год. 10. Google AI Fundamentals Coursera. онлайн-курс, схвалений Google та запропонований на платформі Coursera, CERTIFICATE, 13.05.2026, 2 год. 11. AI for Brainstorming and Planning. онлайн-курс, схвалений Google та запропонований на платформі Coursera, CERTIFICATE, 24.05.2026, 2 год. 12. CERTIFICATE, Ref.red-26060033 Juni 10, 2026 Participant of an international scientific project: SWorld (Ukraine, Moldova, Bulgaria, Germany, USA et al.). Member of the Organizing committee: International scientific-practical conferences and symposiums (Ukraine, Bulgaria, Germany, USA), which are held by scientific project SWorld www.proconference.org , https://desymp.promonograph.org Member of the Editorial board:

							International scientific journals (included in: IndexCopernicus, GoogleScholar): «Modern engineering and innovative technologies», www.moderntechno.de, Germany «SWorldJournal», www.sworldjournal.com, Bulgaria Start date of cooperation: May, 2026. Spent hours on the involvement: >50. 13. Курс підвищення кваліфікації «Базис наукового тексту». Період навчання - з 22.05.2026 р. до 12.06.2026 р., 2 кредити ЄКТС. Свідоцтво про підвищення кваліфікації університету «КРОК», що відповідає вимогам Постанови КМУ № 800 від 21.08.2019 р. Свідоцтво про підвищення кваліфікації від 19.06.2026 №3748 14. Курс підвищення кваліфікації «Цифрова трансформація професійної діяльності». 05.05.2026-18.06.2026, 90 годин навчання (3 кредити ЄКТС). СЕРТИФІКАТ №ІТК-26/1621 15. Курс: Академічна доброчесність і ШІ: як розробити політику закладу освіти відповідно до нових вимог законодавства, он-лайн курс. Ukraine Global Faculty, KIEF ACADEMY СЕРТИФІКАТ, ID 6a440739b92b1da7ef05a876 30.06.2026 6-hour course 16. Підвищення кваліфікації за темою: «Інноваційний маркетинг та управління товарною політикою в умовах цифрової трансформації ринку». Київський кооперативний інститут бізнесу і права. СЕРТИФІКАТ №МАКД000588. 19.02.-19.05.2025 180 годин, 6 кредитів ЄКТС. 17. Воркшоп «Академічна доброчесність і ШІ: як розробити політику

							закладу освіти відповідно до нових вимог законодавства». У межах проєкту Tech Edu Up, який організовано ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» спільно з Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти на міжнародній освітній платформі Ukraine Global Faculty. СЕРТИФІКАТ №ІТК-26/3354 від 01.07.2026. 24-26 червня 2026 року 15 академ. год. 0,5 кредитів ЄКТС. 18. AI for Research and Insights, схвалений Google та запропонований на платформі Coursera, CERTIFICATE, 02.08.2026, 2 год. 19. AI for Writing and Communicating, онлайн-курс, схвалений Google та запропонований на платформі Coursera, 12.08.2026, 2 год.
354655	Корчинська Олена Антонівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет економіки, соціальних технологій та туризму	Диплом спеціаліста, Київський університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 1992, спеціальність: прикладна математика, Диплом доктора наук ДД 003640, виданий 23.09.2014, Диплом кандидата наук ДК 009414, виданий 14.02.2001, Атестат доцента 12ДЦ 018093, виданий 24.10.2007, Атестат професора АП 003987, виданий 06.12.2022	25	Рекламний менеджмент	П. 1. 1. Tulush L., Korchynska O., Krushelnytskyi M., Babicheva O., Pivtorak A. Dynamics of Development of Production and Export of Agricultural Products in the Context of Foreign Trade in Australia. Scientific Horizons. 2022. Vol. 25, No. 5. P. 125–133. DOI: https://doi.org/10.48077/scihor.25(5).2022.125-133. (Scopus). 2. Zghurska O., Korchynska O., Rubel K., Kubiv S., Tarasiuk A., Holovchenko O. Digitalization of the National Agro-Industrial Complex: New Challenges, Realities and Prospects. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2022. Vol. 6, No. 47. P. 388–399. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.47.2022.3929. (Web of Science, Scopus). 3. Корчинська О. А., Бабічєва О. І., Дрозд М. Сутність диджиталізації економіки та її вплив на розвиток маркетингу. Економічний дискурс.

							2023. Вип. 3–4. С. 55–63. DOI: https://doi.org/10.36742/2410-0919-2023-2-5. 4. Zghurska O., Vynogradova O., Yerankin O., Korchynska O., Ovsiienko N., Aisulu A. Media Planning as a Necessary Condition for Increasing the Efficiency of Business Structures' Digital Marketing Activities. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2024. Vol. 1, No. 54. P. 578–590. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.54.2024.4271. (Web of Science). 5. Zghurska O., Korchynska O., Havrysh O., Bondar-Pidhurska O., Tarasiuk A., Nechytailo B. Assessment of the War Impact on Ensuring National Food Security. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2024. Vol. 6, No. 59. P. 371–383. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.59.2024.4532. (Web of Science, Scopus). 6. Корчинська О. А. Кіберзлочинність як загроза економічній безпеці: світовий досвід та ситуація в Україні. Економічний дискурс. 2025. Вип. 1–2. С. 7–16. DOI: https://doi.org/10.36742/2410-0919-2025-1-1. 7. Корчинська О. А. Маркетингові дослідження як драйвер розвитку вітчизняного ринку квітів в умовах глобалізації. Економічний дискурс. 2025. Вип. 3. С. 65–74. DOI: https://doi.org/10.36742/2410-0919-2025-2-7. 8. Корчинська О. А. Бренд держави під час військової агресії: виклики інформаційної війни для України. Економічний дискурс. 2025. Вип. 4. С. 23–33. DOI: https://doi.org/10.36742/2410-0919-2025-3-3. 9. Писаренко Н. В., Корчинська О. А., Павельчук Є. М., Бабічєва О. І., Базарна О. В. Маркетингова аналітика як інструмент data-driven прийняття рішень у

