

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Освітня програма	12005 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

Використані скорочення:

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

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	341
Повна назва ЗВО	Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
Ідентифікаційний код ЗВО	02125266
ПІБ керівника ЗВО	Цепенда Ігор Євгенович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	https://pnu.edu.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/341>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	12005
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Магістр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Економічний факультет
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Кафедра менеджменту і маркетингу
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	м.Івано-Франківськ, вулиця Шевченка 57
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	41715
ПІБ гаранта ОП	Благун Іван Іванович
Посада гаранта ОП	Професор кафедри менеджменту і маркетингу
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	ivan.i.blahun@pnu.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(099)-631-25-26
Додатковий телефон гаранта ОП	<i>відсутній</i>

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

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

У Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» підготовка здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» провадиться з 1998 року.

За відсутності стандарту вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг», ОП «Маркетинг» підготовки магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблено відповідно до Наказу МОН України №1151 від 06.11.2015р. «Про затвердження переліку галузей знань та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», затверджено Вченою Радою Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (протокол №7 від 30.08.2016 р.) та надано чинності Наказом ректора університету № 50/06-13-с від 31.08.2016р. ОП встановлювала нормативний зміст навчання, вимогу до змісту, обсягу та рівня освітньо-професійної підготовки магістра з спеціальності «Маркетинг». Програмою визначено перелік навчальних дисциплін циклів загальної та професійної підготовки (в тому числі практичної підготовки та вибіркових дисциплін), кількість кредитів ECTS (90) та обсяг годин.

Після затвердженого МОН України Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ № 960 від 10.07.2019 р.) у 2020 році на основі цього Стандарту було оновлено ОП «Маркетинг», затверджено Вченою Радою Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (протокол №1 від 31.08.2020 р.) та введено в дію Наказом ректора університету № 76/06-12-с від 31.08.2020 р.

В даній освітній програмі були враховані зауваження та побажання стейкхолдерів (студентів, роботодавців, громадської організації), для забезпечення привабливості ОП «Маркетинг» на ринку освітніх послуг, освітня програма була переглянута та приведена у відповідність до положення про «Порядок підготовки документів для проведення ліцензування спеціальностей Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

У 2021 році, згідно врахувань зауважень про результати акредитаційної експертизи освітньої програми, ОП «Маркетинг» у 2021 році доопрацьована та затверджено Вченою Радою Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (протокол № 4 від 26.04.2022 р.) та введено в дію Наказом ректора університету № 47/06-12-с від 10.05.2022 р.

Відповідно до положення «Про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (наказ МОНУ від 11.07.2019 № 977) та відповідно наказу ректора університету № 44/06-12-з від 01.07.2021р. гарантом програми 075 «Маркетинг» магістерського рівня призначено доктора економічних наук, професора кафедри менеджменту і маркетингу Благуна І.І.

Кадрове забезпечення відповідає ОП за академічною та професійною кваліфікацією відповідає профілю дисциплін, що викладаються.

5. Інформація про контингент здобувачів вищої освіти на ОП станом на 1 жовтня поточного навчального року у розрізі форм здобуття освіти та набір на ОП (кількість здобувачів, зарахованих на навчання у відповідному навчальному році сумарно за усіма формами здобуття освіти)

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	2022 - 2023	20	12	8	0	0
2 курс	2021 - 2022	6	2	4	0	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	11515 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	12005 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	103221	32209
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	103221	32209
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	0	0

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

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

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>Освітня програма Маркетинг-магістр - 2022.pdf</i>	j7corq5LuD14ouVvMXEu2dmZZZgrtbgH9rTTIYS/KXY=
Навчальний план за ОП	<i>НП магістр МК денна 2022 +.pdf</i>	YsWYLAXDwR8t9E5Rkilg8atRk9o/ipOqXVqUusuEIbA=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія-Івано-Франківський-міський-голова-4.pdf</i>	bQB19vVkx0OmU779KuwkmQfrcRSwppKP9ngk2Fl40PA=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія-Фірма-НАДІЯ.pdf</i>	zRiXci3MkEqMZSTMrvsqXk7mLSPlqX5IrtS5luaXwg4=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія-ГО-Науково-аналітичний-центр-3.pdf</i>	g9m1yUd+IhPgvo3HnRe7DOUS1UVcrVwtJ1PFJ4bXUs8=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія-ХНЕУ.pdf</i>	9f4iy6J561ktD8owZDpJppg4tGD1kcPzsrkYzsskY+o=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Рецензія-ОТГ.pdf</i>	oH6DpWGcTJqt2RTEPw2WI1Q7uHOzcC+67dQ/k593zjg=

1. Проектування та цілі освітньої програми

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

Програма розроблена відповідно до стратегії та місії університету, спрямована на формування системи комплексних теоретичних знань та розвиток професійних компетентностей у сфері маркетингу, здатних забезпечити ефективне виконання випускником складних задач маркетингової діяльності в системі управління підприємствами, установами, організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій.

Програма розроблена відповідно до Стандарту освіти спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти, нормативних документів університету.

Особливість освітньої програми досягається переліком навчальних компонент, вивчення яких забезпечується досягнення цілей навчання, формування відповідних компетентностей та програмних результатів, а також викладання окремих компонент англійською мовою (Крос-культурний менеджмент).

Програма орієнтує на вивчення сукупності актуальних теоретичних та практичних питань у сфері маркетингу, забезпечує формування повного комплексу фахових компетенцій для ефективної маркетингової діяльності та можливість подальшого професійного зростання.

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

Стратегія ПНУ на 2020 - 2027 рр. задекларувала таку місію: освіта – надання якісних освітніх послуг, спрямованих на підготовку високопрофесійних фахівців; наука – формування сучасного дослідницького університету – центру генерування інноваційних ідей та їх реалізації; регіон – спрямування освітнього та наукового потенціалу на розвиток і зміцнення регіону.

Цілі ОП в повній мірі відповідають місії та узгоджуються із стратегічними напрямками розвитку університету. Стратегія університету досягається через ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9. оскільки, забезпечуючи підготовку висококваліфікованих фахівців за ОП «Маркетинг», відбувається сприяння розвитку інноваційно-наукового потенціалу, формування компетентного працівника на ринку праці та забезпечується внесок у розвиток

регіону.

Програма реалізується через ключові цінності (лояльність і відповідальність, інноваційність та індивідуальний підхід, (студентоцентризм), довіра та взаємодопомога, енергійність та ефективність, розвиток та раціональність відповідно стратегії розвитку університету та статуту університету. Зокрема, ОП передбачає формування системи професійних компетенцій здобувачів освіти шляхом органічного поєднання високого рівня освітньої свідомості, навчання на засадах академічної доброчесності, зрілості особистості, світоглядної складових, а також значимість освіти впродовж життя.

Стратегія університету доступна на сайті:

<https://pnu.edu.ua/стратегія-розвитку-університету/>

Статут університету:

<https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/statut.pdf>

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

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

До розробки ОП «Маркетинг» залучались здобувачі вищої освіти та випускники даної програми. Побажання і пропозиції щодо формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП висловлювались методом опитування щодо покращення якості освіти. Зокрема на сайті університету було проведено анонімне опитування студентів методом анкетування. <https://sqa.pnu.edu.ua/результати-опитувань/> Також студенти мають можливість висловити пропозиції щодо освітньої програми шляхом їхніх пропозицій на засіданні кафедри. Такі пропозиції були висловлені та зумовили введення компоненти (протоколи кафедри №9 від 22.05.2020р). <https://kmim.pnu.edu.ua/пропозиції-стейкхолдерів-бакалавр/>

Таким чином, визначались такі програмні результати навчання визначені Стандартом освіти за спеціальністю 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня

- роботодавці

В процесі формулювання цілей ОП «Маркетинг» та програмних результатів враховані пропозиції працедавців, які вони висловлювали шляхом рецензування ОП, анкетування, консультацій та неформального спілкування із викладачами даної ОП. <https://kmim.pnu.edu.ua/пропозиції-стейкхолдерів-магістр/> Більшість пропозиції стосувались окремих компетентностей та, відповідно, програмних результатів навчання, які уже передбачені стандартом освіти. Деякі пропозиції зумовили введення компонент до ОП Маркетинг 2020 Управління лояльністю споживачів, Спічрайтинг, Логістичний менеджмент, Соціальна відповідальність, Проектний менеджмент, Бренд менеджмент.

Варто відмітити зміни до ОП 2022 та введення наступних компонент: Глобальна економіка, Управління проектами.

Коригування ОП будуть здійснюватись і в подальшому, з врахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, взаємної зацікавленості сторін тощо.

- академічна спільнота

Вплив академічної спільноти здійснюється шляхом моніторингу відповідності освітніх програм нормативним документам університету і надання пропозицій щодо покращення якості підготовки здобувачів вищої освіти. Це виражається, зокрема, у висловленні побажань і наданні пропозицій щодо формулювання цілей, обговоренні професійних компетентностей, забезпечення програмних результатів навчання за ОП «Маркетинг», переліку навчальних дисциплін, форм організації та методів навчання, оцінювання, атестації. Здійснюється опитування викладачів, що забезпечують реалізацію ОП, розглядаються пропозиції.

Обговорення вищезазначеного проводиться на засіданнях кафедри, засіданнях вченої ради економічного факультету, науково – методичної ради, нарадах із керівництвом університету та профільним проректором факультету – все це знаходить відображення у рішеннях щодо реалізації освітньої програми та забезпечує її стійкі програмні результати

- інші стейкхолдери

Рецензія на ОП громадської організації «Науково – аналітичний центр Івано-Франківської об'єднаної територіальної громади» звернула увагу затребуваність та актуальність ОП «Маркетинг» у регіоні, зокрема, в контексті процесу децентралізації влади.

Звернена увага збалансування роботи університету із запитом регіонального ринку праці, спрямування зусиль на формування системи знань, компетентностей, які є найбільш затребуваними у регіоні, суттєвого підвищення якості освіти та підготовки фахівців за ОП «Маркетинг»: рецензент - Івано-Франківська міська Рада (тепер – правонаступник Івано-Франківська міська територіальна громада, голова – Руслан Марцінків).

<https://kmim.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/67/2020/12/Рецензія-Івано-Франківський-міський-голова-4.pdf>

Підписано угоди про практику студентів / потенційне працевлаштування випускників, співпрацю між університетом та роботодавцями регіону.

<https://kmim.pnu.edu.ua/угоди-про-співпрацю/>

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

Цілі та ПРН відповідають тенденціям розвитку спеціальності 075 «Маркетинг» та ринку праці. На це спрямовані ,

OK2, OK5, OK6, OK7, OK8, OK9.

В регіоні функціонують суб'єкти, які потребують спеціалістів в сфері маркетингу, що здатні ефективно працювати в мінливих ринкових умовах. У 2021р. в області діяло 8,3 тис. підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності, що у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення складає близько 60 одиниць. <https://www.ifstat.gov.ua/> . Кожне з них функціонує в умовах ринку і потенційно може розглядатись як об'єкт маркетингової діяльності.

У загальній кількості підприємств найбільшу частку (96%) складають малі підприємства. Частка великих та середніх підприємств склала 4% в загальній їх кількості в області, проте в них працювало 65 % загальної кількості найманих працівників підприємств, якими забезпечено 76 % загального обсягу реалізації продукції (товарів, послуг). <https://www.ifstat.gov.ua/>

У розрахунку на 10 тисяч осіб наявного населення області припадало 402 суб'єкти господарювання (63 – підприємства, 339 – фізичних осіб–підприємців <http://www.mvk.if.ua/official/53651>

У 2022 запропоновано програми релокації бізнесу під час війни

<https://www.savebusinessnow.if.ua/>

Загалом, позитивні тенденції нашого міста, Івано-Франківської ТГ та область підготовки фахівців із спеціальності «Маркетинг». і дозволяють оптимістично прогнозувати актуальність освітньої послуги щодо

<http://www.mvk.if.ua/official/53651>

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

ОП «Маркетинг» підготовки магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» входить в галузь знань 07 «Управління та адміністрування» і забезпечує професійну підготовку здобувачів вищої освіти цієї галузі .

ОП базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень в галузі управління та адміністрування, в економічній сфері загалом та орієнтує на актуальні спеціалізації, в рамках яких можлива подальша професійна та, за бажанням, і наукова кар'єра. На це спрямовані , ОК2, ОК5, ОК6.

Також при формуванні ОП повністю враховано програмні результати навчання, пропонувані Стандартом вищої освіти (затверджено наказом МОНУ № 960 від 10.07.2019 р.). Регіональний контекст виражається у формуванні цілей та програмних результатів навчання ОП з урахуванням практичних рекомендацій, спрямованих на узгодження кадрових потреб об'єднаних територіальних громад (ТГ) регіону, затребуваних в ТГ професій, запитів регіонального ринку праці у контексті формування вмінь і навичок, які є найбільш затребуваними в регіоні. Викладачі, що забезпечують освітній процес також власним прикладом демонструють активність в регіональних та галузевих процесах та імплементують власний досвід при викладанні компонент

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

Цілі та програмні результати навчання узгоджувалися на рівні окремих навчальних дисциплін, які є спільними для всіх вітчизняних ОП (зокрема, обов'язкових дисциплін циклу професійної підготовки), а також їх обсягів у кредитах ЄКТС).

Під час формулювання цілей та програмних результатів навчання освітньої програми «Маркетинг» підготовки магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» було проаналізовано відповідні ОП: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Національний університет "Києво-Могилянська академія", Одеська національна академія харчових технологій.

Щорічно, на зборах ГО «Українська асоціація маркетингу» (АМУ, голова – Лилик І.В.) обговорюють вітчизняний та зарубіжний досвід провадження аналогічних програм та надають пропозиції щодо існуючих програм закладів освіти. Двоє працівників кафедри є членами асоціації АМУ (Гречаник Н.Ю. та Благун І.І.).

ОП Маркетинг ПНУ здійснює фахову підготовку магістра маркетингу, формує практичні навички вирішення складних завдань маркетингової діяльності, що мають застосування у різних видах економічної діяльності та здатність випускника до швидкої адаптації кон'юктурних змін.

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

Зміст ОП «Маркетинг» враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікацій, дає можливість досягти результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого рівня вищої освіти. Зокрема, ОП «Маркетинг» встановлює вимоги до попереднього рівня освіти здобувачів; обсяг програми та його розподіл за нормативною та вибірковою частинами; термін навчання; результати навчання, що очікуються; загальні вимоги до робочих програм навчальних дисциплін; загальні вимоги до оцінювання; загальні вимоги до системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти; перелік дисциплін і послідовність їх вивчення.

Відповідно до затвердженого Стандарту вищої освіти у 2019 році було внесено зміни до ОП «Маркетинг» (рішення Вченої ради, протокол № 1 від 31.08.2019 р.), які дозволили в повній мірі досягти результатів навчання, визначених цим стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг». Зміни стосувались оновлення освітніх компонент ОП, які забезпечують досягнення результатів навчання та компетентностей, визначених Стандартом вищої освіти. Оновлення ОП відбулось за рахунок введення наступних обов'язкових компонент – Маркетинговий аналіз, Соціальна відповідальність, Проєктний менеджмент, Бренд – менеджмент. Програмні результати даних освітніх компонент відображені у матриці забезпечення програмних результатів навчання ОП за 2020 рік.

Згідно відгуків стейкхолдерів <https://kmim.pnu.edu.ua/пропозиції-стейкхолдерів-магістр/> та їх обговорення було оновлено програму у 2022 році та додано компоненти: Глобальна економіка (пропозиція стейкхолдера Короля Р.

протокол №12 від 28.05.2021р.). Як вибіркові компоненти – Регіональний маркетинг (пропозиція стейкхолдера Харука Р., протокол №12 від 28.05.2022р.), Цифровий маркетинг (пропозиція стейкхолдера Берлін Г., протокол №12 від 28.05.2022р.), Прогнозування у маркетингу (пропозиція стейкхолдера Кубарича Т., протокол №12 від 28.05.2022р.), Маркетинг некомерційних організацій (пропозиція стейкхолдера Гулей М. протокол №12 від 28.05.2021р).

Досягнення результатів навчання відбувається в рамках блоку практичної підготовки здобувачів, зокрема виробничої практики за фахом, підготовки кваліфікаційної роботи.

Досягнення зазначених Стандартом вищої освіти результатів навчання відбувається за рахунок інших дисциплін обов'язкового блоку, які зазнали змін.

Результати навчання, визначені Стандартом вищої освіти, у повній мірі корелюють з результатами навчання за ОП. Відповідність результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти, освітнім компонентам наведено у таблиці 5 «Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідним компонентам освітньої програми».

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?

Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти затверджено наказом №960 від 10.07.2019 р.

<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>

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)?

ОП «Маркетинг» передбачає вивчення дисциплін циклів загальної та професійної підготовки.

Обов'язкові дисципліни циклу загальної підготовки забезпечують в основному формування загальних компетентностей, досягнення відповідних їм програмних результатів навчання.

Предметна область спеціальності 075 «Маркетинг» визначається таким чином:

- об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів:

- теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу;

- методи, методика та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

Об'єкту вивчення спеціальності та теоретичному змісту предметної області відповідають освітні компоненти:

«Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Рекламний менеджмент» та «Товарна інноваційна політика», «Соціальна відповідальність», «Глобальна економіка», а також тематика індивідуальних кваліфікаційних робіт.

Методам, методикам та технологіям спеціальності відповідають обов'язкові освітні компоненти: «Методологія та організація наукових досліджень», «Маркетинговий аналіз».

ОПП «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» передбачає вивчення дисциплін циклів загальної та професійної підготовки. Обов'язкові дисципліни циклу загальної та професійної підготовки забезпечують формування відповідно загальних і спеціальних (фахових) компетентності спеціальності, досягнення відповідних їм програмних результатів навчання.

Вибіркові дисципліни циклу професійної підготовки покращують досягнення таких програмних результатів навчання

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

Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії виражається правом вибору навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти ОП Маркетинг, що регламентується Положенням «Про реалізацію права здобувачів вищої освіти на вільний вибір освітніх компонентів» <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/09/Polozennia-pro-vubir-dusctuplin.pdf> та відображено в навчальних планах. Здобувачі мають можливість формувати індивідуальну освітню траєкторію, враховуючи результати навчання за академічною мобільністю відповідно положення «Про академічну мобільність учасників освітнього процесу» <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-akademichnu-mobilnist-uchasnykiv-osvitnoho-protsesu.pdf> та неформальною освітою відповідно до положення «Про порядок зарахування результатів неформальної освіти» https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/11/819_29.11.2019.pdf. Студенти в межах установленого загального терміну навчання та сформованого індивідуального навчального плану (з 2019 р.) можуть навчатися за індивідуальним графіком <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/09/%D0%BD%D0%Bo%D0%BA%D0%Bo%D0%B7-628.pdf> який «...становить форму організації навчання студента, при якій частина дисциплін навчального плану вивчається студентом самостійно...». В рамках ОП здобувачі мають право вільно вибирати теми кваліфікаційних робіт та місця для проходження практики.

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

Реалізація права на вибір навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» ОП Маркетинг регламентується положенням «Про порядок реалізації здобувачами вищої освіти ...» права на вільний вибір навчальних дисциплін, схваленим Вченою радою ПНУ (протокол №6 від «29» червня 2016 р.) та введеним в дію з 01 липня 2016 р. наказом ректора (№271 від «24» червня 2016 р.) та внесеними змінами від 12.02.2021 року наказом №80 <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/10/vilnuj-vubir-2.pdf>

Своє право на вільний вибір навчальних дисциплін здобувачі вищої освіти здійснюють шляхом: вибору з варіативної складової навчального плану ОП; вибору спеціалізованого (профільованого) блоку дисциплін, який включає переважно дисципліни професійної підготовки, що визначають спеціалізовану підготовку здобувача вищої освіти в межах ОП, спрямований врахування потреб ринку праці, вітчизняних і світових тенденцій, врахування галузевого та регіонального контекстів.