							бренд-менеджменті та креативних маркетингових проєктах. Актуальні питання економічних наук. 2026. № 23. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20456734. 10. Корчинська О. А. Маркетингові інструменти регулювання вітчизняного ринку засобів захисту рослин в умовах євроінтеграції. Інноваційна економіка. 2026. № 2. С. 262–269. DOI: https://doi.org/10.37332/2309-1533.2026.2.30. 11. Корчинська О. А. Маркетингові дослідження ринку засобів захисту рослин в Україні: сучасний стан, тенденції та проблеми розвитку. Економічний дискурс. 2026. Вип. 1. С. 177–186. DOI: https://doi.org/10.36742/2410-0919-2026-1-17. 12. Корчинська О. А. Формування маркетингових стратегій підприємств на ринку засобів захисту рослин в контексті інноваційного розвитку аграрного сектору. Інноваційна економіка. 2026. № 3. С. 202–208. DOI: https://doi.org/10.37332/ 13. Писаренко, Н., Корчинська, О., & Бабічева, О. Маркетингова аналітика як інструмент формування стратегічних рішень у рекламному менеджменті в контексті сталого розвитку . Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму. Серія: економіка, психологія та управління. 2026. 9. https://doi.org/10.54929/3041-2390-2026-09-05-07 П.3. 14. Корчинська О. А., Харченко Т. Б., Гацька Л. П., Сагайдак Ю. А. Логістика: теорія і практика : навч. посіб. до виконання практ. робіт / за ред. О. А. Корчинської, Т. Б. Харченко. Київ :

							Інтерсервіс, 2022. 168 с. 15. Вплив міжнародного маркетингу на економічну безпеку України в умовах цифрової економіки : кол. монографія / Писаренко Н. В., Корчинська О. А., Ярмоленко Ю. О., Шолудченко С. В., Бабічева О. І., Буткевич О. В., Стефанюк Є. О. ; за ред. Н. В. Писаренко, В. Б. Сухомлин. Київ : АПСВТ, 2025. 313 с. (14,8 авт. арк.). 16. Воєнний брендинг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу : кол. монографія / Писаренко Н. В., Корчинська О. А., Ярмоленко Ю. О., Шолудченко С. В., Бабічєва О. І., Базарна О. В., Даниленко Є. С., Марков Р. Р., Гоцул В. Є. ; за ред. Н. В. Писаренко, В. Б. Сухомлин. Київ : АПСВТ, 2025. 354 с. (18,5 авт. арк.). 17. Корчинська О. А. Етичні та правові детермінанти соціально відповідального маркетингу. Соціально відповідальний маркетинг : навч. посіб. / Н. В. Писаренко, О. І. Бабічева, О. В. Базарна [та ін.] ; за заг. ред. Н. В. Писаренко. Київ : АПСВТ, 2026. С. 11–71. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21918708. П.4. 18. Робоча програма навчальної дисципліни «Рекламний менеджмент». – Київ: АПСВТ, 2026. 2.. Корчинська О.А., Гераймович В.Л. Методичні рекомендації для проведення практичних занять та самостійної роботи студентів з навчальної дисципліни «Поведінкова економіка». – К.: АПСВТ, 2022. – 140с. 3 Корчинська О.А. Навчально-методичний комплекс з курсу

							«Маркетинговий менеджмент» для студентів магістратури спеціальності 075 «Маркетинг» всіх форм навчання – К.: АПСВТ, 2022 – 26 с. 3. Бабічева О.І., Корчинська О.А Методичні рекомендації щодо проходження виробнічої/переддипломної практики для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг» К.: АПСВТ, 2024. – 15с. П.8. Член редакційної колегії фахового журналу (кат.Б) «Економічний дискурс» П.10 Учасник (лектор) проекту Еразмус+ «ECONOMY4ALL / EU policy on the social economy: Employment, Social Affairs, Inclusive entrepreneurship» № 101127204 , 2024, 2025, 2026 П.11. 19. Наукове консультування ТОВ «Бетта-Сервіс», з 2023 р. П.12. 1. Корчинська О. А. Інформаційне забезпечення ринку праці. Ринок праці: досягнення, виклики та перспективи у національному та європейському просторі : тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 18 травня 2023 р.) / Академія праці, соціальних відносин і туризму ; за заг. ред. В. Б. Сухомлина, Г. А. Пріба. Київ : ФОП Ямчинський О. В., 2023. С. 144–147. 2. Корчинська О. А., Бабічєва О. І., Дрозд М. Трансформація маркетингу в епоху диджиталізації. Маркетинг в Україні : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 20 жовтня 2023 р.). Київ : КНЕУ, 2023. С. 70–73. 3. Корчинська О. А.,