Кафедра менеджменту і маркетингу розпочала практику інформування здобувачів про дисципліни вільного вибору студента та на інтернет-сторінці кафедри розміщена інформація <https://kmim.pnu.edu.ua/магістр/> Процедура вибору має етапи: ознайомлення студентів із порядком, термінами та особливостями запису та формування груп для вивчення навчальних дисциплін вільного вибору (жовтень-листопад); ознайомлення студентів із переліком дисциплін і блоків вибору, які пропонуються (березень-квітень); опрацювання заяв студентів на вибір дисциплін (подають в електронній «гугл-формі»); перевірка контингенту студентів і попереднє формування груп на вивчення вибірковок дисциплін.

Також студенти інформуються через студентський путівник <https://kmim.pnu.edu.ua/студентський-путівник/>

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

Практична підготовка здобувачів здійснюється відповідно до положення «Про організацію та проведення практик...» <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/11/%D0%BD%D0%Bo%D0%BA%D0%Bo%D0%B7-805.pdf>.

Науково-дослідна практика здійснюється без відриву від навчання протягом 1,2,3 семестрів в обсязі 450 годин (15 кредитів ЄКТС). Науково-дослідна практика передбачає виконання індивідуального науково-дослідного завдання студентами здійснюється з урахуванням обраної теми кваліфікаційної роботи в терміни, означені програмою науково-дослідної практики.

Виробнича практика за фахом проходить у 2 і 3 семестрах, кожна тривалістю 4 тижнів, 12 кредитів ЄКТС. Метою практичної підготовки є поглиблення та закріплення теоретичних знань, отриманих студентами в процесі вивчення певного циклу теоретичних дисциплін, проведення аналітичних досліджень; ознайомлення з виробничим процесом чи технологічним циклом; застосування компетенцій для вирішення комплексних складних задач і проблем у сфері маркетингу, а також збір фактичного матеріалу для виконання кваліфікаційної роботи; виховання у студентів мотивації постійно вдосконалювати свої знання.

Обидва види практики покликані сприяти адаптації молодого фахівця до реального застосування набутих знань та подальшої професійної діяльності впродовж життя.

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

Набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок відповідає визначеним в освітньо-професійній програмі «Маркетинг» підготовки магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» таким загальним компетентностям як: ЗК4- здатність до адаптації та дії в новій ситуації; ЗК5- навички міжособистісної взаємодії; ЗК7 - здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Формування соціальних навичок визначається також програмними результатами навчання: Р4 - Вміти розробляти

стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації; Р5- презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами; Р8 - використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. Соціальні навички (soft skills) в рамках окремих загальних компетентностей згідно з ОП 2022 р. - «Методологія та організація наукових досліджень», «Соціальна відповідальність». Набуття соціальних навичок сприяють форми та методи організації і здійснення навчально - пізнавальної діяльності, пасивні (пояснювально-ілюстративні), активні (проблемні, інтерактивні, проєктні, інформаційні, саморозвиваючі, технологія співпраці).

Яким чином зміст ОП урахує вимоги відповідного професійного стандарту?

Професійна кваліфікація не присвоюється. У майбутньому буде розглядатись можливість узгодження освітнього та професійного стандартів, оскільки затверджено перший професійний стандарт з маркетингу. Українська Асоціація Маркетингу розробила Професійний стандарт «Фахівець – аналітик з дослідження товарного ринку», який затверджено Наказом Міністерства економіки України 18 жовтня 2021 року №751-21. Повний текст Стандарту розміщено в РЕЄСТР ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ Міністерство економіки України, на сайті УАМ <https://www.uam.in.ua/> та в журналі «Маркетинг в Україні» №5, 2021.

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

Згідно з положенням «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу...» тижневе навантаження при підготовці магістрів не повинно перевищувати 20 годин. https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/01/Polozennia-pro-OOP-25_12_2020-1.pdf
Навчальний час, відведений для самостійної роботи студента, повинен становити не менше 1/3 та не більше 2/3 загального навчального часу студента, відведеного для вивчення конкретної навчальної дисципліни. Кількість аудиторних навчальних годин для студентів денної форми навчання складає: з нормативних та вибіркових дисциплін циклу загальної підготовки - 10 годин у 1 кредиті ЄКТС (1/3 від загальної кількості годин); з нормативних та вибіркових навчальних дисциплін циклу з професійної підготовки за освітнім ступенем магістр - від 10 до 15 годин у 1 кредиті ЄКТС.
Можна стверджувати про оптимальність співвідношення аудиторного обсягу навантаження студентів на ОП та часу, виділеного їм часу на самостійну роботу. Зміст самостійної роботи визначається робочою програмою дисципліни, методичними рекомендаціями до СРС. Самостійна робота реалізується в позааудиторний час, не фіксується розкладом, але відбувається під контролем викладача. Контроль за СРС передбачено графіком навчального процесу та фіксується розкладом, підсумкові результати проведення відображаються у журналах академічних груп.

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

В Університеті діє положення «Про дуальну форму здобуття вищої освіти у Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (схвалене вченою радою 05.11.2019 року протокол № 9 та введене в дію наказом ректора №766 від 15.11.2019 р.) <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/11/Положення-дуальна-освіта.pdf>
В рамках ОП «Маркетинг» підготовки магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» окремі елементи дуальної форми освіти реалізуються в циклі практичної підготовки. Навчання на робочих місцях на підприємствах, в установах та організаціях (базах практики) проходить відповідно до завдань виробничої практики. Хоча треба визнати, що повноцінного впровадження дуальної освіти на даній ОП немає, але зрушення в цьому напрямку позитивні.

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

Правила прийому університету у 2022 року
<https://admission.pnu.edu.ua/правила-прийому-університету-2021-року/>

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

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

Інформація для вступників ОП «Маркетинг» доступна на сайті Приймальної комісії університету за посиланням: <https://admission.pnu.edu.ua/>
Вступ до магістратури здійснюється за спорідненими та неспорідненими галузями знань, спеціальностями та

передбачає складання ЄВІ з іноземної мови і фахового іспиту (Комплексний іспит з маркетингу). Фахові випробування для осіб, що вступають для здобуття ступеня магістра проводяться письмовою формою за тестовими технологіями із використанням комп'ютерної техніки. Програмові вимоги для проведення фахових випробувань готуються кафедрою менеджменту і маркетингу і затверджуються головою Приймальної комісії не пізніше ніж за три місяці до початку прийому заяв вступників. Програмові вимоги оновлюються щорічно. Програма Комплексного іспиту з маркетингу містить питання з таких обов'язкових навчальних дисциплін: Маркетинг, Маркетингові дослідження, Маркетингові комунікації, Маркетинг послуг, Логістика, Міжнародний маркетинг. Програма вступних випробувань для ЄВІ з іноземної мови формується і переглядається наказом МОНУ. Порядок проведення та критерії оцінювання вступних випробувань, програми фахових випробувань, а також тестові запитання вчасно оприлюднюються на сайті Приймальної комісії університету.

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

Питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, регулюється положенням «Про академічну мобільність учасників освітнього процесу ...», схваленим ВР університету (протокол №11 від «29» листопада 2016 р., наказ ректора (№1 від «03» січня 2017 р.) <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-akademichnu-mobilnist-uchasnykiv-osvitnoho-protsesu.pdf> та положенням «Про порядок визначення академічної різниці та перезарахування навчальних дисциплін...», схваленим ВР університету (протокол №3 від «31» березня 2015 р.), наказ ректора №191 від «01» квітня 2015р.) <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-poriadok-vyznachennia-akademichnoi-riznytsi-ta-perezarahuvannia-navchalnykh-dystsyplin-v-DVNZ-%c2%abPrykarpatskyi-natsionalnyi-universytet-imeni-Vasyliya-Stefanyka%c2%bb.pdf>

Університет визнає еквівалентними та перезараховує результати навчання отримані у закладі-партнері. Визнання результатів в рамках академічного співробітництва із закладами-партнерами здійснюється з використанням європейської системи трансферу та накопичення кредитів ЄКТС або з використанням системи оцінювання навчальних здобутків учасників освітнього процесу, прийнятої у країні закладу-партнера, якщо в ній не передбачено застосування ЄКТС. Результати підсумкової атестації студентів у період навчання у закладі-партнері представляються за прийнятою там шкалою і переводяться у шкалу, прийняту в університеті. Перезарахування погоджується, за необхідності, з гарантом ОП «Маркетинг».

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

Конкретних прикладів практики застосування вказаних правил на ОП «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» другого (магістерського) рівня вищої освіти не було.

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

Відповідаючи на виклики сьогодення, університет передбачає можливість визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, згідно положення «Про порядок зарахування результатів неформальної освіти у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника (схвалене вченою радою введено в дію наказом ректора № 819 від « 29» листопада 2019 року; із внесеними змінами наказ № 80 від «12» лютого 2021 року) https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/02/neformalna_osvita.pdf «зарахування результатів неформальної освіти з навчальних дисциплін проводять за заявою здобувача вищої освіти на ім'я керівника структурного підрозділу (декана факультету) або сертифіката про практику/стажування, або сертифіката про проходження тренінгу тощо».

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

Випадки застосування правил визнання результатів неформальної освіти на ОП «Маркетинг» підготовки магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» були присутні. Слід зазначити, що студенти спеціальності активно почали залучатись до неформальної освіти у 2020 році, особливо під час карантину, та проходили навчання на платформах Prometheus, Coursera. <https://kmim.pnu.edu.ua/неформальна-освіта-студентів/>

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Навчання в університеті на ОП здійснюється на очній (денній), заочній (дистанційній) формі навчання згідно з положенням «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу...» (розділ 5, с.11) освітній процес на ОП реалізується у таких формах: навчальні заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи з відповідними методами організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності, стимулювання і мотивації, контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної

діяльності.

https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/01/Polozennia-pro-OOP-25_12_2020-1.pdf

Викладання на ОП проводиться у вигляді комбінацій лекцій, лекцій – дискусій, практичних і семінарських занять (застосовується «технологія перевернутого класу»), розв’язання ситуаційних завдань, кейсів та «живих кейсів», самостійна робота, консультації, методи навчання враховують особливості загально - економічних знань та змісту навчальних дисциплін на даній ОП.

Для досягнення ПРН використовуються такі підходи та технології навчання: диференційований підхід; особистісно-орієнтований підхід (сприятливе освітнє середовище, мотивація до навчання, вибір змісту навчання, формування навичок самоконтролю, досягнення успіху в самореалізації тощо); інформаційні технології; дослідницькі технології; дистанційні технології.

Взаємозв’язок між навчальними дисциплінами та результатами навчання (компетентностями) наведено в таблиці 5 даної ОП.

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

Вибрані викладачами форми і методи навчання у викладанні навчальних дисциплін ОП спрямовані на поглиблення практичних знань, посилення компетентнісної складової навчання, врахування можливостей використовувати як традиційні технології передачі знань, так і сучасні технології. За основу студентоцентрованого навчання взято ідею максимального забезпечити шанс (по отриманні диплому) отримати своє місце на ринку праці, підвищити рівень «вартості» у працедавця, здатність до безперервної самоосвіти впродовж життя.

За студентоцентрованого підходу на ОП застосовуються різні способи подачі матеріалу, стимулюється заохочення в студента почуття самодостатності, водночас із забезпеченням належного рівня контролю (наприклад, студенти мають право вільного вибору теми курсової, кваліфікаційної роботи (запропонувати власну тему), забезпечується наставництво викладача.

Значна увага приділяється використанню зручних для студента форм та методів надання освітніх послуг, інтерактивності, мобільності. Студентизм також виражається правом вибору компонент.

<https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-poriadok-realizatsii-zdobuvachamy-vyshchoi-osvity-DVNZ-Prykarpatskyi-natsionalnyi-universytet-imeni-V.-Stefanyka.pdf>

Навчання на ОП передбачає, за необхідності, переведення на індивідуальний графік <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/09/%D0%BD%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7-628.pdf> Рівень задоволеності студентів встановлюється відповідно до результатів опитувань який проводиться регулярно.

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

Статут ВНЗ, п.4.4. зазначає, що НПП мають право на академічну свободу та мобільність для провадження професійної діяльності та ін.

<https://ppor.pnu.edu.ua/статут-університету/>

Академічна свобода здійснюється на принципах свободи слова, думки і творчості, поширення знань та інформації, які стосуються прав студентів, викладачів та ЗВО на інституційну автономність, відповідно до:

<https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-akademichnu-mobilnist-uchasnykiv-osvitnoho-protsesu.pdf>

Академічна свобода викладача передбачає можливість вільно обирати зміст, форми і методи своєї навчальної та наукової діяльності, визначати формат контрольних заходів.

Студенти самостійно можуть вибирати форми, методи і тематику дослідницької роботи, обирати вибіркові дисципліни, а також неформальну освіту; можливість здавати іспити у тестовій формі за їх зверненням

https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/10/329_29.05.2018.pdf, проведення занять методом відкритих дискусій; програма підтримки обдарованих студентів <https://pnu.edu.ua/стипендіальне-забезпечення/> участі в конкурсах і грантових пропозиціях університету <https://nauka.pnu.edu.ua/category/конкурси-і-гранти/>.

Здобувачам рекомендовано використовувати дистанційні курси платформ – Prometheus, Coursera, BYM, TEDxKyiv.

Функціонує гаряча лінія з ректором та «Телефон довіри» <https://pnu.edu.ua/тест-2/>

За графіком кафедри організуються індивідуальні заняття викладачами.

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 *

Ознайомлення з освітнім процесом здійснюється на основі положення «Про організацію освітнього процесу ...». На початку навчального семестру викладач інформує здобувачів про зміст, цілі курсу, ознайомлює з літературою (в тому числі із новинками), змістом та строками індивідуальних завдань та самостійної роботи.

Розкриття змістовних і практичних характеристик дисциплін міститься в силабусах навчальних дисциплін. Кожен студент ОП має доступ до цієї інформації, яка розміщена на сайті кафедри: <https://kmim.pnu.edu.ua/силабуси-маркетинг-магістр/>

Загальні критерії оцінювання навчальних предметів розроблені навчально-методичним відділом, але оцінювання окремих компонентів (контрольних робіт, тестів, індивідуальних завдань, результатів неформальної освіти тощо) розробляє викладач та повідомляє студентам на початку семестру з метою планування індивідуальної роботи студента та термінів здачі.

Матеріали щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах

окремих освітніх компонентів ОП у друкованому вигляді знаходяться на кафедрі. Крім того, через кураторів академічних груп та/або гарантів ОП проводяться зустрічі щодо роз'яснення усіх питань, котрі пов'язані із забезпеченням якості освіти, в тому числі, інформування про розміщення інформації на сайті кафедри та університету. Для зручності як студентів, так і викладачів створений електронний розклад:
<http://asu.pnu.edu.ua/cgi-bin/timetable.cgi>

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

Сучасними дієвими методами навчання та виховання молодих фахівців є залучення студентів до наукової роботи та досліджень, що підвищує здатність до самонавчання впродовж життя.

Використання індивідуальних або колективних досягнень в освітньому процесі прописано в силабусі навчальних дисциплін.

Здобувачі проходять практику та беруть участь у Проектно-освітньому центрі «Агенти змін» ПНУ

Одним із шляхів досягнення цілей та програмних результатів за ОП «Маркетинг» є залучення здобувачів вищої освіти до науково-дослідної роботи.

У рамках ОП реалізуються такі форми включення дослідницької складової в освітній процес: виконання завдань з науковою складовою у процесі вивчення профільних дисциплін, написання кваліфікаційної роботи, написання наукових статей студентами під керівництвом викладачів, обговорення результатів наукових досліджень студентів і викладачів кафедри під час лекційних та семінарських занять, участь у наукових конференціях різного рівня, науково-практичних семінарах, участь у наукових гуртках.

Обов'язковим розділом кваліфікаційної роботи є розділ, в якому наводяться результати їх наукових досліджень, проведених в рамках обраної тематики роботи.

Наукова робота магістрів здійснюється в рамках функціонування гуртка «Проблеми формування та управління асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг у контексті виходу на зовнішні ринки» (керівник доц. Шурпа С.Я.) та наукового гуртка «Новітній маркетинг» (доц. Гречаник Н.Ю.), «Marketing» (проф. Благун). Варто зазначити, що студенти-магістри залучаються до проведення проблемних лекцій за узгодженою тематикою <https://kmim.pnu.edu.ua/marketing/>

Випускниця ОП Гулей Мар'яна отримала працевлаштування у ГО «Науково-аналітичний центр Івано-Франківської ОТГ», після презентації проекту своєї кваліфікаційної роботи у стейхолдера Харука Романа. Варто зазначити, що позитивні результати взаємної співпраці досягаються під керівництвом НПП ОП Маркетинг та, власне, стейхолдерами.

Команда економічного факультету ПНУ «Marketing PNU» у складі студентів-магістрів спеціальності «Маркетинг» у складі Тетяни Баляк та Дениса Рижих стала призером II Міжнародної олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» та нагороджена дипломом III ступеня у номінації «Презентація». Захід проходив дистанційно на базі Інституту досліджень цифрової економіки Карагандинського університету імені академіка О.О. Букетова, в олімпіаді взяли участь 25 команд (71 учасник) з Казахстану і країн СНД (керівник – гарант Благун І.І.). Студентка Майданська Оксана у складі команди економічного факультету стала призером міжнародного конкурсу «Золотий компас», посівши III-тє місце у секції «Маркетинг».

Отримані наукові результати здобувачів вищої освіти публікуються у матеріалах конференцій та/або наукових фахових виданнях <https://kmim.pnu.edu.ua/наукова-робота-студентів/>

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

Система перегляду та оцінювання змісту освітніх компонентів ОП базується на результатах моніторингу. Критерії, за якими відбувається перегляд ОП, формуються як у результаті зворотного зв'язку із науково-педагогічними працівниками, студентами, випускниками і роботодавцями, так і завдяки прогнозуванню розвитку галузі та потреб суспільства.

Затвердження та зміни РПНД, силабусів, інших навчально-методичних матеріалів здійснюються відповідно положення «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу». Дані документи містять виклад конкретного змісту навчальної дисципліни, послідовність, організаційні форми її вивчення та їх обсяг, визначають форми та засоби поточного, модульного і підсумкового контролю.

З одного боку, ініціаторами оновлення освітніх компонентів, насамперед, є викладачі кафедри, які щороку відповідно до актуальних наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі мають змогу змінити структурні складові силабусів. З іншого боку, ініціатором оновлення освітніх компонентів є керівництво ЗВО, структурного підрозділу, що виражається внесенням змін до циклу дисциплін гуманітарної підготовки (за рішенням ВР університету), внесенням змін до циклу самостійного вибору студента (за рішенням ВР навчальних підрозділів). Варто зазначити, що здобувачі вищої освіти, які в процесі навчання, під час анкетування, участю у засіданнях ВР факультету мають можливість висловлювати свої побажання. Як доповнення до тематик окремих компонентів залучаються лектори у форматі гостьових лекцій, в тому числі - випускники даної ОП (в тому числі, в рамках роботи гуртків «Новітній маркетинг» і «Marketing»).

Теми кваліфікаційних робіт є актуальними, мають теоретичне і прикладне значення, відповідають сучасному стану та перспективам розвитку науки, а також враховують особистий інтерес студента. Зокрема, у 2022 році актуалізовано євроінтеграційний контекст наукових досліджень. Також щорічно оновлюються тематики курсових робіт, програми практик тощо.

Знаходить відображення у змісті та проведенні освітніх компонентів активна участь проєктної групи ОП за межами основної роботи.

Зокрема, участь гаранта програми проф. Благуна І.І. та доц. Шурпа С.Я. у науковому консультуванні щодо організації маркетингової діяльності, проведення досліджень зокрема, відомого на Прикарпатті ТОВ «Надія».