							Дрозд М. Диджиталізація економіки та її вплив на розвиток маркетингу. Розвиток обліку, аудиту та оподаткування в умовах інноваційної трансформації соціально-економічних систем : матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Кропивницький, 30 листопада 2023 р.). Кропивницький : ЦНТУ, 2023. С. 211–213. 4. Корчинська О. А. Особливості розвитку ринку програмного забезпечення: вітчизняні та світові тенденції. Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий та управлінський аспекти : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 4–5 березня 2024 р.). Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму ; Вид-во АПСВТ, 2024. С. 158–160. 5. Корчинська О. А., Шумілін А. Проблеми та шляхи розвитку інформаційного забезпечення ринку праці в Україні. Ринок праці: досягнення, виклики та перспективи у національному та європейському просторі : тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 16 травня 2024 р.) / Академія праці, соціальних відносин і туризму ; за заг. ред. В. Б. Сухомлина, Г. А. Пріба. Київ : ФОП Ямчинський О. В., 2024. С. 109–111. 6. Корчинська О. А., Бабічєва О. І. Інтернет та новітні технології в аграрному маркетингу: можливості та виклики. Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації

							економіки: безпека, інновації, лідерство : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (27 вересня 2024 р.). Полтава : ПДАУ, 2024. Т. 2. С. 247–249. 7. Корчинська О. А., Бабічєва О. І. Омніканальний маркетинг як перспективна стратегія розвитку роздрібної торгівлі. Сучасні технології комерційної діяльності і логістики : збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції [Електронний ресурс]. Київ : КНЕУ, 2024. С. 42–44. 8. Корчинська О. А. Кібербезпека України в умовах цифровізації економіки: виклики та перспективи. Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 19 березня 2025 р.) / за заг. ред. Н. В. Писаренко, В. Б. Сухомлина. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2025. С. 304–306. 9. Корчинська О. А. ІТ-армія як драйвер репутаційної безпеки держави. Детермінанти соціально-економічного відновлення держави, регіонів та суб'єктів господарювання : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 50-річчю Навчально-наукового інституту економіки та менеджменту (м. Рівне, 14 листопада 2025 р.). Рівне : НУВГП, 2025. С. 331–337. 10. Корчинська О. А., Василенко Л. Аграрний сектор і кібербезпека цифрової економіки: сучасні виклики. Global Challenges and

							Modern Scientific Research: An Interdisciplinary Dimension : Conference Proceedings (Boston, USA, March 14, 2026). Boston, USA : Golden Quill Publishing, 2026. P. 86–89. 11. Корчинська О. А., Василенко Л. Economic consequences of cyber threats in the digital agricultural sector. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (15–17 квітня 2026 р.) : електронне видання : у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2026. Т. 2. С. 97–99. 12. Korchynska O. Digital competencies as the basis of professional culture of a modern specialist. Освіта, Право та Публічне управління – новітні тенденції розвитку : тези V Міжнародної науково-практичної конференції «ELPA–NDT» (9–10 квітня 2026 р., Україна–Ірак–Польща). 2026. С. 30–33. (Scopus). 13. Корчинська О. А. Економічні наслідки кіберзлочинів та перспективи розвитку кібербезпеки в умовах цифровізації економіки. Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 10 березня 2026 р.) / за заг. ред. Н. В. Писаренко, В. Б. Сухомлина. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму, 2026. С. 57–59. 14. Корчинська О. А. Кібербезпека цифрових маркетингових систем аграрного сектору як чинник конкурентоспроможності в умовах сталого

							розвитку. Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 20–21 травня 2026 р.). Суми : СНАУ, 2026. С. 140–143. П.19. Членство у Громадській організації «Українська асоціація маркетингу», сертифікат № 883 Підвищення кваліфікації: 1. Осіння школа EU4DEFA1.0 «ЄС для розвитку цифрової, екологічної та фінансової обізнаності громадян» в рамках імплементації проєкту Програми Європейського Союзу Еразмус +, Модуль Жан Моне 101174694. 28.10- 1.11. 2024 30 год. Сертифікат 2. International Winter School on the topic “The best EU Experiences For Enhancing Employability. October 1-4, 2024, 1 credit ECTS. Сертифікат 3. Сертифікат №ECONOMY4ALL-2024-2-021 від 20.06.2024 «Політика ЄС щодо соціальної економіки: зайнятість, соціальні питання, інклюзивне підприємство» 07.06 – 18.06. 2024 1 кредит ECTS (30 год) в рамках проєкту 101127204 програми ЄС Еразмус + 4. Сертифікат №GreenFinEDO-2024-2-028 від 20.06.2024 «Європейська зелена угода: як зробити фінанси сталими» 30 год (1 кредит ЄКТС) номер проєкту 101126681 програми ЄС Еразмус + 5. Сертифікат №2332 від 20.02 2025.Форум академічної доброчесності. 6 год (0,2 кр. ECTS) 6. Лекція професора Роуз Лаккін, почесного професора Університетського коледжу Лондона,

							Великобританія, «Зміцнення української вищої освіти:орієнтація в революції ШІ у викладанні та навчанні» 10/12/24 0,1 кредит ECTS. Сертифікат від 10.12.2024 7. Лекція професора Майка Шарплза, почесного професора Інституту освіти Відкритого університету , Великобританія, «Генеративний штучний інтелект і освіта: можливості та виклики» 12.12.2024.0,1 кредит ECTS. Сертифікат від 12.12.2024 8. 19.02–19.05.2025; Київський кооперативний інститут бізнесу і права; Стажування за темою «Стратегічний маркетинг сталого розвитку в умовах цифровізації та глобальних трансформацій»; 180 год. (6 кредитів ЄКТС); Сертифікат № МАКД000578 01.05–23.06.2026; ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» (Kharkiv IT Cluster); курс підвищення кваліфікації «Цифрова трансформація професійної діяльності»; 90 академічних годин (3 кредити ЄКТС); сертифікат № ІТК-26/2236 від 23.06.2026
15487	Ярмоленко Юлія Олександрівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет економіки, соціальних технологій та туризму	Диплом магістра, Академія праці і соціальних відносин Федерації професійних спілок України, рік закінчення: 2006, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом магістра, Національна академія державного управління при Президентові України, рік закінчення: 2018, спеціальність:	12	Лідерство та персональний розвиток	П. 1. 1. Ярмоленко Ю. О. (2026). Публічне лідерство як чинник інституціоналізації політики щастя. Успіхи і досягнення у науці. №3(25). С. 1624-1638. DOI: https://doi.org/10.52058/3041-1254-2026-3(25)-1624-1638 (фахове видання категорії Б) 2. Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О., Шолудченко С. В., Марков Р. Р., Пекін А. Ю. (2026). Конвергенція стратегічного лідерства, управління якістю та КСВ у системі маркетингового менеджменту.

				8.15010003 управління суспільним розвитком, Диплом доктора наук ДД 009301, виданий 16.12.2019, Диплом кандидата наук ДК 016443, виданий 10.10.2013, Атестат доцента 12ДЦ 046323, виданий 25.12.2016, Атестат професора АП 004188, виданий 09.08.2022			Здобутки економіки: перспективи та інновації, №30. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20459301 (фахове видання категорії Б) 3. Писаренко Н. В., Чорнодід І. С., Ярмоленко Ю. О., Буткевич О. В., Базарна О. В. (2025). Трансформація світового економічного порядку під впливом регіоналізації, інфраструктурних викликів товарного ринку та економічного лідерства. Актуальні питання економічних наук. №18. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.18002374 (фахове видання категорії Б) 4. Писаренко Н. В., Чорнодід І. С., Ярмоленко Ю. О., Буткевич О. В., Базарна О. В. (2025). Інтеграція інструментів проєктного менеджменту та лідерських стратегій у маркетингове управління регіональним економічним розвитком. Здобутки економіки: перспективи та інновації. № 25. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17959663 (фахове видання категорії Б) 5. Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О., Буткевич О. В. (2025). Регіональні детермінанти формування споживчої поведінки в умовах міжнародної економічної інтеграції. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки», № 12. DOI: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-12-11772 (фахове видання категорії Б) 6. Писаренко Н. В., Левченко О. М., Ярмоленко Ю. О., Бондар С. І., Буткевич О. В. (2024). Роль міжнародного маркетингу у забезпечення економічної безпеки держави в умовах глобального ринку. Наукові перспективи,

							Вип. 12(54). С. 833-847. DOI: https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-12(54)-833-847 (фахове видання категорії Б) П. 3 1. Ярмоленко Ю.О. Перспективи розвитку соціально відповідального маркетингу в умовах глобальних трансформацій. Соціально відповідальний маркетинг : навчальний посібник / Н. В. Писаренко, О. І. Бабічева, О. В. Базарна та ін. ; за заг. ред. Н. В. Писаренко, В.Б. Сухомлина, Київ : АПСВТ, 2026. 450 с. (навчальний посібник, загал. обсяг - 24,2 автор. арк., част. Ю. Ярмоленко - 2,3 автор. арк) 2. Ярмоленко Ю. О. (2025). Цифрова економіка та «економіка щастя»: глобальні тренди та вплив на міжнародний маркетинг. Вплив міжнародного маркетингу на економічну безпеку України в умовах цифрової економіки : кол. монографія / [авт. кол. : Писаренко Н.В., Корчинська О.А., Ярмоленко Ю.О., Шолудченко С.В., Бабічева О.І., Буткевич О.В., Стефанюк Є.О.] / гол. ред. Н.В. Писаренко, ред. В.Б. Сухомлин - Київ : АПСВТ, 2025. - 313 с. (С. 9-49). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.14913927 (колективна рецензована монографія, загал. обсяг – 14,8 автор. арк, част. Ю. Ярмоленко - 1,94 автор. арк) 3. Ярмоленко Ю. О. (2025). Інститут лідерства та воєнний брендинг як чинники впливу на індекс щастя в умовах війни. Воєнний брендинг: формування іміджу армії та держави засобами цифрового маркетингу: кол. монографія / [авт. кол. : Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О., Корчинська О. А., Шолудченко С. В.,