ББлагуни І.І. протягом 2019 року він брав участь у реалізації міжнародного проекту «Ефективність розвитку громади у залученні громадян до прийняття рішень», Програма U-LEAD) з Європою, де виступав волонтером та проводив індивідуальні консультації в питанні, маркетингу громади.

Результати неформальної освіти та проф. Благуна І.І. також посприяли змістовному оновленню курсів викладача. Доц.Гречаник Н.Ю. активно бере участь у проектній діяльності, науковому консультуванні, програмах регіонального розвитку, є членом виконавчого комітету Івано-Франківської ТГ, радником голови м.Івано-Франківськ

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

Міжнародна академічна мобільність на ОП підтримується положенням «Про академічну мобільність ...» та в контексті Стратегії інтернаціоналізації університету <https://ic.pnu.edu.ua/стратегія-%20інтернаціоналізації/>: а також студентської мобільності <https://ic.pnu.edu.ua/угоди-про-співпрацю/>.

Викладачі кафедри стали учасниками проектів.

1. Проект ЄС TEMPUS «BUSEEG-RU-UA», гранхолдер - Віденський економічний університет, Австрія. <https://kmim.pnu.edu.ua/проект-європейського-союзу-tempus-buseeg-ua-ru/>

2. Проект ЄС ERASMUS+ITE-VE, грантхолдер –Університет Констанц, Німеччина. <https://kmim.pnu.edu.ua/проект-єс-erasmus-ite-vet/>

Міжнародні стажування викладачів: <https://kmim.pnu.edu.ua/наукова-робота-викладачів/>

Гарант програми Благуни І.І. у 2018р. пройшов міжнародне наукове стажування у м. Пшеворськ, Польща Higher school of Social and Economic in Przeworsk <https://kmim.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/67/2021/01/Міжнародне-стажування-Благуни-І.І..pdf>.

Члени проектної групи Гречаник Н.Ю. та Шурпа С.Я. пройшли міжнародне наукове стажування «Європейська та польська системи вищої освіти: практика, досвід, інноваційні методи навчання» (180 год. 6 ЄКТС) в Університеті економіки в Бидгощі у Польщі.

Здобувачі освіти та НПП на ОП мають доступ до міжнародних інформаційних ресурсів та баз даних, що здійснюється через сайт наукової бібліотеки університету <http://lib.pnu.edu.ua>

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

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

Відповідно до Порядку організації та проведення оцінювання успішності студентів https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf

Для оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в межах навчальних дисциплін обрані наступні види контролю: поточний, модульний та підсумковий.

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Поточний контроль в межах навчальних дисциплін включає:

- тестування - дозволяє перевірити рівень підготовки студентів до виконання конкретної роботи;
 - творче завдання - проводиться з метою формування вмінь і навичок у студентів практичного спрямування, формування наукового мислення;
 - самостійна робота - дозволяє виявити вміння чітко, логічно і послідовно відповідати на поставлені запитання, вміння працювати самостійно;
 - індивідуальна робота студентів (презентації дослідно-проектних робіт, контрольні роботи, звіти про практику, курсові роботи) - проводиться протягом семестру з метою отримання практичних навичок та умінь щодо використання та опрацювання наукових джерел, написання статей, тез, оформлення звітів, розробки презентацій.
- Форми контролю навчальних дисциплін: усне та письмове опитування, тестовий контроль, захист індивідуальних робіт, захист лабораторних, розрахункових робіт, доповіді на семінарських заняттях. Результати поточного контролю є основною інформацією при проведенні заліку і враховуються при визначенні підсумкової екзаменаційної оцінки.

Модульний контроль проводиться на підставі оцінювання результатів знань студентів після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни - змістового модуля.

Підсумковий контроль в межах навчальних дисциплін проводиться у формі іспиту / заліку (за сумою накопичених протягом вивчення дисципліни балів), який спрямований на перевірку знань студентів. Підсумкові знання студентів оцінюється як з теоретичної, так і з практичної підготовки за такими критеріями: «відмінно» - 90-100 балів, «добре» - 70-89 балів, «задовільно» - 51-69 балів, «незадовільно» - до 50 балів. Атестація випускників ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи.

Форми контрольних заходів у межах навчальних дисциплін ОП регламентовано положенням «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу ...».

За рівнем контролю розрізняють: самоконтроль, кафедральний, факультетський, ректорський, міністерський.

Більша ефективність самоконтролю забезпечується в тому числі створенням в університеті електронним репозитарієм хрестоматій навчальних дисциплін.

Детальні порядок і кількісна шкала критеріїв оцінювання прописані в РПНД та силабусах для кожної дисципліни.

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

Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти забезпечуються шляхом ознайомлення студентів перед початком викладання кожної навчальної дисципліни зі змістом навчальної дисципліни; видами контролю та шкалою оцінювання кожного виду, відображену у силабусі, за столбальною шкалою; положенням «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу...» (зі змінами накази ректора № 61 від «31» січня 2020р.; № 361 від 31 липня 2020р) Чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень забезпечується пунктами 1-3 Порядку організації та проведення оцінювання успішності студентів <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/11/PORYaDOK-Orhanizatsii-Ta-Provedennia-Otsiniuvannia-Uspishnosti-Studentiv-Prykarpatskoho-Natsionalnoho-Universytetu-Im.-Vasyliya-Stefanyka.pdf>

В силабусах, в пункті «Система оцінювання курсу» наведено загальну систему оцінювання курсу, вимоги до письмової роботи, аудиторних занять та умови допуску до підсумкового контролю. Система оцінювання модульного контролю за кожною дисципліною є різною, відображається в силабусах та оголошується студентам на першому занятті. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за національною, 100-бальною та шкалою ЄКТС, що відображено як в силабусах та озвучується викладачем на першому занятті.

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

Інформацію про форми контрольних заходів із різних навчальних дисциплін та критерії оцінювання здобувачі вищої освіти отримують заздалегідь.

На перших заняттях із дисципліни (лекційному чи практичному) викладач знайомить із тематикою всіх видів занять, зокрема й контрольних заходів, розподілом часу, відведеного на засвоєння навчальних тем та тем, винесених на самостійне вивчення; повідомляє про орієнтовні терміни, теми та процедуру проведення контрольних заходів; знайомить із узагальненими засобами діагностики, описом критеріїв та процедурою оцінювання результатів такої роботи.

Інформація щодо чіткості та зрозумілості критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти уточнюється викладачем перед проведенням контрольного заходу і, за потреби, деталізується повторно. Оцінки, отримані студентом за кожен вид контролю вносяться до журналу занять академічної групи, враховуються при визначенні підсумкової оцінки (рейтингу) з даної навчальної дисципліни і доводяться до студента у день їх проведення. Графік іспитів фіксується електронним розкладом, розміщеним на сайті університету.

В період дії карантинних умов, отримані студентом результати після кожного онлайн заняття заносяться в електронний журнал академічної групи. Регулюється положенням «Про електронний журнал обліку навчальної роботи здобувачів освіти у ВНЗ...», введене в дію наказом ректора №794 від 31.12.2020 р. <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/01/elektronni-zurnal.pdf>

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

Відповідно до Стандарту вищої освіти спеціальності Маркетинг «Атестація може здійснюватися у формі публічного захисту (демонстрації) кваліфікаційної роботи». На ОП Маркетинг атестація здійснюється у формі публічного захисту (демонстрації) кваліфікаційної роботи, або регулюється додатковими розпорядженнями у непрогнозованих умовах (військовий стан, кризові явища). Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми в сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов та вимог <https://kmi.m.pnu.edu.ua/навчально-методичні-матеріали/>.

Згідно положення «Про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії в Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника формується склад, організація, порядок роботи, підведення підсумків роботи Екзаменаційної комісії. <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-poriadok-stvorennia-ta-orhanizatsiiu-roboty-Ekzamenatsiinoi-komisii-u-DVNZ-%C2%ABPrykarpatskyi-natsionalnyi-universytet-imeni-Vasyliya-Stefanyka%C2%BB-%E2%84%9633-vid-27.01.2015r..pdf>

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

Положення «Про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти...» <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/10/Положення-ВСЗЯ.pdf>

Положення «Про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів...» https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf

Положення «Про порядок повторного вивчення дисциплін (кредитів ECTS) в умовах ECTS»

<https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/08/Nakaz-pro-poriadok-povtornoho-vyvchennia-dystsyplin-kredytiv-ECTS-v-umovakh-ECTS-Poriadok-vstanovlennia-vidpovidnosti-navchalnykh-dystsyplin-praktyk-profiliiu-kafedr-universytetu.pdf>

Положення «Про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії ...»

<https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-poriadok-stvorennia-ta-orhanizatsiiu-roboty-Ekzamenatsiinoi-komisii-u-DVNZ-%C2%ABPrykarpatskyi-natsionalnyi-universytet-imeni-Vasyliya-Stefanyka%C2%BB-%E2%84%9633-vid-27.01.2015r..pdf>

Наказ ректора №329 від 29.05.2018 р. про використання тестової форми проведення семестрових екзаменів та підсумкової атестації https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/10/329_29.05.2018.pdf

Поточний контроль частково передбачений дистанційно. Підсумковий контроль, за заявою здобувача або

викладача, може відбуватись в тестовій формі з використанням комп'ютерних технологій, а також повторний контроль (талон №3) .

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

Об'єктивність екзаменаторів забезпечується через чітке дотримання науково-педагогічними працівниками політики курсу і особистої гідності. Університет забезпечує об'єктивність оцінювання контрольних заходів шляхом моніторингу якості освітнього процесу (опитування, тестування тощо) і внесення необхідних змін щодо підвищення його ефективності., які окреслені у положенні «Про організацію освітнього процесу...». Зокрема, у п. 8.1 чітко прописані критерії оцінювання навчальних досягнень студентів за національною шкалою.

https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/01/Polozennia-pro-OOP-25_12_2020-1.pdf

Практикується тестова форма оцінки знань з використанням комп'ютерних технологій відповідно до наказу ректора № 329 від 29.05.2018 р. «Про використання тестової форми проведення семестрових екзаменів та підсумкової атестації з використанням комп'ютерних технологій», що теж забезпечує об'єктивність екзаменаторів. Процедура запобігання та врегулювання конфлікту інтересів регулюється такими документами: <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>

Положенням про Комісію з питань етики та академічної доброчесності; Кодексом честі ВНЗ, положення «Про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів (пункт 6. Порядок оскарження результатів (семестрового) підсумкового контролю), Наказ №329 від 29.05.2018 Про використання тестової форми проведення семестрових екзаменів та підсумкової атестації з використанням комп'ютерних технологій.

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

Повторне проходження контрольних заходів, зокрема заліків та екзаменів, допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: за талоном № 2 студент складає повторно залік чи екзамен викладачеві, за талоном № 3 студент складає залік чи екзамен при комісії, яка створюється керівником навчального структурного підрозділу. Рішення комісії є остаточним. В кризових умовах дані заходи проводяться дистанційно.

Якщо студент отримав не більше трьох незадовільних оцінок у процесі ліквідації академічної заборгованості (FX), то він має право на повторне вивчення дисципліни за рахунок власного часу, яке не фінансується з бюджетних коштів. Процедура повторного вивчення дисципліни регулюється Положенням «Про порядок повторного вивчення дисциплін (кредитів ECTS) в умовах ECTS», введено в дію наказом ректора №18 від 2.02.2016р.)

<https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/08/Nakaz-pro-poriadok-povtorno-ho-vyvchennia-dystsyplin-kredytiv-ECTS-v-umovakh-ECTS-Poriadok-vstanovlennia-vidpovidnosti-navchalnykh-dystsyplin-praktyk-profilu-kafedr-universytetu.pdf>

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

Порядок оскарження студентом результатів семестрового (підсумкового) контролю регламентується документом «Порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019)

https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/04/isinuvannia_nove2.pdf

У документі вказано, що студенти мають право звернутися до завідувача кафедри з мотивованою заявою щодо оскарження (апеляції) результатів семестрового (підсумкового) контролю, у якій вказується конкретна причина оскарження, не пізніше наступного робочого дня після оголошення оцінки. Завкафедри своїм розпорядженням створює апеляційну комісію із трьох викладачів (один із яких є викладач, дії якого оскаржують), яка розглядає апеляцію в присутності студента впродовж наступного дня після її подання. У випадку виникнення спірних питань, що не можуть бути вирішені іншим способом, апеляційна комісія може запропонувати підтвердити рівень своїх знань у тестовій формі з використанням комп'ютерних технологій. За наслідками розгляду заяви апеляційна комісія може або залишити підсумкову оцінку без зміни, або збільшити її. Рішення апеляційної комісії є остаточним та оскарженню не підлягає.

На даній ОП необхідності застосування таких процедур не було.

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

Документи ЗВО, що містять політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності:

<https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>

1. Положення «Про запобігання академічному плагіату Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

2. Положення «Про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

3. Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Відділ запобігання та протидії корупції (керівник відділу - Костелей Ю.І.), завданням якого є попередження різних проявів корупції, в тому числі і шляхом моніторингу відгуків у соціальних мережах.

Функціонує гаряча лінія з ректором <https://pnu.edu.ua/тест-2/>.

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

Відповідно до положення «Про запобігання академічному плагіату» ЗВО використовує системи виявлення текстових збігів/ідентичності/схожості такі як Unicheck (<https://unicheck.com/>) та Plagiat.pl (<https://plagiat.pl>), які рекомендовано МОН України.

З метою об'єктивності оцінювання та прозорості використовується тестова форма проведення семестрових екзаменів та підсумкової атестації з використанням комп'ютерних технологій. https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/10/329_29.05.2018.pdf

Опитування стейкхолдерів https://cqa.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/149/2022/09/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%BC%D0%B0%D0%B3_%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%81_22%D1%80.pdf

Крім того, в якості експерименту запроваджено тестову форму семестрових екзаменів з використанням комп'ютерних технологій <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/12/%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F-177-%D1%80.pdf>)

Для студентів, які навчаються за індивідуальним графіком передбачено контроль якості знань:

<https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/02/%D0%BD%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7-70.pdf>

Гаряча лінія з ректором <https://pnu.edu.ua/#>

Ставлення здобувачів ЗВО до процедури дотримання академічної доброчесності з'ясується під час періодичних опитувань.

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

<https://pnu.edu.ua/?s=доброчесність>

В університеті вироблено основні принципи та заходи, які популяризують академічну доброчесність серед студентів. Задля цього здобувачів вищої освіти інформують про необхідність дотримання Кодексу честі університету та знайомлять зі змістом указанного положення, а також положення «Про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі студентів» .

Відповідно до положення «Про запобігання академічному плагіату»

<https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/10/положення-про-запобігання-плагіату-у-ДВНЗ-Прикарпатський-національний-університет-імені-Василя-Стефаника.pdf>

Задля деталізації цих понять і знайомлення із існуючою нормативною базою, проводяться зустрічі кураторів груп та/або гарантів ОП із здобувачами освіти.

Питання академічної доброчесності розглядалось у рамках проведення тренінгів щодо акредитації освітніх програм та, загалом, проводяться на регулярній основі:

<https://pnu.edu.ua/blog/2019/12/26/тренінг-з-питань-акредитації-освітні/>

<https://pnu.edu.ua/blog/2020/07/01/21244/>

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

За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування з навчального закладу; позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих навчальним закладом пільг з оплати навчання.

<https://pnu.edu.ua/blog/2019/09/19/14376/>

Реакція на порушення академічної доброчесності також унормована в положенні «Про запобігання академічному плагіату». Наприклад, якщо кваліфікаційна робота не допускається до захисту через виявлення плагіату, що підтверджено у висновку про допуск роботи до захисту, до здобувача вищої освіти застосовуються заходи академічної відповідальності: від ґрунтового доопрацювання - аж до відмови у захисті диплому та анулювання попередніх результатів, про що вказується у висновку про недопущення роботи до захисту.

6. Людські ресурси

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

Під час процедури конкурсного добору викладачів ЗВО керується положенням «Про порядок заміщення посад науково-педагогічних працівників», наказ ректора №856 від 28.12.2018 р. <https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/01/Положення.pdf>

Процедури конкурсного добору викладачів є прозорими і дають можливість забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми. Способи забезпечення необхідного рівня професіоналізму викладачів зафіксовані у даному положенні.

За результатами конкурсного добору що передбачено п.2, п.3.,п.4 положення «Про порядок заміщення посад науково-педагогічних працівників...», з претендентом укладається контракт. Конкретні зобов'язання в контракт

НПП вносяться відповідно п.5 даного положення.

Щорічно, кожним структурним підрозділом проводиться рейтингування викладачів, відповідно до положення «Про рейтингове оцінювання ефективності роботи НПП» № 898 від 28.12.2019, наказ ректора №11 від 27.12.2019р. <https://knni.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/43/2020/03/Положення-про-рейтингове-оцінювання-викладачів.pdf>

Окрім, в університеті здійснюється опитування студентів щодо ефективності роботи НПП з точки зору навчального процесу «Викладач очима студентів». При конкурсному доборі, окрім основних відомостей претендента, враховують рейтинг та оцінку студентів.

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

До організації та реалізації освітнього процесу на ОП залучаються роботодавці через участь в практичній підготовці фахівців (в ОП - це навчальні та виробнича практика). Відповідно до положення «Про організацію та проведення практики...» <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/11/наказ-805.pdf> та документів кафедри менеджменту і маркетингу щодо проведення практики участь роботодавців полягає в підписанні угоди щодо проведення практики з студентами ЗВО; організації та контролю проходження практики студентами у конкретних підрозділах бази практики; виконанні завдань практики. Базами практики виступають підприємства (установи, організації) різних видів та форм власності; органи державної влади та місцевого самоврядування; громадські організації, з якими підписані довгострокові угоди <https://kmim.pnu.edu.ua/угоди-про-співпрацю/> чи короткострокові угоди про проходження практики. Активність роботодавців у такого роду співпраці із ЗВО зумовлюється встановленням довгострокових відносин на основі підписаних угод і взаємовигідністю цієї співпраці через подальше працевлаштування кращих випускників ЗВО. Зокрема, студенти ОП Маркетинг після проходження виробничої практики неодноразово, на основі оцінки їх професійних компетентностей, отримали пропозицію працевлаштування від бази практики. Варто зазначити прізвища цих студентів: Кицька Оксана, Сарабин Тетяна, Білодід Лілія, Гулей Мар'яна, Рожнів Олег.

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

Відповідно до щорічних нормативних документів ЗВО щодо розподілу навчального навантаження на ОП залучаються професіонали-практики, (підтвердження - картки навчального навантаження 2020-2021, зокрема, к.е.н, директор з маркетингу ПП «БК Ярковиця» Земляков І.).

В університеті регулярно систематично організуються зустрічі з професіоналами в галузі економіки, про що повідомляється на сайті та соціальних мережах. Зокрема, регулярними є зустрічі з провідним економістом світу, уродженцем Івано-Франківська, Романом Шереметою (Case Western Reserve University, Faculty Director of MBA Program in Weatherhead School of Management) <https://pnu.edu.ua/blog/2018/05/07/випускник-університету-всесвітньо-в/>, <https://pnu.edu.ua/blog/2019/06/12/12402/> <http://agencyzmin.pnu.edu.ua/en/home/>

Кафедра впровадила практику читання гостьових лекцій. Зокрема, 26.11.2020 року проведено лекцію із випускником програми, відомим бізнесменом – мільйонером Богданом Боечко, котрий працює на світових ринках агропродукції:

<https://alumni.pnu.edu.ua/події/>

Це також слугує гарним прикладом для теперішніх здобувачів і дає можливість переконатись у правильності вибору.

В рамках проведення гуртка «Новітній маркетинг» залучались студенти – магістри, які працюють та навчаються одночасно та діляться своїм досвідом формування кар'єрного шляху .

<https://kmim.pnu.edu.ua/marketing/>

<https://kmim.pnu.edu.ua/новітній-маркетинг/>

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

Професійний розвиток викладачів ОП у ЗВО регулює положення «Про стажування та підвищення кваліфікації наукових, педагогічних і науково-педагогічних працівників...» (наказ ректора № 210 від 06 квітня 2020 року).

https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/210_06.04.2020.pdf

Підвищення кваліфікації, стажування штатних працівників зазначено на сайті: <https://kmim.pnu.edu.ua/наукова-робота-викладачів/>

ЗВО сприяє професійному розвитку викладачів, фінансуючи видання монографій та фахових видань, що входять до наукометричних баз Scopus та Web of Science.

У кожному структурному підрозділі проводиться рейтинг викладачів, відповідно до положення «Про рейтингове оцінювання ефективності роботи НПП» № 898 від 28.12.2019, наказ ректора №11 від 27.12.2019р.

<https://knni.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/43/2020/03/Положення-про-рейтингове-оцінювання-викладачів.pdf>

Процедуру моніторингу рівня професіоналізму викладачів у ЗВО здійснює Навчально-науковий центр якості надання освітніх послуг і дистанційного навчання, одним із напрямів діяльності якого є проведення внутрішньо-університетського моніторингу (положення «Про моніторинг якості рівня знань здобувачів вищої освіти ..» № 43-АГП від 02.03.2016р.)

<https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2018/04/Polozhennia-pro-monitorynh-yakosti-rivnia-znan->

Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності

У колективному договорі зазначено, що передбачені на видатки преміювання, стимулювання творчої праці й педагогічного новаторства, надбавки працівникам <https://knni.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/43/2020/01/Колективний-договір.pdf>

В університеті діє система стимулювання розвитку викладацької майстерності відповідно до положення «Про підтримку НПП університету, які публікують праці у виданнях, що входять до наукометричних баз Scopus та Web of Science», наказ ректора №703 від 31.10.2018р.

<https://knni.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/43/2020/02/Положення-про-підтримку-наукових-і-науково-педагогічних-працівників-Scopus.pdf>

В університеті передбачено такі види стимулювання НПП: 1) зменшення годин навчального навантаження; 2) диференційоване преміювання.

Після завершення процедури рейтингування у структурних підрозділах, кращі викладачі отримують надбавки до посадового окладу.

Для закінчення дисертаційних робіт, написання підручників, монографій НПП надається творча відпустка відповідно до положення «Про порядок надання творчих відпусток» <https://pnu.edu.ua/документи/>

Моральною формою заохочення викладачів є відзнаки: медаль «За заслуги перед університетом», «Подяка ректора» відповідно до положення «Про заохочувальні відзнаки» <https://pnu.edu.ua/документи/>

До форм нематеріального стимулювання можна віднести роботу навчально-методичного центру «Університет обдарованої дитини» (УОД), що діє при Науковому парку, <https://pnu.edu.ua/blog/2020/06/15/розпочалися-цікаві-канікули-2020-від/>.

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

Фінансові ресурси ОП формуються відповідно до Статуту та інших нормативних документів ЗВО. Університет є сучасним і потужним навчально-науковим комплексом, має сучасну матеріальну та розвинену соціальну інфраструктуру. Базою для підготовки фахівців спеціальності «Маркетинг» слугують 14 аудиторій економічного факультету, з яких 5 лекційних аудиторій обладнані мультимедійною апаратурою, що становить 35,7%, 7 спеціалізованих комп'ютерних лабораторій інформаційно-обчислювального центру <http://lib.pu.if.ua/elibrary.php>, Internet-центр, бібліотека з 14 читальними залами <http://lib.pnu.edu.ua/index.php>, електронна бібліотека <http://lib.pu.if.ua/elibrary.php>. Сту В рамках міжнародних грантів вдалося здійснити оснащення аудиторії обладнанням, що сприяє підготовці студентів із застосуванням інноваційних методів навчання. На практичних заняттях здійснюється використання програмних продуктів Canva, Gimp, Inkscape, Google Analytics, Google Ads та ін.

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

Університет забезпечує вільний до власної інфраструктури, інформаційних ресурсів, доступ до Wi-Fi; до баз даних Scopus та Web of Science.

У структурі ЗВО є навчально-виробнича лабораторія виховної та психолого-педагогічної роботи <https://vvrpr.pnu.edu.ua/>, яка пропонує студентам проведення тематичних бесід, навчальних семінарів, тренінгів, майстер-класів; анонімних психологічних тестувань та консультацій; проводить наставництво серед НПП «Школа кураторів».

Центр PARAGRAPH, перший у Івано-Франківську створений спільними ініціативами студентів університету та реалізацією програми міських грантів «Тепле місто».

Проектно-освітній центр "Агенти змін" <http://agentyzmin.pnu.edu.ua/ua> є платформою для практичної співпраці з представниками територіальних громад.

Студентський профком <https://pnu.edu.ua/студентський-профком/>

Студентський сенат <https://senat.pnu.edu.ua/>

На допомогу студенту розроблено Путівник студента https://senat.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/135/2019/11/Студентський_путівник_2019-20-25.10.pdf

Студенти університету проживають в 4 гуртожитках, що забезпечує потребу. В університеті обладнано медичний пункт, функціонує комплекс їдалень, стадіон «Наука», тренажерний зал, три спортивних зали.

Концепцією розвитку Університету заплановано розвиток навчально-методичної бази, міжнародного центру зустрічей студентської молоді у гірському с.Микуличин (Івано-Франківська область), реалізовується унікальний міжнародний проєкт щодо відновлення астрономічної обсерваторії на горі Піп Іван <https://pnu.edu.ua/піп-іван/>

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

В університеті функціонує навчально – виробнича лабораторія виховної та психолого-педагогічної роботи: <https://vvprr.pnu.edu.ua/безпечність-освітнього-процесу/> Даний підрозділ має розроблену модель організації виховного процесу університету <https://vvprr.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/129/2018/06/Модель-орг-ції-відділу.pdf>

Проводяться регулярно просвітницькі семінари на актуальну тематику <https://vvprr.pnu.edu.ua/category/новини-навчально-виробничої-лаборат/> та повний супровід педагогічного процесу із врахуванням вікової групи здобувачів та їх ціннісних орієнтирів.

Згідно положення «Про порядок заміщення НПП...» <https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/01/Положення.pdf> п.2 (п.3), при проходженні конкурсної процедури НПП слід подати довідку психіатричного огляду.

Проведені бесіди на теми формування здорового способу життя, профілактики різних захворювань <https://vvprr.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/129/2019/09/інститути.pdf> (2019) та <https://vvprr.pnu.edu.ua/2020/12/28/інформаційний-моніторинг-проведени-51/> (2020 рік)

Розроблено план заходів попередження булінгу та насильства в освітньому просторі та створено комісію розгляду випадків булінгу та насильства.

<https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/03/%D0%BD%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7-155.pdf>

Питання безпеки життя та здоров'я здобувачів вищої освіти у відображенні у стратегії ЗВО у векторі розвитку «Студентський простір» <https://pnu.edu.ua/стратегія-розвитку-університету/>

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

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

Механізми освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти мають багаторівневу структуру - загально університетський, факультетський, кафедральний, особистісний. На загально університетському рівні створені всі передумови забезпечення належних умов навчання. Для студентів розроблено «Путівник студента» https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/10/Студентський_путівник_2019-20-25.10.pdf.

Навчально-виробнича лабораторія виховної та психолого-педагогічної роботи пропонує елементи консультативної та соціальної підтримки в рамках проведення тематичних бесід, навчальних семінарів, тренінгів, майстер-класів; проведення анонімних психологічних тестувань (індивідуальних, групових) на професійну спрямованість, визначення здібностей і обмежень; причин особистісних та групових конфліктів, причин невдоволення перебування в університеті; надання кваліфікованої допомоги у вирішенні особистісних та навчальних проблем (від нерозділених почуттів, депресивних станів до навчальних проблем). Варто зазначити, що як результат діяльності цього відділу, вдалось вчасно застосовувати превентивні заходи у багатьох ситуаціях через ідентифікацію проблем та їх коректні методи вирішення.

Факультетський рівень освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти відбувається через деканат. Кафедральний та особистісний - через НПП та допоміжний персонал. Комунікація зі студентами відбувається як опосередковано - через старост академічних груп та їх кураторів, так і безпосередньо, коли студент вільно спілкується з викладачами та адміністрацією факультету. При цьому використовуються сучасні засоби комунікації: корпоративна пошта, спільноти у соціальних мережах. Студенти ОП мають вільний доступ до інформації про ОП, документів, що її регламентують, силабусів ОП. Діє система підтримки студентів при виборі місця практики, сприяння кар'єрному старту через взаємодію з стейкхолдерами.

Створено недержавний фонд стипендіальної підтримки студентів: стипендії Благодійного Фонду «Повір у себе»; стипендії Фонду Інституту Східноєвропейських досліджень; стипендії Фондації Лозинських (США).

<https://pnu.edu.ua/недержавні-стипендії/>

Ефективність обраних каналів комунікації визначається рівнем задоволеності здобувачів вищої освіти цією підтримкою відповідно до результатів опитувань, що систематично проводяться відділами університету.

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)

У Статуті університету (розділ 4.7, п.28)

<https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/statut.pdf> вказано, що університет зобов'язаний створювати необхідні умови для осіб з особливими освітніми потребами.

Студенти, що мають інвалідність, матері дітей до 1 року можуть навчатися за індивідуальним графіком відповідно до положення «Про порядок навчання студентів за індивідуальним графіком». <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/09/наказ-628.pdf>

Приміщення університету пристосовані до задоволення потреб осіб із обмеженими фізичними можливостями та інших маломобільних груп, також в університеті розроблений план-графік пристосування приміщень для таких категорій осіб.

https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/04/dostupnist_dlya_malomobilnykh_group_2018-1.pdf

За допомогою: дистанційного навчання <http://d-learn.pu.if.ua/> студенти з особливими потребами можуть повноцінно здобувати знання та складати проміжні контролю знань, електронного ресурсу <http://lib.pnu.edu.ua/elibrary.php> користуватися фондом бібліотеки, зокрема електронними хрестоматіями. Прийнятий Порядок супроводу (надання допомоги) особам з інвалідністю та іншим маломобільним групам населення <https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/01/порядок-супроводу.pdf>
Розроблено проект положення «Про організацію інтегрованого навчання осіб з особливими освітніми потребами у вищих навчальних закладах»
<https://vppr.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/129/2018/06/Положення-про-навчання-осіб-з-особливими-освітніми-проблемами.pdf>

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

Статутом університету (розділ 4.7, п.23) <https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/statut.pdf> визначено право здобувачів освіти на захист від будь-яких форм експлуатації, фізичного та психічного насильства. Обов'язками науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників є дотримуватися норм педагогічної етики, моралі, Статуту Університету, Правил внутрішнього трудового розпорядку Університету, законів, інших нормативно-правових актів, поважати гідність осіб, які навчаються в університеті, що сприяє запобіганню конфліктних ситуацій, зокрема й тих, які пов'язані з дискримінацією, сексуальними домаганнями, корупцією, та оптимізації процедури їх вирішення.

Університетом реалізується чітка та зрозуміла політика й процедури врегулювання конфліктних ситуацій, що є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються під час реалізації освітніх програм. Ректор розглядає звернення і створює комісію з розгляду випадку конфлікту, яка з'ясує всі його обставини.

Навчально-виробничою лабораторією виховної та психолого-педагогічної роботи університету <https://vppr.pnu.edu.ua/2019/10/21/порядок-реагування-на-доведені-випадки/> розроблено чіткий регламентований порядок реагування на доведені випадки булінгу (цькування) і насильства у закладі освіти та відповідальність причетних осіб.

Також діє положення “Про організацію запобігання та протидії насильству (в тому числі булінгу) в освітній громаді університету” <https://vppr.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/129/2018/06/Додаток-до-наказу-№148-від-31.03.2022.pdf>

Діяльність ЗВО з питань запобігання та виявлення корупції здійснюється на основі чинного законодавства України. В університеті створено відділ з питань запобігання та виявлення корупції в університеті.

<https://vzv.pnu.edu.ua/2020/10/26/привіт-світ/>

Про корупційні правопорушення та інші зловживання з боку працівників університету можна повідомити, надіславши листа на електронну скриньку для спілкування з ректором або зателефонувавши за телефоном довіри, або звернувшись до відділу запобігання та протидії корупції.

Під час реалізації ОП, що акредитується, означених конфліктних ситуацій не виникало.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП регулюються положенням «про кадрове забезпечення освітніх програм та кадрове забезпечення освітнього процесу освітніх програм у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (схвалене вченою радою 22.02.2022 року протокол №2 та введене в дію наказом ректора № 146 від 29 березня 2022 року) <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/03/kadrove-zabezpechennia.pdf> положення «Про освітні програми у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/07/Polozennia-pro-OP_14.07.2022.pdf

З метою моніторингу питань, що стосуються порядку планування і проведення внутрішніх аудитів системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти, а також аналізу отриманих результатів розроблено положення «Про порядок проведення внутрішніх аудитів системи забезпечення якості», введено в дію наказом ректора №725 від 07.12.2020 р.

<https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2020/12/polozenna-pro-aydut.pdf>

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

Перегляд ОП відбувається за результатами постійного моніторингу ринку праці і зворотного зв'язку із академічною спільнотою, студентами і роботодавцями. Регулюється процедура https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/07/Polozennia-pro-OP_14.07.2022.pdf

Критерії, за якими відбувався перегляд ОП, формувалися як результат зворотного зв'язку з НПП, студентами і

роботодавцями, а також внаслідок прогнозованих досліджень.

Відповідно до протоколу № 1 ВР від 02.02.2021 року та наказу ректора № 22/06-12-с від 04.02.2021 р. затверджено уточнений кадровий склад ОП та кадровий склад освітнього процесу.

Оновлення ОП Маркетинг 2022 року відбулось в результаті пропозицій стейкхолдерів та схвалено ВР університету, протокол №4 від 26.04.2022 року, наказ ректора № 47/06-12-с від 10.05.2022р.).

<https://kmim.pnu.edu.ua/пропозиції-стейкхолдерів-магістр/>

ОП щорічно частково оновлюють у частині всіх компонентів, крім цілей і програмних навчальних результатів.

Підставою для оновлення ОП можуть виступати: ініціатива гаранта ОП або викладачів програми; стейкхолдерів і роботодавців; об'єктивні зміни кон'юктурного, кадрового характеру.

Оновлена ОП разом із обґрунтуванням внесених до неї змін має пройти затвердження в порядку, визначеному в університетському положенні «Про освітні програми». Повторне затвердження освітніх програм відбувається з ініціативи проектної групи або факультету, що реалізує таку ОП, в разі її значного оновлення. Значним вважають оновлення більш ніж на 50% ОП у кредитах ЄКТС.

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

Пропозиції здобувачів вищої освіти щодо розробки та перегляду ОП акумулюються проектною групою та групою забезпечення ОП протягом усього часу провадження освітнього процесу в різних формах - під час навчання, індивідуальних занять, опитування, через форму зворотного зв'язку <https://kmim.pnu.edu.ua/пропозиції-стейкхолдерів-бакалавр/>

Надалі, пропозиції розглядаються на засіданні кафедри, економічного факультету (за потреби - Вченої ради університету), після чого ухвалюються відповідні рішення щодо коректування ОП.

В Університеті діє соціологічний моніторинг «Викладач очима студента». З його допомогою створюється можливість оцінки студентами якості роботи професорсько-викладацького складу та шляхів її підвищення. Вивчення і врахування думки студентів при організації навчального процесу дозволяє реалізовувати академічні свободи університетського життя та забезпечує можливість впливати на організацію навчального процесу. Також моніторинг - це один із чинників мотивації НПП щодо підвищення якості та майстерності викладацької роботи. Центр забезпечення якості освіти проводить опитування щодо провадження освітніх програм https://cqa.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/149/2021/01/Результати-опитувань_Маркетинг.pdf

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

Відповідно до положення «Про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти», затвердженого Вченою радою, протокол №11 від 29.11.2017 <https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/10/Положення-ВСЗЯ.pdf> з метою розширення участі студентів у моніторингу якості освіти та оцінюванні роботи науково-педагогічних працівників в університеті впроваджено систему студентського моніторингу якості освіти.

Система передбачає створення факультетських груп, до складу яких входять старости академічних груп та керівники органів студентського самоврядування. Такий моніторинг проводиться двічі на рік, інформація про його результати і рекомендації передаються декану відповідного факультету (директору інституту) та органам студентського самоврядування. Опитування стосуються якості освіти й оцінювання роботи НПП, оцінювання рівня забезпечення ресурсами освітнього процесу та підтримки здобувачів вищої освіти, якості та об'єктивності системи оцінювання, організації практики тощо.

Представники студентства входять до складу ректорату <https://pnu.edu.ua/склад-ректорату/> Вченої ради університету <https://pnu.edu.ua/склад-вченої-ради/> Вченої ради факультету <https://econ.pnu.edu.ua/вчена-рада>, двоє представників студентського сенату входять у Раду з якості (функціонує при Центрі забезпечення якості освіти університету) <https://cqa.pnu.edu.ua/рада-з-якості/> через які мають можливість впливати на рішення, що приймаються в університеті, факультеті та на окремих ОП.

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

Відповідно до положення «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу», положення «Про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти...» у розробці ОП передбачена участь роботодавців. Критерії, за якими відбувається перегляд освітніх програм, формуються у результаті зворотного зв'язку з ними, а також внаслідок прогнозування розвитку регіону, тенденцій та потреб суспільства.

До складу ЕК можуть входити представники територіальних або галузевих представницьких органів роботодавців. Зміст і послідовність проходження практики визначається програмою практики, яка розробляється кафедрою за участі представників роботодавців. У контексті вищезазначеного до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості залучалися представники Івано-Франківської міської ради, ТОВ «Надія», ПП «Колегія», ТЗДВ «Івано-Франківський хлібокомбінат», ГО «Науково-аналітичний центр Івано-Франківської ОТГ» (протоколи засідання кафедри менеджменту і маркетингу № 9 від 11.04.2019 р., № 10 від 09.06.2020 р, №12 від 28.05.2021, №6 від 03.12.2021.) <https://kmim.pnu.edu.ua/пропозиції-стейкхолдерів-магістр/> <https://kmim.pnu.edu.ua/угоди-про-співпрацю/>

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

Перший випуск за спеціальністю Маркетинг на кафедрі менеджменту і маркетингу було здійснено у червні 2003 року (кафедра створена 1998 р.). Випускниці першої програми Маркетинг – Гречаник Наталія (зараз – член проєктної ОП), наукову і педагогічну діяльність розпочала цій кафедрі. Згодом, науковий шлях на цій же кафедрі розпочала Шурпа (Гундяк) Світлана (зараз – член проєктної групи).

Інформація щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників даних ОП акумулюється викладачами кафедри менеджменту і маркетингу через використання соціальних мереж (сторінка кафедри менеджменту і маркетингу у facebook <https://www.facebook.com/Кафедра-менеджменту-і-маркетингу-ПНУ-267606940436843>, організацію зустрічей з випускниками ОП в рамках циклу гостьових лекцій, підтримку особистих контактів викладачів кафедри з випускниками ОП. <https://kmin.pnu.edu.ua/випускники/> Траєкторіями працевлаштування випускників ОП Маркетинг є підприємства, організації різних видів економічної діяльності та форм власності, органи влади, започаткування власної справи в Україні та за кордоном, наукова кар'єра. Часто випускники ОП Маркетинг допомагають розширювати базу проходження виробничої практики здобувачам.