							Бабічева О. І., Базарна О. В., Даниленко Є. С., Марков Р. Р., Гоцул В. Є.] / за ред. Н. В. Писаренко, В. Б. Сухомлина – Київ : АПСВТ, 2025. – 354 с. (С. 305-348). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.17558747 (колективна рецензована монографія, загал. обсяг – 18,5 автор. арк, част. Ю. Ярмоленко - 1,95 автор. арк) П. 11. Наукове консультування ТОВ «Бетта-Сервіс», 2023-2026 рр. (за договором з АПСВТ) П. 12 1. Ярмоленко Ю. О. (2026). Інтеграція концепції щастя у публічне управління як стратегічний орієнтир розвитку. Юність науки – 2026 : збірник тез доповідей XVI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених (м. Чернігів, 22-23 квітня 2026 р.). Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2026. 1312 с. (С. 225-226). 2. Yarmolenko Yu. O. (2026). The Phenomenon of Happiness in the Formulation of Policies on social Welfare and Mental Health. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку: Матеріали VII Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (30 квітня 2026 р., м. Київ). К. : КНУТД, 2026. 671 с. (С. 647-650). DOI: https://doi.org/10.30857/123456789.2675926 3. Ярмоленко Ю. О., Петрик Д.А. (2026). Ментальне здоров’я, лідерство та добробут як складові політики щастя у публічному управлінні. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах : матеріали VI Міжнародної науково-

							практичної інтернет-конференції. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2026. – 488 с. (С. 239-240). 4. Ярмоленко Ю. (2026). Феномен щастя у формуванні політики добробуту та ментального здоров'я суспільства. Науковий вимір осмислення та пошуку шляхів розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 10 березня 2026 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму / За заг. ред.: Н.В. Писаренко, В.Б. Сухомлина, – Київ. 2026. 543 с. (С. 566-569). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.1982150 5. Писаренко Н. В., Ярмоленко Ю. О. (2025). Лідерство - драйвер персонального розвитку та ефективності маркетингового менеджменту. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей IV Міжнар. наук.-практ. конф., 4 листопада 2025 р. / Державний біотехнологічний ун-т. – Електронні текстові дані. – Харків, 2025 (С. 225-226). П. 19 Членство у Громадській організації «Українська асоціація маркетингу», сертифікат № 880 Підвищення кваліфікації: 1. Сертифікат № МАКД000579 від 22.05.2025 р. про підвищення кваліфікації шляхом стажування у Київському кооперативному інституті бізнесу і права за темою «Стратегічний маркетинг сталого

							розвитку в умовах цифровізації та глобальних трансформацій, 19.02-19.05.2025 року (обсяг – 180 год, 6 кредитів ЄКТС) 2. Сертифікат №880 від 15.01.2025 про членство в Українській Асоціації Маркетингу 3. Сертифікат №EU-AC-2024-MD-51 від 29.05.2024 року про успішне завершення інтенсивного курсу «Антикорупційна політика ЄС: ключові елементи, орієнтація на сталий розвиток, уроки для України», 02-29.05.2024 року (обсяг – 60 год, 2 кредити ЄКТС), в рамках проєкту за напрямом Жан Моне програми ЄС Еразмус + 101047968 – EU AntiCor (ERASMUS-JMO-2021•HEI•TCH•RSCH) на базі Державного торговельно-економічного університету 4. Сертифікат №ECONOMY4ALL-2024-2-059 від 20.06.2024 року про успішне завершення інтенсивного курсу «Політика ЄС щодо соціальної економіки: зайнятість, соціальні питання, інклюзивне підприємництво», 07-18.06.2024 року (обсяг – 30 год, 1 кредит ЄКТС), в рамках проєкту Модуль Жан Моне, № проєкту 101127204, програми ЄС Еразмус + 5. Сертифікат про успішне завершення навчання в Осінній школі EU4DEFA 1.0. «ЄС для розвитку цифрової, екологічної та фінансової обізнаності громадян», 28.10-01.11.2024 (обсяг – 30 год, 1 кредит ЄКТС) в рамках імплементації проєкту Програми Європейського Союзу Еразмус +, модуль Жан Моне (Jean Monnet Module 101174694 - EU4DEFA – ERASMUS – JMO – 2024 – HEI – TCH - RSCH) 6. Сертифікат №165/102021 від 04.10.2024 р. про участь у Міжнародній Зимовій школі Жана Моне на тему «The