Перегляд ОП, формуються, зокрема, у результаті зворотного зв'язку з випускниками, які долучаються до розгляду ОП. Зокрема, це наші стейкхолдери Т.Кубарич, Р.Король, М.Гулей (випускники), які висловлювали пропозиції до ОП та обговорювали результати професійних компетентностей сучасного маркетолога.

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

Регламентується положенням «Про порядок проведення внутрішніх аудитів системи забезпечення якості у Прикарпатському національному університету імені Василя Стефаника

<https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2020/12/polozenna-pro-aydut.pdf>

Під час процедур внутрішніх аудитів була звернена увага на: покращення структури та наповнення сайту кафедри; вчасного підвищення кваліфікації та проходження стажування викладачами кафедри; підвищення публікаційної активності у міжнародних виданнях, що входять до відомих наукометричних баз; забезпечення відповідності наукових публікацій освітнім компонентам при формуванні навчального навантаження кафедри.

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

Експертною комісією, що проводила акредитацію ОП Маркетинг за (другим) магістерським рівнем 12.10.2020-14.10.2020 були висунуті зауваження щодо даної освітньої програми. Зокрема, ознайомлення здобувачів із правилами визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті та інформувати про можливості проходження курсів на авторитетних онлайн платформах (Coursera, Prometheus, ВУМ); приділення уваги не лише унікальності тексту наукових публікацій, а й іншим аспектам академічної та наукової доброчесності (недбайливе цитування, псевдоавторство, фальсифікація даних, списування); посилення публікаційної активності НПП кафедри менеджменту і маркетингу у напрямках дисциплін, викладання яких забезпечується ОП; інформування здобувачів про нормативні документи університету, що регламентують політики врегулювання конфліктних ситуацій, форми дискримінації, сексуального насильства; аналізу щодо кар'єрного шляху випускників тощо.

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

Відповідно до положення «Про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти»

<https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2019/10/Положення-ВСЗЯ.pdf> передбачено: удосконалення

планування освітньої діяльності, зокрема, затвердження, моніторинг і періодичний перегляд освітніх програм; підвищення якості контингенту здобувачів вищої освіти; посилення кадрового потенціалу університету; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу та підтримки здобувачів вищої освіти; розвиток інформаційних систем з метою підвищення ефективності управління освітнім процесом; забезпечення публічності інформації про діяльність університету та його підрозділів; створення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників і здобувачів вищої освіти університету; участь університету у міжнародних і національних рейтингових дослідженнях закладів вищої освіти. Загалом, в тій чи іншій мірі активності, до здійснення вищезазначених процедур і заходів залучаються учасники академічної спільноти.

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

Розподіл між структурними підрозділами та дорадчими органами функціональних обов'язків здійснюється на основі наказу ректора №495 від 17.09.2020 року <https://cqa.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/149/2020/10/наказ-496.pdf>

Розподіл відповідальності у контексті здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти за структурними підрозділами університету розміщений на сайті : <https://pnu.edu.ua/загальні-підрозділи/>
Схема управління якістю освіти в університеті наведена за посиланням: <https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/pages/scheme-suyau-fullpage.html>

9. Прозорість і публічність

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

Визначені чіткі та зрозумілі правила і процедури, що регулюють права та обов'язки всіх учасників освітнього процесу.

Регулюються: 1) Статут ПНУ; 2) положення «Про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу»; 3) Додаток № 7 до колективного договору «Правила внутрішнього розпорядку...»; 4) Доповнення до додатку № 7 по Колективному договору; 5) Колективний договір; 6) Базове положення «Про рейтингове оцінювання ефективності роботи працівників...»; 7) Положення про рейтингове оцінювання здобувачів вищої освіти...»; 8) Положення про електронний журнал обліку навчальної роботи здобувачів освіти ...; 9) Положення про організацію та проведення практики» (наказ ректора №805 від 27.11.2019 ; 10) Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу 11). Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в ...» 12). Положення про дистанційну форму навчання 13). Положення «Про науково-методичну раду (наказ №23 від 11.01.2019р.) 14. Положення «Про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти...» 15). Порядок розподілу навчальних дисциплін між НПП кафедр університету та інші.. Див. на сайті ЗВО: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

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

<https://kmim.pnu.edu.ua/освітня-програма-маркетинг/>
<https://kmim.pnu.edu.ua/бакалавр-2/>
<https://nmv.pnu.edu.ua/bakalavrat/075-маркетинг/>

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

<https://kmim.pnu.edu.ua/освітня-програма-маркетинг/>
<https://nmv.pnu.edu.ua/bakalavrat/075-маркетинг/>

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Змістом навчального процесу за ОП «Маркетинг» є здійснення фундаментальної та спеціальної підготовки для фахової практичної діяльності відповідно до цілей ОП: формування системи комплексних теоретичних знань та розвиток професійних компетентностей у сфері маркетингу, здатних забезпечити ефективне виконання випусником завдань маркетингової діяльності в системі управління підприємствами, установами, організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища та фахового вдосконалення у контексті глобальних тенденцій розвитку та світових цінностей

Внаслідок цієї підготовки випусник має можливість поєднувати теоретичну і практичну підготовку, оволодіти сучасними знаннями і методами у сфері маркетингу, забезпечувати формування повного комплексу фахових компетенцій для ефективної маркетингової діяльності та можливість подальшого професійного зростання.

Це забезпечується у процесі навчання шляхом формування сукупності предметних знань, навичок, умінь та цінностей, і сприяє саморозвитку особистості у процесі професійної діяльності.

Сильні сторони ОП полягають у її актуальності, базовій теоретичній підготовці, практичній орієнтованості та адаптованості, активності науково – педагогічних працівників в співпраці з підприємствами та місцевим бізнесом, органах влади, що інтегрується в освітній процес та забезпечує затребуваність випусників на ринку праці. Варто зазначити також увагу ЗВО не лише до навчання за ОП, але й до змістовного дозвілля здобувачів, соціальної інфраструктури та умов проживання в гуртожитку.

Слабкими сторонами ОП «Маркетинг», які потребують уваги та/або коригування у прийдешньому періоді, можна зазначити: зростання конкуренції в освітньому просторі та експансії закордонних закладів освіти, професійних курсів, які дезорієнтують студента щодо значимості фахової освіти, загальне зниження рівня знань абітурієнта та їх мотивованості.

Таким чином, завдяки набутим компетентностям випусники за ОП «Маркетинг» мають, з одного боку, ґрунтовну основу для продовження навчання за програмами другого циклу вищої освіти, а з іншого - широкі перспективи успішного працевлаштування як на підприємствах та організаціях різних видів економічної діяльності, так і в органах державної влади і місцевого самоврядування або започаткувати власну справу.

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

Перспективи розвитку ОП «Маркетинг» упродовж найближчих 3 років полягають, насамперед, в оновленні змісту освітніх компонент відповідно до розвитку економічної науки, запитів ринку праці та регіональних потреб

контексті формування загальних та фахових компетентностей, що забезпечують відповідні програмні результати навчання. Відповідно цього - оновлення освітніх компонент та їх змістовного наповнення, програм практичної підготовки, прогресивний кадровий склад, удосконалення інформаційного забезпечення освітнього процесу, адаптація ОП до особливостей європейського освітнього простору, налагодження співпраці із міжнародними академічними та науковими установами, органами влади. Перспективи розвитку ОП передбачають також можливість розширення участі кола заінтересованих сторін (стейкхолдерів) в процесі коректування і подальшої реалізації ОП та реалізація спільних досліджень, спрямованих на соціально- економічний розвиток регіону та держави загалом.

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: ЦЕПЕНДА ІГОР ЄВГЕНОВИЧ

Дата: 13.09.2022 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>OK 5.Стратегічний маркетинг 2022.pdf</i>	NqaCHJrcYRy5AuviglkFoZCiKjdcaobnUOZaWRsneoA=	Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина
Товарна інноваційна політика	навчальна дисципліна	<i>OK 8. Силабус Товарно-інноваційна політика 2022.pdf</i>	BiId3FcEsCxIn9PR/HwiN+PsNGSQU36T/cURYy8wXuU=	Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина
Соціальна відповідальність	навчальна дисципліна	<i>OK 3. Силабус_Соціальна відповідальність 2022.pdf</i>	4uP86wD8xShrIsCclz2M4OqbmcbJtHiBl9MrEАНIvqE=	Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина
Глобальна економіка	навчальна дисципліна	<i>OK 2.Глобальна економіка 2022.pdf</i>	ZMpH22LZRzX8naNvMYe9H2MUQYzOV7LtqavsZDqcsCE=	Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина
Управління проектами	навчальна дисципліна	<i>OK 4.Управління Проектами 2022.pdf</i>	yqxmhkWYZDwI3fL3BDXkLsApbqG4jaYeWXJepJO4Cw=	Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина
Маркетинговий менеджмент	навчальна дисципліна	<i>OK 6. Маркетинговий менеджмент 2022.pdf</i>	x7qPU6Iux3jC1mt2wqNHijF9ANAPOaew3/GW9jo1lWM=	Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина
Маркетинговий аналіз	навчальна дисципліна	<i>OK 9.Маркетинговий аналіз 2022.pdf</i>	OhdcqRoXCzajqzQom5F3B7X2xp7bavV4KpfTmyOWAaw=	Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина
Рекламний менеджмент	навчальна дисципліна	<i>OK 7. Силабус Рекламний менеджмент 2022.pdf</i>	5qLaef8Y8s+y8jP+FQjVzW6abkYf9Y4Tvh18HX2CbV8=	Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI

				<i>Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина</i>
Виробнича практика	практика	<i>МРПП.- Маркетинг.- Магістр.-1-курс.pdf</i>	txsaLoQ6+A3pdkrj9o tHZQJLx9FI6bnqs+o 6aBl7oRM=	<i>Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина</i>
Науково дослідна практика	практика	<i>МР_Науково- дослідна- практика.pdf</i>	FtOz4q7tchSFsSYIU s/SaunAMBAlqy+Uk oI7QQzspE=	<i>Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина</i>
Атестація	підсумкова атестація	<i>Методичні- рекомендацій- магістерська Маркетинг магістр.pdf</i>	Zb1vG5att7zPnqNxlE 4/He6drWGr7ShvaU CjCUla8UI=	<i>Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина</i>
Методологія наукових досліджень	навчальна дисципліна	<i>ОК 1. Силабус Методологія та організація наукових досліджень 2022.pdf</i>	esLjGVrPodvDJeX5l MpnG8oCLhVxRO1s 7tiwnD4z8Ws=	<i>Мультимедійний проектор(BENQ MW72 4+BRATECK PRB-18F Німеччина; Екран для проектування презентацій(VMAX120UWH2 ELI Німеччина; Ноутбук(HP Pro Book 45092HG45ES) 9FullHD(1920*1080) Німеччина</i>

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

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

ID викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування
42219	Шурпа Світлана Ярославівна	Доцент кафедри менеджменту і маркетингу, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Державний вищий навчальний заклад "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника", рік закінчення: 2008, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 019750, виданий 14.02.2014, Аттестат доцента АД	12	Рекламний менеджмент	До пункту 1. 1. Шурпа С. Я. Роль соціально відповідального маркетингу у відтворенні людського капіталу / С. Я. Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені В. Стефаника. Серія: Економіка. Випуск 13. – Івано-Франківськ: Плай, 2018. – С. 87–92. 2. Благун І.І., Шурпа С.Я. Маркетингові дослідження цінності бренду / І.І. Благун, С.Я.Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені

002219,
виданий
29.01.2019

Василя Стефаніка.
Серія: Економіка.
2020. — Випуск 15. —
С. 158-163.
3. Домуз О. О., Шурпа
С. Я. Вплив факторів
зовнішнього
середовища на
розвиток
нестандартних форм
зайнятості у
банківському секторі
за сучасних умов /
О.О.Домуз, С.Я.Шурпа
// Науково-
практичний журнал.
Ринок праці та
зайнятість населення.
—4(60)/2019. — С. 5-
12.
4. Благун І.І., Шурпа
С.Я. Маркетингові
дослідження цінності
бренду / І.І. Благун,
С.Я.Шурпа // Вісник
Прикарпатського
національного
університету імені
Василя Стефаніка.
Серія: Економіка.
2020. — Випуск 15. —
С. 158-163.
5. Благун І.І., Шурпа
С. Я., Надіївська С. П.
Лійка продажів, як
елемент просування
для підприємств
регіону в період
пандемії / І.І. Благун,
С.Я. Шурпа, С.П.
Надіївська //
Ефективна економіка.
2020. № 11. — URL:
<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8353>. DOI:
10.32702/2307-2105-
2020.11.77
6. Благун І.І., Шурпа
С.Я. Місце платформи
tik tok в
маркетинговій
діяльності на ринку
України / І.І. Благун,
С.Я. Шурпа //
Електронне наукове
фахове видання.
Науково-практичний
журнал. Східна
Європа: економіка,
бізнес та управління.
Випуск 4 (27) . 2020. —
С. 41-45.
7. Гречаник Н.Ю.
Формування і
корегування і
стереотипів споживчої
поведінки як феномен
когнітивної та
соціальної взаємодії /
Н.Ю.Гречаник,
С.Я.Шурпа, П.В.Козин
// Науковий збірник
«Теоретичні та
прикладні питання
економіки». Випуск
2(43). Київ, 2021. -
С.100-116.
До пункту 4.
1.Шурпа С.Я.

Методичні рекомендації проходження виробничої практики для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня денної та заочної форм навчання. – Івано-Франківськ, 2019. – 39 с.

2. Ткач О.В., Романюк М.Д., Шурпа С.Я., Гречаник Н.Ю., Копчак Ю.С. Методичні рекомендації проходження переддипломної практики для студентів 2 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання, освітнього рівня «магістр». – Івано-Франківськ, 2019. – 40 с.

3. Ткач О.В., Романюк М.Д., Гречаник Н.Ю., Копчак Ю.С., Шурпа С.Я. Методичні рекомендації проходження виробничої практики студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг». – Івано-Франківськ, 2019. – 38 с.

4. Методичні рекомендації для виконання курсової роботи з дисципліни «Маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальностей 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр» Укладачі: к.е.н, Шурпа С.Я. – Івано-Франківськ, 2018. – 29 с.

До пункту 12.

1. Шурпа С.Я. Системи управління бренд-орієнтованим підприємством / С. Я. Шурпа // Підтримка підприємництва та інноваційної економіки в праві ЄС, Латвії та України // I Міжнародна міжгалузева конференція 7 грудня Латвія, Рига, 2018. – С. 135 – 139.

2. Шурпа С.Я. Переваги використання крос-маркетингу в соціальних мережах /

С.
Я. Шурпа // Інструменти регулювання національної економіки та національної безпеки в умовах сучасних глобальних викликів: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 17-19 жовтня 2019 р.) – Хмельницький: ХНУ, 2019. – С. 94-95.

3. Шурпа С.Я. Тенденції розвитку інтернет-маркетингу / С. Я. Шурпа // актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених (м. Івано-Франківськ, 23 жовтня 2019 р.) – Івано-Франківськ: ПНУ, 2019. – С. 271-273.

4. Шурпа С. Я., Фуштей С. Р. Особливості формування бренду / С. Я. Шурпа, С.Р. Фуштей // актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених (м. Івано-Франківськ, 23 жовтня 2019 р.) – Івано-Франківськ: ПНУ, 2019. – С. 257-259.

5. Шурпа С. Я., Черепій Д. В. Стратегія формування позитивного іміджу підприємства / С. Я. Шурпа, Д.В. Черепій // актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених (м. Івано-Франківськ, 23 жовтня 2019 р.) – Івано-Франківськ: ПНУ, 2019. – С. 263-265.

						<p>6. Шурпа С.Я. Формування стереотипів поведінки споживача / С. Я. Шурпа, О.Я. Головецька // The 6th International scientific and practical conference "Actual trends of modern scientific research" (January 17-19, 2021) MDPC Publishing, Munich, Germany. 2021. 767 p. – С. 707-713.</p> <p>До пункту 11. Консультування ТзОВ "Фірма Надія" 2014-2021 р.</p> <p>До пункту 14. Керівництво науковим студентським гуртком «Проблеми формування та управління асортиментом, якістю та безпекою товарів та послуг у контексті виходу на зовнішні ринки».</p>	
42219	Шурпа Світлана Ярославівна	Доцент кафедри менеджменту і маркетингу, Основне місце роботи	Економічний факультет	<p>Диплом спеціаліста, Державний вищий навчальний заклад "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника", рік закінчення: 2008, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 019750, виданий 14.02.2014, Атестат доцента АД 002219, виданий 29.01.2019</p>	12	Товарна інноваційна політика	<p>До пункту 1. 1. Шурпа С. Я. Роль соціально відповідального маркетингу у відтворенні людського капіталу / С. Я. Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені В. Стефаника. Серія: Економіка. Випуск 13. – Івано-Франківськ: Плай, 2018. – С. 87–92. 2. Благун І.І., Шурпа С.Я. Маркетингові дослідження цінності бренду / І.І. Благун, С.Я.Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Серія: Економіка. 2020. — Випуск 15. — С. 158-163. 3. Домуз О. О., Шурпа С. Я. Вплив факторів зовнішнього середовища на розвиток нестандартних форм зайнятості у банківському секторі за сучасних умов / О.О.Домуз, С.Я.Шурпа // Науково-практичний журнал. Ринок праці та зайнятість населення. —4(60)/2019. — С. 5-12. 4. Благун І.І., Шурпа С.Я. Маркетингові</p>

дослідження цінності бренду / І.І. Благун, С.Я.Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Серія: Економіка. 2020. — Випуск 15. — С. 158-163.

5. Благун І.І., Шурпа С. Я., Надіївська С. П. Лійка продажів, як елемент просування для підприємств регіону в період пандемії / І.І. Благун, С.Я. Шурпа, С.П. Надіївська // Ефективна економіка. 2020. № 11. — URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8353>. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.77

6. Благун І.І., Шурпа С.Я. Місце платформи tik tok в маркетинговій діяльності на ринку України / І.І. Благун, С.Я. Шурпа // Електронне наукове фахове видання. Науково-практичний журнал. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 4 (27) . 2020. — С. 41-45.

7. Гречаник Н.Ю. Формування і корегування стереотипів поведінки як феномен когнітивної та соціальної взаємодії / Н.Ю.Гречаник, С.Я.Шурпа, П.В.Козин // Науковий збірник «Теоретичні та прикладні питання економіки». Випуск 2(43). Київ, 2021. - С.100-116.
До пункту 4.

1.Шурпа С.Я. Методичні рекомендації проходження виробничої практики для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня денної та заочної форм навчання. — Івано-Франківськ, 2019. — 39 с.

2.Ткач О.В., Романюк М.Д., Шурпа С.Я., Гречаник Н.Ю., Копчак Ю.С. Методичні рекомендації проходження переддипломної практики для студентів 2 курсу

спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання, освітнього рівня «магістр». – Івано-Франківськ, 2019. – 40 с.

3. Ткач О.В., Романюк М.Д., Гречаник Н.Ю., Копчак Ю.С., Шурпа С.Я. Методичні рекомендації проходження виробничої практики студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг». – Івано-Франківськ, 2019. – 38 с.

4. Методичні рекомендації для виконання курсової роботи з дисципліни «Маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальностей 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр» Укладачі: к.е.н, Шурпа С.Я. – Івано-Франківськ, 2018. – 29 с.

До пункту 12.

1. Шурпа С.Я. Системи управління бренд-орієнтованим підприємством / С. Я. Шурпа // Підтримка підприємництва та інноваційної економіки в праві ЄС, Латвії та України // I Міжнародна міжгалузева конференція 7 грудня Латвія, Рига, 2018. – С. 135 – 139.

2. Шурпа С.Я. Переваги використання крос-маркетингу в соціальних мережах / С. Я. Шурпа // Інструменти регулювання національної економіки та національної безпеки в умовах сучасних глобальних викликів: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 17-19 жовтня 2019 р.) – Хмельницький: ХНУ, 2019. – С. 94-95.

3. Шурпа С.Я. Тенденції розвитку інтернет-маркетингу / С. Я. Шурпа // актуальні проблеми соціально-

економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених (м. Івано-Франківськ, 23 жовтня 2019 р.) – Івано-Франківськ: ПНУ, 2019. – С. 271-273.

4.Шурпа С. Я., Фуштей С. Р. Особливості формування бренду / С. Я. Шурпа, С.Р. Фуштей // актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених (м. Івано-Франківськ, 23 жовтня 2019 р.) – Івано-Франківськ: ПНУ, 2019. – С. 257-259.

5.Шурпа С. Я., Черепій Д. В. Стратегія формування позитивного іміджу підприємства / С. Я. Шурпа, Д.В. Черепій // актуальні проблеми соціально-економічного розвитку: регіональні особливості та світові тенденції: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів та молодих вчених (м. Івано-Франківськ, 23 жовтня 2019 р.) – Івано-Франківськ: ПНУ, 2019. – С. 263-265.

6.Шурпа С.Я. Формування стереотипів поведінки споживача / С. Я. Шурпа, О.Я. Головецька // The 6th International scientific and practical conference “Actual trends of modern scientific research” (January 17-19, 2021) MDPC Publishing, Munich, Germany. 2021. 767 p. – С. 707-713.

До пункту 11.
Консультування ТзОВ
”Фірма Надія” 2014-
2021 р.

						До пункту 14. Керівництво науковим студентським гуртком «Проблеми формування та управління асортиментом, якістю та безпекою товарів та послуг у контексті виходу на зовнішні ринки».	
179886	Васильченко Сергій Миколайович	Доцент, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом кандидата наук КД 035894, виданий 08.05.1991, Атестат доцента ДЦАР 000112, виданий 12.11.1993	32	Глобальна економіка	<p>До пункту 1.</p> <p>1. Vasylichenko S. Modern sources of long-term economic growth / S. Vasylichenko // Сб. научных трудов «Актуальные научные исследования в современном мире». – Вып. 2(34), Ч. 2. (ISSN 2524-0986 Index Copernicus http://journals.indexcopernicus.com/++++,p24785301,3.html). – Переяслав-Хмельницький: NGO The institute for social transformation, 2018. – С.10-15. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ISCIENCE.IN.UA</p> <p>2. Васильченко С.М. Децентралізація та очікування мешканців громад, // Вісник Прикарпатського університету імені Василя Стефаника. Серія Економіка. Випуск 14. / Васильченко С.М., Гречаник Б.В. / Івано-Франківськ: Видавництво «Плай» Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника, 2019. –С. 43 – 48.</p> <p>3. Васильченко С.М. Регіональні фондові ринки та глобальні економічні цикли / С.М. Васильченко, Т.В. Малишівський // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий журнал. – Вип. 15, Т. 1 (Index Copernicus http://journals.indexcopernicus.com/++++,p24788850,3.html). – Івано-Франківськ: Видавництво ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», 2019. – С. 113-121.</p> <p>4. S. Vasilchenko. The period of the global cycle of the financialized economy / S. Vasilchenko, T.</p>

Malyshevskiy // Scientific Journal «ScienceRise». – 2019. – №2-3(55-56). – P. 16-21. DOI: 10.15587/2313-8416.2019.163103
5. Васильченко С.М. Особливості ділового циклу в сучасній світовій економіці // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий журнал. / Васильченко С.М., Василюк М.М., Михайлишин Л.І. <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/aprde/article/view/5505/5868>
Івано-Франківськ: Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2021. Вип. 17. Т. 1. С. 32–40.

До пункту 4.
1. Глобальна макроекономіка: методичні рекомендації для проведення практичних занять для студентів денної та заочної форми ОП «Магістр» спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» / уклад. Васильченко С.М. – Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника, 2020. – 29с.
2. «Глобальна макроекономіка»: методичні рекомендації для проведення практичних занять для студентів спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини / Уклад. Васильченко С.М. – Івано-Франківськ : ВДВ ЦІТ Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника, 2021. – 51 с.
3. Макроекономіка: методичні рекомендації для проведення практичних занять для студентів денної та заочної форм навчання спеціальностей 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072

Фінанси, банківська справа та страхування, 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність./ уклад. Васильченко С.М. – Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника, 2021. – 63 с.

4. Мікроекономіка: методичні рекомендації для проведення практичних занять для студентів денної та заочної форми навчання спеціальностей 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа та страхування, 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. / уклад. Васильченко С.М. – Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника, 2022. – 56 с.

5. Бізнес-планування в підприємстві. Методичні рекомендації для студентів спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. /Уклад. Васильченко С.М. Івано-Франківськ : ВДВ ЦІТ Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника, 2020. – 53 с.

До пункту 12.

1. Васильченко С.М. Управління розвитком підприємств в умовах євроінтеграції. // Матеріали VII Міжнародної науково-практичної щорічної інтернет-конференції «Ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств». Проблематика 2018 р.: «Сільськогосподарські підприємства України в умовах агропромислової інтеграції». 23-25 травня 2018р. /Васильченко С.М.,

Мироняк Ю.В.
Видавництво:
ТзОВ «Ліга-Прес»,
2018. - С.108-111.

2. Васильченко С.М.
Теорія та практика
міжнародної торгівлі:
протекціонізм проти
фритредерства. //
Економічний
націоналізм.
Матеріали VIII
всеукраїнської
наукової конференції
з міжнародною
участю. Івано-
Франківськ, 12-13
жовтня 2018 р. / Наук.
ред. О.М. Сич. –
Івано-Франківськ:
Лілея НВ, 2018. – С.
26 -35.

3. Васильченко С. М.
Глобальні цикли в
сучасній економіці. /
С. М. Васильченко, Т.
В. Малишівський //
Економіко-
управлінські аспекти
трансформації та
інноваційного
розвитку галузевих і
регіональних
суспільних систем в
сучасних умовах:
Матеріали
Всеукраїнської
науково-практичної
інтернет-конференції
(Івано-Франківськ, 11-
12 квітня 2019 р.). –
Івано-Франківськ:
ІФНТУНГ, 2019. –
С.298-302.

4. Васильченко С.М.
Використання
фінансових,
земельних, майнових
та інших ресурсів
громад. Розвиток
територіальних
громад: правові,
економічні та
соціальні аспекти:
Матеріали Міжнар.
наук.-практ. конф., 23-
24 червня 2021 р.,
Миколаїв. – Миколаїв
: МНАУ, 2021. – С.117-
119.

5. Васильченко С.М.
Аналіз якості
інвестиційних
паспортів громад
Прикарпаття. //
Розвиток
територіальних
громад: правові,
економічні та
соціальні аспекти:
Матеріали II Міжнар.
наук.-практ. конф., 9
червня 2022 р.,
Миколаїв -с.Коблеве.
– Миколаїв: МНАУ,
2022. – С. 70-726.

До пункту 15.
15.Робота в складі
журі II етапу

						<p>Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України;</p> <p>1. Керівництво школярем, (Анна Корбецька, Івано-Франківська гімназія №1 «Прямі іноземні інвестиції як фактор економічного росту в глобальній економіці») який зайняв 2 місце III етапу Всеукраїнських конкурсів-захистів науково-дослідницьких робіт учнів - членів Національного центру "Мала академія наук України", 2018 р.</p> <p>2. Робота в складі журі III етапу Всеукраїнських учнівських олімпіад з базових навчальних предметів (Івано-Франківська область, предмет «Економіка») лютий 2018 р.</p> <p>До пункту 20. 2020 р. Експерт проекту «Оцінка регіональних стратегій розвитку до 2027 року та планів реалізації стратегії Закарпатської та Івано-Франківської областей». Проект реалізовано за рахунок коштів GIZ у рамках роботи Уряду Федеративної Республіки Німеччина, яка ко-фінансувалась Єврокомісією за Угодою Делегації між Європейським Союзом та GIZ</p> <p>2021 р. Тренер он-лайн тренінгу "Самозайнятість для місцевих мешканців та вимушено переселених осіб, які бажають розпочати власну справу "в рамках проекту КАРІТАС "Консультативний центр для дітей та сімей" за фінансової підтримки єпархії Грац (Австрія)</p> <p>Досвід професійної діяльності у відповідній сфері – викладання дисципліни з 1995 року.</p>
--	--	--	--	--	--	--

41715	Благун Іван Іванович	Професор кафедри менеджменту і маркетингу, Основне місце роботи	Економічний факультет	<p>Диплом магістра, Державний вищий навчальний заклад "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника", рік закінчення: 2012, спеціальність: 050104 Фінанси і кредит, Диплом доктора наук ДД 011049, виданий 15.04.2021, Диплом кандидата наук ДК 032068, виданий 15.12.2015, Аттестат доцента АД 006483, виданий 09.02.2021</p>	7	Маркетинговий аналіз	<p>До пункту 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Blahun I.S.and Blahun I.I. The Relationship Between World and Local Stock Indices I.S.Blahun and I.I.Blahun // Montenegrin Journal of Economics. – 2020. – Volume 16. – Issue #1. – P. 55-67. 2. Blahun, Ivan S., Ivan I. Blahun, and Semen I. Blahun. "Assessing the stability of the banking system based on fuzzy logic methods." Banks and Bank Systems 15-3 (2020): 171-183. 3. Благун І.І. Формування ринкових цін на акції під впливом ф'ючерсів на нафту. Бізнес-Інформ. 2018. 12. С. 340-347. 4. Благун І.І. Валютний курс і ціни контрактів на нафту: моделювання взаємного впливу. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2018. 2. С. 98-106. 5. Благун І.І. Діагностика сучасного стану фінансового ринку України. Моделювання регіональної економіки 2018. 2 (32).С.166-175. 6. Благун І.І. Цінові зв'язки між ринками акцій та облігацій. Світ фінансів. 2019. 1(58). С. 28-42. 7. Благун І.І. Причинний зв'язок між ринком акцій та валютним курсом в Україні. Проблеми економіки. 2019. 1 (39). С. 199-207. 8. Благун І.І. Фінансовий ринок України – сучасний погляд на сутність поняття. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2019. 2. С. 175-183. 9. Благун І.І. Вплив фінтех на розвиток фінансового ринку України. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2019. 4 (77). С.112-117. 10. Благун І.І. Взаємозв'язки між ринками акцій: прогнозування на основі фондових індексів. Проблеми системного підходу в
-------	----------------------	---	-----------------------	--	---	----------------------	---

економіці. Збірник наукових праць. Київ 2019. Випуск. 4 (Частина I) С.148-158.

11. Благун І.І. Необанки як нова бізнес-модель фінансового посередництва. Причорноморські економічні студії. Науковий журнал. Одеса 2019. Випуск. 45 С.134-140.

12. Благун І.І., Шурпа С.Я. Маркетингові дослідження цінності бренду. Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника . – 2020. – Випуск XV .С.158-163.

13. Благун І.І. Інфраструктура фінансового ринку України: стан та перспективи розвитку. Accounting & Finance / Oblik i Finansi . 2019, Issue 86, p 63-69. 7p.

14. Благун І.І. Банки як головні учасники фінансового ринку. Бізнес-навігатор Випуск 6.1-2 (56) 2019. С.137-143.

15. Буднікевич І. М., Благун І. І., Крупенна І. А., Бокучава В. Б. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній політиці готельних закладів. Бізнес Інформ. 2020. №8. С. 266–277. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-266-277>

16. Благун І.І. Банкоцентричність фінансового ринку України. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського Серія: Економіка і управління Том 31 (70). № 1, 2020. С.202-210.

17. Благун І. І., Шурпа С. Я., Надіївська С. П. Лійка продажів, як елемент просування для підприємств регіону в період пандемії. Ефективна економіка. 2020. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8353> (дата звернення: 01.02.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.77

18. Пап В. В., Благун І. І., Бошота Н. В. Роль маркетингу в активізації діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Бізнес Інформ. 2020. №11. С. 473–477. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-473-477>

19. Благун І. І., Шурпа С.Я. Місце платформи tiktok в маркетинговій діяльності на ринку України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління 2020. №4 (27). С. 41–45. <https://doi.org/10.32782/easterneurope.27-7>

20. Благун І. І., Пап В. В., Бошота Н. В. Особливості маркетингової діяльності туристичних підприємств в Україні. Бізнес Інформ. 2021. №8. С. 210–216. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-8-210-216>

21. Благун І. І., Ус М. І. Аналіз специфіки маркетингової стратегії розвитку сучасного закладу вищої освіти. актуальні проблеми інноваційної економіки № 1 / 2021 Всеукраїнський науковий журнал. С.83-89.

22. Благун І., Гриневич Л. Маркетинг креативних індустрій: сучасні напрями розвитку. Український журнал прикладної економіки. 2021. Том 6. № 2. С. 107 – 112.

23. Благун І.І., Гриневич Л.В. Маркетинговий аналіз креативної індустрії в контексті їх впливу на післявоєнний розвиток територій. Інфраструктура ринку. 2022. № 67. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/67-2022>

24. Благун І.І., Гриневич Л.В. Маркетинговий менеджмент в системі управління банківською установою. Вісник Хмельницького національного університету Серія: «Економічні науки» №4, 2022. С.135-139. До пункту 3

1. Благун І.І.

Банківська система України в умовах турбулентності фінансового ринку: теорія, методологія, практика : монографія. Івано-Франківськ; ДВНЗ «Прикарп. нац. ун-т ім. В. Стефаника», 2020. 364 с.

До пункту 4

1. Благун І.І., Гринів Л.В., Шурпа С.Я., Методичні рекомендації щодо проходження навчальної практики з дисципліни «Вступ до фаху» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальностей 073 «Менеджмент» та 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр». Івано-Франківськ, 2019. – 29 с.

2. Благун І.І., Ткач О.В., Баланюк С.І., Михайлів Г.В. Методичні рекомендації, щодо підготовки і виконання курсових робіт з дисципліни “Маркетингові дослідження” для студентів спеціальності 075 Маркетинг. Івано-Франківськ, 2020. – 29 с.

3. Благун І.І. Методичні вказівки, до практичних занять та самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни “ WEB-маркетинг SMM ” для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 72 с.

4. Благун І.І. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни «Медіапланування» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 72 с.

5. Благун І.І. Методичні вказівки до практичних занять та

самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни «Маркетинговий аналіз» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 36 с.

До пункту 5
5. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня у 2021 році.

До пункту 8.
Член редакційної колегії журналів: “The Actual Problems of Regional Economy Development”, “Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University”.

До пункту 10
Брав участь у реалізації міжнародного проекту «Ефективність розвитку громади у залученні громадян до прийняття рішень», Програма U-LEAD) з Європою.

До пункту 11
Консультування ТзОВ “Фірма Надія” 2018-2020р.

До пункту 12.
1. Благун І.
Підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства в умовах пандемії. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємства: зб. наукових праць XXI Міжн. наук.-практ. конф., 22 жовтня. 2020 р. Черкаси : Черкаський державний університет.

2. Благун І. І., Мартинюк М. І. Ощадливе виробництво – головна мета та цільові орієнтири. Інноваційний розвиток науки та освіти: глобальний та національний виміри змін: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 9 вересня 2021 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2021. 75 с.

3. Благун І. І., Андрушко А. І.,

Хоптій Н. М.
Мотивація як засіб ефективного менеджменту громадських організацій. The 2nd International scientific and practical conference – Achievements and prospects of modern scientific research I (January 11-13, 2021) Editorial EDULCP, Buenos Aires, Argentina. 2021. 618 p.

4. Благун І. І., Андрушко А. І., Хоптій Н. М.
Особливості застосування стратегій в міжнародному бізнесі в умовах кризи. The 6th International scientific and practical conference “Actual trends of modern scientific research” (January 17-19, 2021) MDPC Publishing, Munich, Germany. 2021. 767 p.

5. Благун І.І., Пилишук О.Д. Управління маркетингом на підприємствах роздрібно-торгівлі. Наука, освіта та суспільство: тенденції, виклики, перспективи: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 1 лютого 2022 р.) с.35-37

До пункту 14.
Магістранти спеціальності 075 «Маркетинг» економічного факультету Баляк Тетяна, Рижих Денис у складі команди під назвою "Marketing PNU" стали призерами II Міжнародної дистанційної олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» та відзначені дипломами III ступеня. Науковий керівник Благун І.І.
Керівництво науковим студентським гуртком «Marketing».

До пункту 15.
2020 – 2021 р. - Член журі Всеукраїнського конкурсу – захисту науково – дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України.
До пункту 19.
Сертифікований член

Української асоціації маркетингу (УАМ) з 18 січня 2021 року
II. Досвід професійної кваліфікації викладача у відповідній сфері – 8 років

До дисципліни 2

I. Пункти 1-4 інформація про академічну кваліфікацію викладача

1. Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection. Blahun I.S. and Blahun I.I. The Relationship Between World and Local Stock Indices I.S. Blahun and I.I. Blahun // Montenegrin Journal of Economics. – 2020. – Volume 16. – Issue #1. – P. 55-67.

1. Blahun, Ivan S., Ivan I. Blahun, and Semen I. Blahun. "Assessing the stability of the banking system based on fuzzy logic methods." Banks and Bank Systems 15.3 (2020): 171-183.

2. Благун І.І. Формування ринкових цін на акції під впливом ф'ючерсів на нафту. Бізнес-Інформ. 2018. 12. С. 340-347.

3. Благун І.І. Валютний курс і ціни контрактів на нафту: моделювання взаємного впливу. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2018. 2. С. 98-106.

4. Благун І.І. Діагностика сучасного стану фінансового ринку України. Моделювання регіональної економіки 2018. 2 (32). С. 166-175.

5. Благун І.І. Цінові зв'язки між ринками акцій та облігацій. Світ фінансів. 2019. 1(58). С. 28-42.

6. Благун І.І. Причинний зв'язок між ринком акцій та валютним курсом в Україні. Проблеми економіки. 2019. 1 (39). С. 199-207.

7. Благун І.І. Фінансовий ринок

України – сучасний погляд на сутність поняття. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2019. 2. С. 175-183.

8. Благун І.І. Вплив фінтех на розвиток фінансового ринку України. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2019. 4 (77). С.112-117.

9. Благун І.І. Взаємозв'язки між ринками акцій: прогнозування на основі фондових індексів. Проблеми системного підходу в економіці. Збірник наукових праць. Київ 2019. Випуск. 4 (Частина І) С.148-158.

10. Благун І.І. Необанки як нова бізнес-модель фінансового посередництва. Причорноморські економічні студії. Науковий журнал. Одеса 2019. Випуск. 45 С.134-140.

11. Благун І.І., Шурпа С.Я. Маркетингові дослідження цінності бренду. Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника . – 2020. – Випуск XV .С.158-163.

12. Благун І.І. Інфраструктура фінансового ринку України: стан та перспективи розвитку. Accounting & Finance / Oblik i Finansi . 2019, Issue 86, p 63-69. 7p.

13. Благун І.І. Банки як головні учасники фінансового ринку. Бізнес-навігатор Випуск 6.1-2 (56) 2019.С.137-143.

14. Буднікевич І. М., Благун І. І., Крупенна І. А., Бокучава В. Б. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній політиці готельних закладів. Бізнес Інформ. 2020. №8. С. 266–277. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-266-277>

15. Благун І.І. Банкоцентричність фінансового ринку України. Вчені записки Таврійського

національного університету імені В.І. Вернадського Серія: Економіка і управління Том 31 (70). № 1, 2020. С.202-210.