							Best EU Experiences For Enhancing Employability», 01-04.10.2024 р. (ERASMUS – JMO – 2021 – MODULE – SKILLS4JOB - 101047867)
524351	Охріменко Ігор Віталійович	Професор, Основне місце роботи	Факультет економіки, соціальних технологій та туризму	Диплом спеціаліста, Національний аграрний університет, рік закінчення: 1998, спеціальність: Економіка підприємства в галузях АПК, Диплом спеціаліста, Національний аграрний університет, рік закінчення: 1998, спеціальність: Економіка підприємства в галузях АПК, Диплом доктора наук ДД 008302, виданий 26.05.2010, Диплом кандидата наук ДК 015677, виданий 11.09.2002, Атестат доцента 02ДЦ 015873, виданий 15.12.2005, Атестат професора 12ПР 008015, виданий 26.09.2012	22	Методологія наукових досліджень	П. 1. 1. Nechyporuk O., Spitsyna A., Ievseitseva O., Stroiko T., Okhrimenko I. Financial Marketing of Cluster Resource Saving Startup Projects in Change Management. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2026. Vol. 48, No. 2. P. 263–281. (Web of Science). 2. Охріменко І. В., Білецька І., Пахнюк З. та ін. Методологія фінансового менеджменту й інноваційного маркетингу торговельної діяльності агропереробних смартпідприємств. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2025. Vol. 5, No. 64. P. 497–512. (Scopus, Web of Science). 3. Охріменко І. В., Лутковська С., Коваль Н. та ін. Менеджмент проєктів інноваційно орієнтованих кластерних бізнес-агроструктур у смарт-економічній моделі. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2024. Vol. 6, No. 59. P. 613–632. (Scopus, Web of Science). 4. Yemelyanov V., Nikonenko U., Sytnyk Y., Okhrimenko I., Shulga A. A model for countering the information and technical threats of intellectual capital management of innovation-oriented systems in the engineering sector. Ingénierie des Systèmes d'Information. 2022. Vol. 27, No. 5. P. 799–806. (Scopus). 5. Охріменко І. В., Бобко С. О., Кожедуб Н. О., Дегтяр К. В. Інтеграційні процеси розвитку підприємств зеленої енергетики в умовах інноваційної трансформації.

							Актуальні проблеми економіки. 2026. № 6 (300). С. 424–436. (фахове видання). 6. Охріменко І. В., Яблонь В. Д., Поперечний М. С. Менеджмент корпоративної соціальної відповідальності та управління екологічною трансформацією підприємств. Актуальні проблеми економіки. 2026. № 7 (301). С. 238–248. (фахове видання). 7. Охріменко І. В., Камінська Т. Г., Райковська І. Т. Трансформація обліково-аналітичної системи малого бізнесу в умовах диджиталізації: інституційні та управлінські аспекти. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2026. № 2. (фахове видання). 8. Охріменко І. В. Стратегічні аспекти цифрової платформізації підприємств інформаційно-комунікаційних технологій. Актуальні питання економічних наук. 2026. № 20. (фахове видання). 9. Охріменко І. В., Пілецька С., Миколенко Р. Особливості функціонування цифрових платформ підприємств інформаційно-комунікаційних технологій в умовах діджиталізації суспільства. Економіка та суспільство. 2026. № 83. (фахове видання). 10. Охріменко І. В., Познякова О. В., Куява Б. М., Величко Є. О. Методологічні засади стратегічного управління фінансовою стійкістю підприємств у посткризовому середовищі. Інвестиції: практика та досвід. 2026. № 6. С. 142–148. (фахове видання). 11. Охріменко І. В., Діброва Л. В., Зверук Л. А., Наливайко Д. В. Фондовий ринок як інструмент залучення інвестицій у

							зовнішньоекономічну діяльність: управління прогностичними перспективами. Актуальні проблеми економіки. 2025. № 7 (289). С. 251–262. (фахове видання). 12. Охріменко І. В., Лутковська С. М., Колесник Т. В., Білик О. А. Організаційний розвиток бізнесу і цифрова трансформація підприємницьких еко-структур в умовах управління змінами інноваційного органічного виробництва. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2025. Т. 2, № 6. С. 230–239. (фахове видання). 13. Охріменко І. В., Орлова-Курилова О. В., Кізюн Б. Ф. Методологія інноваційного інструментарію залучення інформаційних технологій в систему підтримки ефективності контролінгу і менеджменту. Актуальні проблеми економіки. 2025. № 11 (293). С. 176–181. (фахове видання). 14. Охріменко І. В., Федірець О. В., Сухомлин Л. В., Топов А. Г. Онтологічне планування бізнес-процесів для оптимізації стратегічного управління в умовах цифрової економіки. Актуальні проблеми економіки. 2025. № 3 (285). С. 343–355. (фахове видання). 15. Охріменко І. В., Багорка М. О., Сергієнко С. С., Юрченко Н. І. Стратегія конкурентоспроможності інноваційного менеджменту аграрних підприємств в умовах соціальної відповідальності бізнесу. Ефективна економіка. 2025. № 2. (фахове видання). 16. Охріменко І. В., Федірець О. В., Мацієвич Т. О. Інноваційна система державного регулювання процесів соціально-економічного розвитку агропродовольчої

							сфери в умовах управління змінами. Інвестиції: практика та досвід. 2024. № 15. С. 27–32. (фахове видання). 17. Охріменко І. В. Забезпечення економічної безпеки агробізнесу в умовах збройної агресії. Український економічний часопис. 2024. № 4. С. 35–39. (фахове видання). 18. Okhrimenko I. V., Pakosh O. O. Economic and simulation modelling of scenarios of changes in migration movements of the population. Smart Economy, Entrepreneurship and Security. 2024. Vol. 1, No. 2. P. 17–28. (фахове видання). 19. Охріменко І. В. Financial reporting in the system for evaluating the level and state of economic security of business. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2024. № 1 (81). Т. 2. С. 118–124. (фахове видання). 20. Охріменко І. В., Шкільняк М. М., Завгородня Т. П., Козій О. Я. Системний підхід до реалізації регіональної політики безпечного інноваційного розвитку в умовах діджиталізації та управління змінами. Формування ринкових відносин в Україні. 2022. № 4 (251). С. 99–105. (фахове видання). 21. Охріменко І. В., Кукса І. М., Овчаренко Є. І., Параскєєва А. М. Моделювання інноваційних процесів в системі публічного управління та економічної безпеки. Формування ринкових відносин в Україні. 2022. № 3 (250). С. 34–41. (фахове видання). П.3. Формування комплексу маркетингу підприємств аграрного сектору: монографія / В. К. Збарський, М. П.Талавиря, І. В. Охріменко та ін. - Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2022.