16. Благун І. І., Шурпа С. Я., Надіївська С. П. Лійка продажів, як елемент просування для підприємств регіону в період пандемії. Ефективна економіка. 2020. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8353> (дата звернення: 01.02.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.77

17. Папш В. В., Благун І. І., Бошота Н. В. Роль маркетингу в активізації діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Бізнес Інформ. 2020. №11. С. 473–477. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-473-477>

18. Благун І. І., Шурпа С.Я. Місце платформи tiktok в маркетинговій діяльності на ринку України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління 2020. №4 (27). С. 41–45. <https://doi.org/10.32782/easterneurope.27-7>

19. Благун І. І., Папш В. В., Бошота Н. В. Особливості маркетингової діяльності туристичних підприємств в Україні. Бізнес Інформ. 2021. №8. С. 210–216. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-8-210-216>

20. Благун І. І., Ус М. І. Аналіз специфіки маркетингової стратегії розвитку сучасного закладу вищої освіти. актуальні проблеми інноваційної економіки № 1 / 2021 Всеукраїнський науковий журнал. С.83-89.

21. Благун І., Гриневич Л. Маркетинг креативних індустрій: сучасні напрями розвитку. Український журнал прикладної економіки. 2021. Том 6. № 2. С. 107 – 112.

22. Благун І.І., Гриневич Л.В. Маркетинговий аналіз

креативної індустрії в контексті їх впливу на післявоєнний розвиток територій. Інфраструктура ринку. 2022. № 67. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/67-2022>

23. Благун І.І., Гриневич Л.В. Маркетинговий менеджмент в системі управління банківською установою. Вісник Хмельницького національного університету Серія: «Економічні науки» №4, 2022. С.135-139.

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

1. Благун І.І. Банківська система України в умовах турбулентності фінансового ринку: теорія, методологія, практика : монографія. Івано-Франківськ; ДВНЗ «Прикарп. нац. ун-т ім. В. Стефаника», 2020. 364 с.

4. Наявність виданих навчально-методичних посібників / посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій / практикумів / методичних вказівок / рекомендацій / робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць загальною кількістю три найменування.

1. Благун І.І., Гринів Л.В., Шурпа С.Я., Методичні рекомендації щодо проходження навчальної практики з дисципліни «Вступ до фаху» для студентів

денної та заочної форм навчання спеціальностей 073 «Менеджмент» та 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр». Івано-Франківськ, 2019. – 29 с.

2. Благун І.І., Ткач О.В., Баланюк С.І., Михайлів Г.В. Методичні рекомендації, щодо підготовки і виконання курсових робіт з дисципліни “Маркетингові дослідження” для студентів спеціальності 075 Маркетинг. Івано-Франківськ, 2020. – 29 с.

3. Благун І.І. Методичні вказівки, до практичних занять та самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни “ WEB-маркетинг SMM ” для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 72 с.

4. Благун І.І. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни «Медіапланування» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 72 с.

5. Благун І.І. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни «Маркетинговий аналіз» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 36 с.

10. Участь у міжнародних наукових та/або освітніх проєктах,

залучення до міжнародної експертизи, наявність звання «суддя міжнародної категорії». Брав участь у реалізації міжнародного проекту «Ефективність розвитку громади у залученні громадян до прийняття рішень», Програма U-LEAD) з Європою.

11) наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою);
Консультування ТзОВ "Фірма Надія" 2018-2020р.

12. Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій

1. Благун І. Підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства в умовах пандемії. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємства: зб. наукових праць XXI Міжн. наук.-практ. конф., 22 жовтня. 2020 р. Черкаси : Черкаський державний університет.
2. Благун І. І., Мартинюк М. І. Ощадливе виробництво – головна мета та цільові орієнтири. Інноваційний розвиток науки та освіти: глобальний та національний виміри змін: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 9 вересня 2021 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2021. 75 с.
3. Благун І. І., Андрушко А. І.,

Хоптій Н. М.
Мотивація як засіб
ефективного
менеджменту
громадських
організацій. The 2nd
International scientific
and practical
conference
– Achievements and
prospects of modern
scientific researchI
(January 11-13, 2021)
Editorial EDULCP,
Buenos Aires,
Argentina. 2021. 618 p.
4. Благун І. І.,
Андрушко А. І.,
Хоптій Н. М.
Особливості
застосування
стратегій в
міжнародному бізнесі
в умовах кризи. The
6th International
scientific and practical
conference “Actual
trends of modern
scientific research”
(January 17-19, 2021)
MDPC Publishing,
Munich, Germany.
2021. 767 p.
5. Благун І.І, Пилишок
О.Д.Управління
маркетингом на
підприємствах
роздрібно
торгівлі. Наука, освіта
та суспільство:
тенденції, виклики,
перспективи: збірник
тез доповідей
міжнародної науково-
практична
конференції (Полтава,
1 лютого 2022 р.) с.35-
37

До пункту 14.
Магістранти
спеціальності 075
«Маркетинг»
економічного
факультету Баляк
Тетяна, Рижих Денис у
складі команди під
назвою "Marketing
PNU" стали
призерами II
Міжнародної
дистанційної
олімпіади зі
спеціальності
«Маркетинг» та
відзначені дипломами
III ступеня. Науковий
керівник Благун І.І.
Керівництво
науковим
студентським гуртком
«Marketing».
До пункту 15.
2020 – 2021 р. - Член
журі Всеукраїнського
конкурсу – захисту
науково –
дослідницьких робіт
учнів-членів Малої
академії наук України.
До пункту 19.

						Сертифікований член Української асоціації маркетингу (УАМ) з 18 січня 2021 року II. Досвід професійної кваліфікації викладача у відповідній сфері – 8 років	
41715	Благу́н Іван Іванович	Професор кафедри менеджменту і маркетингу, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом магістра, Державний вищий навчальний заклад "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника", рік закінчення: 2012, спеціальність: 050104 Фінанси і кредит, Диплом доктора наук ДД 011049, виданий 15.04.2021, Диплом кандидата наук ДК 032068, виданий 15.12.2015, Аттестат доцента АД 006483, виданий 09.02.2021	7	Маркетинговий менеджмент	До пункту 1 1. Blahun I.S.and Blahun I.I. The Relationship Between World and Local Stock Indices I.S.Blahun and I.I.Blahun // Montenegrin Journal of Economics. – 2020. – Volume 16. – Issue #1. – P. 55-67. 2. Blahun, Ivan S., Ivan I. Blahun, and Semen I. Blahun. "Assessing the stability of the banking system based on fuzzy logic methods." Banks and Bank Systems 15:3 (2020): 171-183. 3. Благу́н І.І. Формування ринкових цін на акції під впливом ф'ючерсів на нафту. Бізнес-Інформ. 2018. 12. С. 340-347. 4. Благу́н І.І. Валютний курс і ціни контрактів на нафту: моделювання взаємного впливу. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2018. 2. С. 98-106. 5. Благу́н І.І. Діагностика сучасного стану фінансового ринку України. Моделювання регіональної економіки 2018. 2 (32).С.166-175. 6. Благу́н І.І. Цінові зв'язки між ринками акцій та облігацій. Світ фінансів. 2019. 1(58). С. 28-42. 7. Благу́н І.І. Причинний зв'язок між ринком акцій та валютним курсом в Україні. Проблеми економіки. 2019. 1 (39). С. 199-207. 8. Благу́н І.І. Фінансовий ринок України – сучасний погляд на сутність поняття. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2019. 2. С. 175-183. 9. Благу́н І.І. Вплив фінтех на розвиток фінансового ринку України. Вісник

Одеського національного університету. Економіка. 2019. 4 (77). С.112-117.

10. Благун І.І. Взаємозв'язки між ринками акцій: прогнозування на основі фондових індексів. Проблеми системного підходу в економіці. Збірник наукових праць. Київ 2019. Випуск. 4 (Частина І) С.148-158.

11. Благун І.І. Необанки як нова бізнес-модель фінансового посередництва. Причорноморські економічні студії. Науковий журнал. Одеса 2019. Випуск. 45 С.134-140.

12. Благун І.І., Шурпа С.Я. Маркетингові дослідження цінності бренду. Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника . – 2020. – Випуск XV .С.158-163.

13. Благун І.І. Інфраструктура фінансового ринку України: стан та перспективи розвитку. Accounting & Finance / Oblik i Finansi . 2019, Issue 86, p 63-69. 7p.

14. Благун І.І. Банки як головні учасники фінансового ринку. Бізнес-навігатор Випуск 6.1-2 (56) 2019. С.137-143.

15. Буднікевич І. М., Благун І. І., Крупенна І. А., Бокучава В. Б. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній політиці готельних закладів. Бізнес Інформ. 2020. №8. С. 266–277. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-266-277>

16. Благун І.І. Банкоцентричність фінансового ринку України. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського Серія: Економіка і управління Том 31 (70). № 1, 2020. С.202-210.

17. Благун І. І., Шурпа С. Я., Надіївська С. П. Лійка продажів, як елемент просування

для підприємств регіону в період пандемії. Ефективна економіка. 2020. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8353> (дата звернення: 01.02.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.77

18. Папп В. В., Благун І. І., Бошота Н. В. Роль маркетингу в активізації діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Бізнес Інформ. 2020. №11. С. 473–477. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-473-477>

19. Благун І. І., Шурпа С.Я. Місце платформи tiktok в маркетинговій діяльності на ринку України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління 2020. №4 (27). С. 41–45. <https://doi.org/10.32782/easterneurope.27-7>

20. Благун І. І., Папп В. В., Бошота Н. В. Особливості маркетингової діяльності туристичних підприємств в Україні. Бізнес Інформ. 2021. №8. С. 210–216. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-8-210-216>

21. Благун І. І., Ус М. І. Аналіз специфіки маркетингової стратегії розвитку сучасного закладу вищої освіти. актуальні проблеми інноваційної економіки № 1 / 2021 Всеукраїнський науковий журнал. С.83-89.

22. Благун І., Гриневич Л. Маркетинг креативних індустрій: сучасні напрями розвитку. Український журнал прикладної економіки. 2021. Том 6. № 2. С. 107 – 112.

23. Благун І.І., Гриневич Л.В. Маркетинговий аналіз креативної індустрії в контексті їх впливу на післявоєнний розвиток територій. Інфраструктура ринку. 2022. № 67. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/67-2022>

24. Благун І.І., Гриневич Л.В.

Маркетинговий менеджмент в системі управління банківською установою. Вісник Хмельницького національного університету Серія: «Економічні науки» №4, 2022. С.135-139.

До пункту 3

1. Благун І.І.
Банківська система України в умовах турбулентності фінансового ринку: теорія, методологія, практика : монографія. Івано-Франківськ; ДВНЗ «Прикарп. нац. ун-т ім. В. Стефаника», 2020. 364 с.

До пункту 4

1. Благун І.І., Гринів Л.В., Шурпа С.Я.,
Методичні рекомендації щодо проходження навчальної практики з дисципліни «Вступ до фаху» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальностей 073 «Менеджмент» та 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр». Івано-Франківськ, 2019. – 29 с.

2. Благун І.І., Ткач О.В., Баланюк С.І., Михайлів Г.В.
Методичні рекомендації, щодо підготовки і виконання курсових робіт з дисципліни “Маркетингові дослідження” для студентів спеціальності 075 Маркетинг. Івано-Франківськ, 2020. – 29 с.

3. Благун І.І.
Методичні вказівки, до практичних занять та самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни “ WEB-маркетинг SMM ” для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 72 с.

4. Благун І.І.
Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни

«Медіапланування» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 72 с.

5. Благун І.І. Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни «Маркетинговий аналіз» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 36 с.

До пункту 5
5. Захист дисертації на здобуття наукового ступеня у 2021 році.
До пункту 8.
Член редакційної колегії журналів: “The Actual Problems of Regional Economy Development”, “Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University”.

До пункту 10
Брав участь у реалізації міжнародного проекту «Ефективність розвитку громади у залученні громадян до прийняття рішень», Програма U-LEAD) з Європою.

До пункту 11
Консультування ТзОВ “Фірма Надія” 2018-2020р.

До пункту 12.
1. Благун І.
Підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства в умовах пандемії. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємства: зб. наукових праць XXI Міжн. наук.-практ. конф., 22 жовтня. 2020 р. Черкаси : Черкаський державний університет.

2. Благун І. І., Мартинюк М.
І.Ощадливе виробництво – головна мета та цільові орієнтири. Інноваційний розвиток науки та

освіти: глобальний та національний виміри змін: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 9 вересня 2021 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2021. 75 с.

3. Благун І. І., Андрушко А. І., Хоптій Н. М. Мотивація як засіб ефективного менеджменту громадських організацій. The 2nd International scientific and practical conference – Achievements and prospects of modern scientific research (January 11-13, 2021) Editorial EDULCP, Buenos Aires, Argentina. 2021. 618 p.

4. Благун І. І., Андрушко А. І., Хоптій Н. М. Особливості застосування стратегій в міжнародному бізнесі в умовах кризи. The 6th International scientific and practical conference “Actual trends of modern scientific research” (January 17-19, 2021) MDPC Publishing, Munich, Germany. 2021. 767 p.

5. Благун І.І., Пилипюк О.Д. Управління маркетингом на підприємствах роздрібної торгівлі. Наука, освіта та суспільство: тенденції, виклики, перспективи: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 1 лютого 2022 р.) с.35-37

До пункту 14. Магістранти спеціальності 075 «Маркетинг» економічного факультету Баляк Тетяна, Рижих Денис у складі команди під назвою "Marketing PNU" стали призерами ІІ Міжнародної дистанційної олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» та відзначені дипломами ІІІ ступеня. Науковий керівник Благун І.І. Керівництво науковим

студентським гуртком «Marketing».
До пункту 15.
2020 – 2021 р. - Член журі Всеукраїнського конкурсу – захисту науково – дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України.
До пункту 19.
Сертифікований член Української асоціації маркетингу (УАМ) з 18 січня 2021 року
П. Досвід професійної кваліфікації викладача у відповідній сфері – 8 років

До дисципліни 2
І. Пункти 1-4
інформація про академічну кваліфікацію викладача
1. Наявність не менше п'яти публікацій у періодичних наукових виданнях, що включені до переліку фахових видань України, до наукометричних баз, зокрема Scopus, Web of Science Core Collection.
Blahun I.S. and Blahun I.I. The Relationship Between World and Local Stock Indices I.S. Blahun and I.I. Blahun // Montenegrin Journal of Economics. – 2020. – Volume 16. – Issue #1. – P. 55-67.
1. Blahun, Ivan S., Ivan I. Blahun, and Semen I. Blahun. "Assessing the stability of the banking system based on fuzzy logic methods." Banks and Bank Systems 15.3 (2020): 171-183.
2. Благун І.І. Формування ринкових цін на акції під впливом ф'ючерсів на нафту. Бізнес-Інформ. 2018. 12. С. 340-347.
3. Благун І.І. Валютний курс і ціни контрактів на нафту: моделювання взаємного впливу. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2018. 2. С. 98-106.
4. Благун І.І. Діагностика сучасного стану фінансового ринку України. Моделювання регіональної економіки 2018. 2 (32). С. 166-175.
5. Благун І.І. Цінові зв'язки між ринками

акцій та облігацій. Світ фінансів. 2019. 1(58). С. 28-42.

6. Благун І.І. Причинний зв'язок між ринком акцій та валютним курсом в Україні. Проблеми економіки. 2019. 1 (39). С. 199-207.

7. Благун І.І. Фінансовий ринок України – сучасний погляд на сутність поняття. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2019. 2. С. 175-183.

8. Благун І.І. Вплив фінтех на розвиток фінансового ринку України. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2019. 4 (77). С.112-117.

9. Благун І.І. Взаємозв'язки між ринками акцій: прогнозування на основі фондових індексів. Проблеми системного підходу в економіці. Збірник наукових праць. Київ 2019. Випуск. 4 (Частина І) С.148-158.

10. Благун І.І. Необанки як нова бізнес-модель фінансового посередництва. Причорноморські економічні студії. Науковий журнал. Одеса 2019. Випуск. 45 С.134-140.

11. Благун І.І., Шурпа С.Я. Маркетингові дослідження цінності бренду. Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника . – 2020. – Випуск XV .С.158-163.

12. Благун І.І. Інфраструктура фінансового ринку України: стан та перспективи розвитку. Accounting & Finance / Oblik i Finansi . 2019, Issue 86, p 63-69. 7p.

13. Благун І.І. Банки як головні учасники фінансового ринку. Бізнес-навігатор Випуск 6.1-2 (56) 2019.С.137-143.

14. Буднікевич І. М., Благун І. І., Крупенна І. А., Бокучава В. Б. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній

політиці готельних закладів. Бізнес Інформ. 2020. №8. С. 266–277. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-266-277>

15. Благун І.І. Банкоцентричність фінансового ринку України. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського Серія: Економіка і управління Том 31 (70). № 1, 2020. С.202-210.

16. Благун І. І., Шурпа С. Я., Надіївська С. П. Лійка продажів, як елемент просування для підприємств регіону в період пандемії. Ефективна економіка. 2020. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8353> (дата звернення: 01.02.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.77

17. Папш В. В., Благун І. І., Бошота Н. В. Роль маркетингу в активізації діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. Бізнес Інформ. 2020. №11. С. 473–477. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-473-477>

18. Благун І. І., Шурпа С.Я. Місце платформи tiktok в маркетинговій діяльності на ринку України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління 2020. №4 (27). С. 41–45. <https://doi.org/10.32782/easterneurope.27-7>

19. Благун І. І., Папш В. В., Бошота Н. В. Особливості маркетингової діяльності туристичних підприємств в Україні. Бізнес Інформ. 2021. №8. С. 210–216. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-8-210-216>

20. Благун І. І., Ус М. І. Аналіз специфіки маркетингової стратегії розвитку сучасного закладу вищої освіти. актуальні проблеми інноваційної економіки № 1 / 2021 Всеукраїнський науковий журнал. С.83-89.

21. Благун І.,
Гриневич Л.
Маркетинг
креативних індустрій:
сучасні напрями
розвитку. Український
журнал прикладної
економіки. 2021. Том
6. № 2. С. 107 – 112.

22. Благун І.І.,
Гриневич Л.В.
Маркетинговий аналіз
креативної індустрії в
контексті їх впливу на
післявоєнний
розвиток територій.
Інфраструктура
ринку. 2022. № 67.
URL:

[http://www.market-
infr.od.ua/uk/67-2022](http://www.market-infr.od.ua/uk/67-2022)

23. Благун І.І.,
Гриневич Л.В.
Маркетинговий
менеджмент в системі
управління
банківською
установою. Вісник
Хмельницького
національного
університету Серія:
«Економічні науки»
№4, 2022. С.135-139.

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

1. Благун І.І.
Банківська система
України в умовах
турбулентності
фінансового ринку:
теорія, методологія,
практика :
монографія. Івано-
Франківськ; ДВНЗ
«Прикарп. нац. ун-т
ім. В. Стефаника»,
2020. 364 с.

4. Наявність виданих
навчально-
методичних
посібників /
посібників для
самостійної роботи
здобувачів вищої
освіти та
дистанційного
навчання,
електронних курсів на
освітніх платформах
ліцензіатів,
конспектів лекцій /
практикумів /
методичних вказівок /
рекомендацій /
робочих програм,
інших друкованих
навчально-

методичних праць загальною кількістю три найменування.

1. Благун І.І., Гринів Л.В., Шурпа С.Я.,
Методичні рекомендації щодо проходження навчальної практики з дисципліни «Вступ до фаху» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальностей 073 «Менеджмент» та 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр». Івано-Франківськ, 2019. – 29 с.
2. Благун І.І., Ткач О.В., Баланюк С.І., Михайлів Г.В.
Методичні рекомендації, щодо підготовки і виконання курсових робіт з дисципліни “Маркетингові дослідження” для студентів спеціальності 075 Маркетинг. Івано-Франківськ, 2020. – 29 с.
3. Благун І.І.
Методичні вказівки, до практичних занять та самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни “WEB-маркетинг SMM ” для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 72 с.
4. Благун І.І.
Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни «Медіапланування» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 72 с.
5. Благун І.І.
Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи, поточного і підсумкового контролю знань з дисципліни «Маркетинговий аналіз» для здобувачів вищої

освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання Івано-Франківськ, 2022. 36 с.