							- 482 с. 2. Стратегія розвитку туристичної галузі в Україні: монографія / В. К. Збарський, М. П.Талавиря, І. В. Охріменко та ін. - Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2022. - 453 с. 3. Маркетенг як складова комерційного підприємства: монографія / В.К.Збарський, І.В.Охріменко, М.П.Талавиря та ін. – Київ: ФОП Ямчинський, 2022. – 365 с. 4. Охріменко І.В., Райковська І.Т., Костенко О.М., Козенко А.О., Кравцова Л.Л. Податковий менеджмент: навчальний посібник. Київський кооперативний інститут бізнесу і права. Київ: ККІБП, 2025. 104 с. 5. Охріменко І.В., Стасіневич С.А. Біржова діяльність: навчальний посібник. - К.: Компринт, - 2026. - 231 с. П.4. 1. Охріменко І.В. Конспект лекцій з дисципліни «Методологія та організація наукових досліджень». – Київ: ККІБП, 2025. – 62 с. 2. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Методологія та організація наукових досліджень». – Київ: ККІБП, 2025. – 24 с. 3. Робоча програма навчальної дисципліни «Методологія та організація наукових досліджень». – Київ: АПСВТ, 2026. – 20 с. П. 7. 1. Офіційний опонент. 15.04.2025 р. Богдан Святослав Володимирович. Обліково-аналітичні технології в управлінні економічною безпекою агробізнесу в умовах зеленого курсу та цифрової трансформації. Державний податковий університет. 2. Офіційний опонент. 6.09.2024 р. Капелюшна Тетяна

							Вікторівна. Управління безпекою підприємств: теорія та методологія. Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій. 3. Офіційний опонент. 7.02.2023 р. Пузирьова Поліна Володимирівна. Формування та розвиток інноваційного потенціалу інтегрованих структур бізнесу. Київський національний університет технологій та дизайну. 4. Офіційний опонент. 23.12.2021 р. Левченко Аліна Віталіївна. Управління трудовим потенціалом суб'єктів е□коном□ічних відносин. Сумськ□ий нац□іональний □ аграрний університет. 5. Офіційний опонент. 14.05.2021 р. Орлова-Курилова Ольга Володимирівна. Державне регулювання розвитком інноваційного підприємництва в умовах трансформації національної економіки. Національна академія управління. Член постійних спеціалізованих вчених рад по захисту дисертацій: Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій Білоцерківського національного аграрного університету П.8. 1. Керівник науково-дослідної теми "Облікові системи управління фінансуванням соціальних проєктів" (номер державної реєстрації - 0124U002529). 2. Член редколегій фахових наукових видань: «Економіка. Менеджмент. Бізнес» Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій. «Економічна

							парадигма» Наукової установи «Науково-дослідний центр сталого розвитку». «Журнал стратегічних економічних досліджень» Київського національного університету технологій та дизайну П.9. 1. Експертна комісія Нацагенства у Львівському торговельно-економічному університеті з 30.01 по 1.02.2024 р. 2. Експертна комісія Нацагенства у Національному університеті водного господарства та природокористування з 28.10 30.10..2024 р. 3. Експертна комісія Нацагенства у Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя з 17.04 по 19.04.2024 р. 4. Експертна комісія Нацагенства у Уманському національному університеті садівництва з 5.03 по 7.03.2024 р. 5. Експертна комісія Нацагенства у Харківському національному автомобільно-дорожному університеті з 2.10 по 4.10.2024 р. П. 10. 1.Міжнародний проєкт розвитку інклюзивних спільнот «Inclusive Practices». International Association For Community Development (Урекі, Грузія). 2019-2024 рр. 2. Erasmus+. Грантова угода № 1010833077 ERASMUS-EDU-2022-CBHE. «UNICOM – Посилення співпраці між університетами і громадами». Інститут вищої освіти Національної академії педагогічних наук України. 3. Erasmus+. Jean Monnet Module 101085516-QMSEEI-ERASMUS-JMO-2022-HEI-TCH-RSCH/. «European Experience in Implementing Quality Management Systems for Products and Services» («Європейський

							досвід впровадження систем управління якістю продукції та послуг»). Національний університет „Львівська політехніка” 4.Erasmus+. ERASMUS-EDU-2021-VIRT-EXCH «Міжнародна мережа віртуальних молодіжних бізнес-хабів» VEHUB4YOU. Київський національний університет технологій та дизайну П.11. Наукове консультування Державного науково-дослідного інституту інформатизації та моделювання економіки, з 2017 р. П.12. 1. Охріменко І. В. Роль університетів у формуванні навичок адаптивного лідерства та сталого суспільства. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку / ред.: Т. Є. Бєлялов, Т. М. Власюк, А. О. Касич, О. С. Євсейцева, І. О. Тарасенко, Ю. В. Оніщик, П. В. Пузирьова. Київ : КНУТД, 2026. С. 630–632. 2. Охріменко І. В. Підвищення економічної ефективності аграрних підприємств на основі гармонізації механізмів підприємницьких та трудових мотивів. Сучасні проблеми і перспективи розвитку суб’єктів суспільного інтересу / за наук. ред. І. Т. Райковської. Київ : НУБіП України, 2025. С. 117–121. 3. Охріменко І. В., Сабадаш А. О. «Зелена» економіка України: можливості для інвесторів та вплив на розвиток країни. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2024. № 2 (157). С. 22–24. 4. Охріменко І. В., Борисенко О., Захаров С. Операційний менеджмент підприємств в системі агресивного маркетингу. Стратегічний

							менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство / ред. О. А. Галич та ін. Полтава : ПДАУ, 2024. Т. 2. С. 35–38. 5. Охріменко І. В. Управління освітнім процесом у вищій школі: проблеми студентської міграції. Траєкторія розвитку бізнесу, управління та права в умовах глобальних ризиків / за заг. ред. О. В. Безпаленко. Київ : ВНЗ «Київський університет ринкових відносин», 2024. С. 33–36. 6. Охріменко І. В., Дренін П. С., Алімов Р. З. Смарт-спеціалізація у зовнішньоекономічній діяльності як стратегічний напрям сталого розвитку. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку / редкол.: О. В. Ольшанська та ін. Київ : КНУТД, 2024. С. 188–191. 7. Охріменко І. В., Мегеря А. І., Пузирьов С. О. Конкурентоспроможність підприємств як драйвер сталого розвитку смарт-економіки. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку / редкол.: О. В. Ольшанська та ін. Київ : КНУТД, 2024. С. 121–123. 8. Okhrimenko I., Martyn O., Kyeremeh J. A. Safe management of personnel and innovation potential of the enterprise in the conditions of globalization, turbulence of the business environment and dynamic changes. Management of the 21st Century: Globalization Challenges. Issue 4 : collective monograph / ed. by D. Diachkov. Prague : Nemoros s.r.o., 2023. P. 245–251. 9. Okhrimenko I. Review of the monograph «Formation of Strategy in Anti-Crisis Management of

							Operational Activity of Industrial Enterprises», prepared by Shvets Yu. О. Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки. 2021. № 2 (50). С. 145–146. 10. Охріменко І. В., Максюшенко Д. О. Аналіз якості обслуговування споживачів на підприємствах роздрібної торгівлі на прикладі мереж «АТБ» та «Сільпо». Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2022. № 13. П.19. 1. Членство у Громадській організації «Асоціація сприяння глобалізації освіти та науки СПЕЙСТАЙМ». 2. Членство у Міжнародній організації розвитку інклюзивних спільнот «Inclusive Practices». 3. Членство у Громадській організації «Інноваційна Кооперативна Асоціація». Членство у Громадській організації «Всеукраїнський конгрес вчених економістів-аграрників» Підвищення кваліфікації: 1. 26.11.22; Карпатський університет імені Августина Волошина; Україна в умовах сучасних цивілізаційних змін; 15 год; № 054/11-22. 2. 14.02-25.03.2022; Міжгалузевий інститут підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів Полтавського університету економіки та торгівлі; Навчання за спеціальністю «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».; 180 год; ПК 01597997 00229-2022 3. 20.04.23; Полтавський державний аграрний університет; Soft skills під час війни; 6 год; СС 00493014/002230-23 4. 17.10.23; Полтавський

							державний аграрний університет; Ментальне здоров'я під час війни; 6 год; СС 00493014/000632-23 5. 22.02.24; Полтавський державний аграрний університет; Самореалізація під час війни; 6 год; СС 00493014/000779-24 6. 14.05.24; Полтавський державний аграрний університет; Мотивація під час війни; 4 год; СС 00493014/002985-24 7. 17.10.24; Полтавський державний аграрний університет; Освіта під час війни; 6 год; СС 00493014/004878-24 8. 29-30.04.24; Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти; Тренінг для експертів із написання звіту про результати акредитаційної експертизи; 90 год; № 0422/2024 (328) 9. 7.10.24; Благодійний фонд «Як ти брате»; Тактична комунікація для закладів освіти; 2 год; № ТКЗО115 10. 14-15.03.24; Національний університет «Львівська політехніка»; Вивчення європейського досвіду впровадження систем управління якістю освітніх послуг; 15 год; 11. 11. 08-15.10.24; Інститут вищої освіти Національної академії педагогічних наук України; Програма професійного розвитку (підвищення кваліфікації) наукових і науково-педагогічних працівників: «Третя місія університетів»; 15 год; ПК-21707620 № 1488/24 12. 12-26.10.24; Національний університет біоресурсів і природокористування України; Навчально-тематична програма "Вплив біоекономіки на економічне зростання"; 30 год; №СС00493706/ 007240-24 13. 01.03-25.09.2024; Universita Degli Studi

							Di Foggia (Італія), Biznesa Makslas Un Technologiju Augstskola Riseba (Латвія).; Professional Qualification Enhancement Program "Use of Information and Communication Technologies in the Educational Process"; 180 год; № 01-0068 14. 17.04.25; Полтавський державний аграрний університет; Критичне мислення під час війни; 6 год; СС 00493014/002277-25

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**