10. Участь у міжнародних наукових та/або освітніх проєктах, залучення до міжнародної експертизи, наявність звання «суддя міжнародної категорії». Брав участь у реалізації міжнародного проєкту «Ефективність розвитку громади у залученні громадян до прийняття рішень», Програма U-LEAD) з Європою.

11) наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою);
Консультування ТзОВ "Фірма Надія" 2018-2020р.

12. Наявність апробаційних та/або науково-популярних, та/або консультаційних (дорадчих), та/або науково-експертних публікацій з наукової або професійної тематики загальною кількістю не менше п'яти публікацій

1. Благун І.
Підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства в умовах пандемії. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємства: зб. наукових праць XXI Міжн. наук.-практ. конф., 22 жовтня. 2020 р. Черкаси : Черкаський державний університет.
2. Благун І. І., Мартинюк М.
І.Ощадливе виробництво – головна мета та цільові орієнтири. Інноваційний розвиток науки та

освіти: глобальний та національний виміри змін: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 9 вересня 2021 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2021. 75 с.

3. Благун І. І., Андрушко А. І., Хоптій Н. М. Мотивація як засіб ефективного менеджменту громадських організацій. The 2nd International scientific and practical conference – Achievements and prospects of modern scientific research (January 11-13, 2021) Editorial EDULCP, Buenos Aires, Argentina. 2021. 618 p.

4. Благун І. І., Андрушко А. І., Хоптій Н. М. Особливості застосування стратегій в міжнародному бізнесі в умовах кризи. The 6th International scientific and practical conference “Actual trends of modern scientific research” (January 17-19, 2021) MDPC Publishing, Munich, Germany. 2021. 767 p.

5. Благун І.І., Пилишок О.Д.Управління маркетингом на підприємствах роздрібно торгівлі.Наука, освіта та суспільство: тенденції, виклики, перспективи: збірник тез доповідей міжнародної науково-практична конференції (Полтава, 1 лютого 2022 р.) с.35-37

До пункту 14. Магістранти спеціальності 075 «Маркетинг» економічного факультету Баляк Тетяна, Рижих Денис у складі команди під назвою "Marketing PNU" стали призерами II Міжнародної дистанційної олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» та відзначені дипломами III ступеня. Науковий керівник Благун І.І. Керівництво

						<p>науковим студентським гуртком «Marketing».</p> <p>До пункту 15. 2020 – 2021 р. - Член журі Всеукраїнського конкурсу – захисту науково – дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України.</p> <p>До пункту 19. Сертифікований член Української асоціації маркетингу (УАМ) з 18 січня 2021 року</p> <p>II. Досвід професійної кваліфікації викладача у відповідній сфері – 8 років</p>	
82028	Романюк Михайло Дмитрович	Завідувач кафедри менеджменту і маркетингу , Основне місце роботи	Економічний факультет	<p>Диплом доктора наук ДД 001480, виданий 08.11.2000,</p> <p>Диплом кандидата наук КН 006536, виданий 29.06.1994,</p> <p>Атестат доцента ДЦ АР003343, виданий 20.07.1996,</p> <p>Атестат професора ПР 002009, виданий 18.02.2003</p>	35	Соціальна відповідальність	<p>До пункту 1</p> <p>1. Романюк М. Д. Масові міждержавні трудові міграції як визначальна ознака сучасної глобалізації / М. Д. Романюк // Вісник Прикарпатського національного університету імені В. Стефаніка. Серія: Економіка. Випуск 13. – Івано-Франківськ: Плай, 2018. – С.115-122.</p> <p>2. Романюк М. Д. Державна політика протидії торгівлі людьми в Україні та напрями її вдосконалення / М.Д. Романюк // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки – Житомир, №2, 2018. – С.45-51.</p> <p>3. Романюк М.Д. Проблема освітньої міграції в аспекті формування вищої освіти / М. Д. Романюк, З. В. Смутчак // Глобальні та національні проблеми економіки . – Миколаїв, 2018 - №22 [Електронний ресурс] Режим доступу до журналу: http://global-national.in.ua/issue-22-2018/30-vipusk-22-kviten-2018-r/3987-romanyuk-m-d-smutchak-z-v-problema-osvitnoji-migratsiji-v-aspekti-reformuvannya-vishchoji-osviti.</p> <p>4. Романюк М.Д. Управління персоналом підприємства, засноване на мотиваціях та</p>

компетенціях. Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Серія: Економіка. 2020. Випуск 15. С.85-90

5. Романюк М.Д., Смутчак З.В. Проблема впорядкування вимушених внутрішніх переселень. Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Серія: Економіка. 2020. Випуск 15. С.119-124

6. Романюк М.Д., Смутчак З.В., Зовнішні постійні та тимчасові трудові потоки: необхідність регулювання. Регіональна економіка. ІРД ім. М. Долішнього, Вип. 8, 2020, С.50-62

7. Инграм К. Л., Дяченко О., Галицький О., Ніценко V., Романюк М., & Жумбей М. (2022). Формалізація оптимального вибору напрямів діяльності агрохолдингів за впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 3(44), 141–149.
<https://doi.org/10.55643/fcaptr.3.44.2022.3758> (Web of Science)

8. Kondratenko, N., Papp, V., Romaniuk, M., Ivanova, O., Petrashko, L. (2022). The role of digitalization in the development of regions and the use of their potential in terms of sustainable development. *Amazonia Investiga*, 11(51). P. 103 - 112 URL: <https://amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/index> (Web of Science)

9. Krasnonosova, O., Perepeliukova, O., Papp, V., Doronina, M., Romaniuk, M. (2022). Organizational-Economic Mechanism of Attracting Investment Resources in the Innovative Development of Regions in Teams of Sustainable

Development. IJCSNS
International Journal of
Computer Science and
Network Security,
Vol.22. No. 02. p/ 376 –
384. URL:
<http://ijcsns.org/> (Web
of Science)
10. Романюк М. Д.,
Судук Н. В.,
Бушинський Є. В.
Модель оцінювання
інвестиційної
складової безпеки
розвитку регіонів
України. Наукові
перспективи. № 3(21)
2022. С. 105 – 119.
11. Благун І. С.,
Романюк М. Д., Судук
Н. В., Мендела Є. М.
Забезпечення сталого
розвитку України та
країн світу на основі
коригування моделей
лінійної економіки.
Бізнес Інформ. 2022.
№1. С. 95–101.
<https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-1-95-101>

До пункту4

1. Ткач О.В., Романюк
М.Д., Гринів Л.В.,
Михайлів Г.В.
Методичні
рекомендації щодо
проходження науково-
дослідної практики
для студентів галузі
знань 07 «Управління
та адміністрування»,
спеціальностей 073
Менеджмент
(Менеджмент
організацій і
адміністрування), 073
Менеджмент
(Менеджмент
зовнішньоекономічної
діяльності), 075
«Маркетинг». Івано-
Франківськ: ДВНЗ
Прикарпатський
національний
університет імені
Василя Стефаника.
2019. 38 с.
2. Ткач О.В., Романюк
М.Д., Михайлів Г.В.,
Гринів Л.В.
Методичні
рекомендації щодо
написання та захисту
дипломної роботи за
другим
(магістерським)
рівнем вищої освіти за
спеціальностями 073
«Менеджмент
(Менеджмент
організацій і
адміністрування), 073
«Менеджмент
(Менеджмент
зовнішньоекономічної
діяльності), 075
«Маркетинг». Івано-
Франківськ: ДВНЗ

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. 2019. 77 с.

3. Ткач О.В., Романюк М. Д., Михайлів Г.В., Гринів Л.В. Методичні рекомендації щодо виконання та захисту дипломної магістерської роботи для підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр» за спеціальностями 073 «Менеджмент (Менеджмент організацій і адміністрування)», 073 «Менеджмент (Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності)», 075 «Маркетинг». ДВНЗ «Прикарпатський університет імені Василя Стефаника». 2019. 77с.

4. Ткач О.В., Романюк М.Д., Гречаник Н.Ю., Копчак Ю.С., Шурпа С.Я. Методичні рекомендації проходження виробничої практики студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня, Івано-Франківськ, 2019.-38с.

5. Ткач О.В., Романюк М.Д., Шурпа С.Я., Гречаник Н.Ю., Копчак Ю.С. Методичні рекомендації проходження переддипломної практики для студентів 2 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання, освітнього рівня «магістр», Івано-Франківськ, 2019.-40 с.

6. Ткач О.В., Романюк М.Д., Копчак Ю.С., Гречаник Н.Ю., Шурпа С.Я. Методичні рекомендації проходження виробничої практики студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Івано-Франківськ, 2019. - 39 с.

До пункту 6 Наукове керівництво наступними здобувачами, які

одержали диплом кандидата економічних наук: Ціжма Ю.І (2014), Шекета Є.Ю. (2015) Казюка Н.П., (2016), Томашівська А.В (2018), та наукове консультування Смутчак З.В., яка одержала диплом доктора економічних наук (2019).

До пункту 7
Впродовж 2015-2020 рр., здійснив офіційне опонування 5 докторських та 9 кандидатських дисертацій, нині є членом спеціалізованих вчених рад:
1. Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України
2. Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

До пункту 8
Науковий керівник теми «Формування стратегії соціально-економічного розвитку регіону: людський вимір (ДР 0113U003548)» .
Впродовж 2004-2020 рр. виконував обов'язки головного редактора «Вісник Прикарпатського університету імені Василя Стефаника. Серія: Економіка»

До пункту 9
Робота у складі Акредитаційної комісії по акредитації спеціальності «Менеджмент організацій та адміністрування» у ПВНЗ «Україна» (2017р.) та в Харківському національному університеті міського господарства ім. О.М. Бекетова (2018 р.).

До пункту 12
1. Всеукраїнська науково-практична конференція «Соціально-економічний розвиток регіонів: методичні та практичні аспекти», м. Київ 17.10. 2020 року.

До пункту 20
Заступник директора Івано-Франківського

						<p>ДБК по кадрах і соціальному розвитку (1981-1988 р.р.). Декан економічного факультету Прикарпатського університету імені Василя Стефаника 2001-2013р</p> <p>П. Досвід професійної кваліфікації викладача у відповідній сфері – 32 роки</p>	
119446	Мигович Тетяна Михайлівна	Доцент, Основне місце роботи	Економічний факультет	<p>Диплом спеціаліста, Прикарпатський університет ім. Василя Стефаника, рік закінчення: 2004, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом кандидата наук ДК 027959, виданий 28.04.2015, Атестат доцента АД 005560, виданий 26.11.2020</p>	15	Управління проектами	<p>До пункту 1 1. Mishustina, T., Kravchenko, A., Poprotskyu, O., Myhovych, T., Artemchuk, L., & Vasylenko, O. (2022). Fair Competition for Business in the Field of Information and Communication Technologies in the Era of "Postcontemporary Society" Economy. Postmodern Openings, 13(2), 2022, 321-333. https://doi.org/10.18662/po/13.2/456 2. Tetiana Myhovych, Iryna Halushchak, Mykhailo Kuzheliev, Viktor Melnyk, Maksym Zhytar Methodical Aspects of Evaluation of Financial Architecture of Economy . WSEAS Transactions on Business and Economics, ISSN / E-ISSN: 1109-9526 / 2224-2899, Volume 17, 2020, Art. #27, pp. 260-268(PDF https://doi.org/10.37394/23207.2020.17.27) 3. Мигович Т.М. Адаптивне планування в контексті формування фінансової стратегії діяльності підприємств. Вісник Прикарпатського національного університету. Економіка. Івано-Франківськ, 2019. Вип. 14. С.200-205. 4. Мигович Т. М., Кропельницька С.О., Кулеша-Любінець М.М. Розроблення та реалізація соціальних проектів в Україні. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. №1 (106) - С.37-44. 5. Мигович Т.М. Місце самоврядування в забезпеченні сталого розвитку країни. Актуальні проблеми</p>

розвитку економіки регіону: науковий збірник / [за ред. І.Г. Ткачук]. Івано-Франківськ: Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2019 - . – Вип. 15, т. 2. – С.160-166.

До пункту 2

1. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №94650 від 10.12.2019 р. Кропельницька Криховецька З.М., Щур Р.І. С.О., Мигович Т.М., Григорів О.О. Методичні рекомендації до виробничої практики за фаховим спрямуванням в Проектно-освітньому центрі розвитку інновацій та інвестицій в регіоні «Агенти змін» для студентів ОР «Магістр» спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа і страхування»

2. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №94651 від 10.12.2019 р. Кропельницька Криховецька З.М., Щур Р.І. С.О., Мигович Т.М., Григорів О.О. Методичні рекомендації до виробничої практики в Проектно-освітньому центрі розвитку інновацій та інвестицій в регіоні «Агенти змін» для студентів II курсу спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа і страхування»(скороче на програма) та IV курсу спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа і страхування» ОР-«Бакалавр»/

3. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №96270 від 20.02.2020 р. Кропельницька С.О., Кулеша-Любінець М.М., Мигович Т.М., Криховецька З.М., Кондур О.С. Наукова робота «Інноваційні інструменти, проекти та рішення у

забезпеченні розвитку
«Університету 4.0.»
4. Свідоцтво про
реєстрацію
авторського права на
твір №102573 від
16.02.2021 р.
Кропельницька С.О.,
Солоджук Т.В.,
Мигович Т.М.,
Криховецька З.М.,
Щур Р.І. Навчальна
практика у Проектно-
освітньому центрі
«Агенти змін» ДВНЗ
«Прикарпатський
національний
університет імені
Василя Стефаника»»
5. Свідоцтво про
реєстрацію
авторського права на
твір №102992 від
03.03.2021 р. Цепенда
І.Є., Кропельницька
С.О., Майорова Т.В.,
Солоджук Т.В.,
Мигович Т.М., та ін.
Керівництво з
управління проектами
розвитку:
інтерактивний
навчальний посібник.

До пункту 3

1. Мигович Т.М.
Ціноутворення:
навчальний
посібник.– Івано-
Франківськ, 2018. – 96
с.
2. Цепенда І.Є.,
Кропельницька С.О.,
Майорова Т.В. та ін.
Керівництво з
управління проектами
розвитку:
інтерактивний
навчальний посібник.
Івано-Франківськ:
Прикарпатський
національний
університет імені
Василя Стефаника,
2020. 352с..

До пункту 4

1. Левандівський О.Т. ,
Мигович Т.М.
Грошово-кредитні
системи зарубіжних
країн: методичні
вказівки до
практичних занять і
завдання для
індивідуальної та
самостійної роботи
студентів
спеціальності 072
«Фінанси, банківська
справа та
страхування» денної
та заочної форми
навчання. Івано-
Франківськ:
Прикарпатський
національний
університет імені
Василя Стефаника,

2022. 40 с.
2. Мигович Т.М., Левандівський О.Т. Методичні рекомендації до практичних (семінарських) занять, самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисципліни «Гроші та кредит» Івано-Франківськ, 2022. 52 с.
3. Дмитровська В.С., Кохан І.В., Мацьків В.В., Мигович Т.М. Методичні матеріали щодо змісту та організації самостійної роботи студентів, поточного і підсумкового контролю їх знань з дисципліни «Фінанси». Івано-Франківськ. 2022. 100с.
4. Мигович Т.М. Методичні рекомендації до практичних (семінарських) занять з дисципліни «Ціноутворення» / Мигович Т.М. – Івано-Франківськ, 2019. – 42 с.
5. Мигович Т.М. Методичні рекомендації для організації самостійної роботи студентів з дисципліни «Ціноутворення» / Мигович Т.М. – Івано-Франківськ, 2019. – 64 с.

До пункту 11
1. Консультування у рамках проекту секторальної бюджетної підтримки Європейського Союзу «Створення проектно-освітнього центру розвитку інновацій та інвестицій в регіоні» представників органів місцевого самоврядування ТГ, відділів та закладів освіти ТГ, підприємств на основі укладених договорів із ТГ. URL:
<http://agentyzmin.pnu.edu.ua/events/>

До пункту 12
1. Мигович Т.М. Логістика в системі функціонування корпоративних фінансів. Корпоративні фінанси: проблеми та перспективи інноваційного розвитку : матеріали II Міжнародної

Науково-практичній конференції. Київ, 2018. С.- 416-419.

2. Мигович Т.М. Управління оборотним капіталом комунальних підприємств у сучасних умовах. Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: матеріали Міжнародної Науково-практичній конференції. Луцьк, 28.11.2018. - С.155-157.

3. Мигович Т. М., Крпельницька С.О., Кулеша-Любінець М.М. Проектно-орієнтоване управління у соціальній сфері. Перспективні шляхи розвитку наукових знань: матеріали II Міжнародної Науково-практичній конференції. Київ, 2019, 26-27 січня. С.- 17-18.

4. Мигович Т.М., Паньків І.І. Цінові стратегії та політика ціноутворення підприємств. Економічні та соціальні інновації як фактор розвитку економіки: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. Запоріжжя, 2020, 27 червня. С. 86 – 88.

5. Мигович Т. М., Крпельницька С.О., Кулеша-Любінець М.М. Соціально-проектна діяльність студентів закладів вищої освіти. Сучасні проблеми екологічної психології: соціальні та особистісні ресурси створення благополучного локального середовища: матеріали XVI Міжнародної науково-практичної он-лайн конференції. Київ-Миколаїв, 2020, 15 травня. С.17-18.

6. Tetiana Myhovich, Svitlana Kropelnytska, Myroslava Kulesha-Liubinets. COMPONENTS AND FEATURES OF THE SOCIAL PROJECT. Tendenze attuali della moderna ricerca scientifica: die Materialien der internationalen wissenschaftlich-praktischen Konferenz.

Stuttgart, DEU, 2020,
5 June. 7-8 (DOI:
<https://doi.org/10.36074/05.06.2020.v1.01>)

До пункту 14
Голова журі I етапу
Всеукраїнської
студентської
олімпіади з
«Фінансів» у 2019-
2020 н.р.
Керівництво
студентами, які
зайняли призові місця
на I етапі
Всеукраїнської
студентської
олімпіади з
«Фінансів» 2019-2020
н. р.

1 місце – Щипайло
Софія

2 місце – Павлусик
Ольга

До пункту 19
Участь у

Громадському
об'єднанні «Кластер
народних художніх
промислів «Сузір'я»
(Фінансист-бухгалтер)
з 2012 р.

До пункту 20
Участь у

Громадському
об'єднанні «Кластер
народних художніх
промислів «Сузір'я»
(Фінансист-бухгалтер)
з 2012 р.

Стажування:

1. Міжнародне
стажування
«Управління
проектами та
грантовою діяльністю.
Досвід освітніх
організацій та
фондацій розвитку
ЄС» («Project
management and grant
activities. Experience of
educational
organizations and EU
Development
Foundation»), у
Державній вищій
технічно-економічній
школі ім. о.

Броніслава
Маркевича, Фондація
REA, м. Ярослав,
Республіка Польща,
диплом 2018/12/18;

2. Курси підвищення
кваліфікації
«Проектний підхід та
міжсекторальна
співпраця в діяльності
сучасного закладу
освіти, ОТГ, АРР» від
Фондації Центрально-
Європейської Академії
Навчачь та
Сертифікації,
Польща-Україна
(CEASC), сертифікат
№ 0112, 2020 р.

						<p>Досвід професійної діяльності у відповідній сфері</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стаж науково-педагогічної роботи - 16 років 2. Фахівець Проектно-освітнього центру розвитку інновацій та інвестицій «Агенти змін» ПНУ – 4 роки. 	
161998	Гречаник Наталія Юрївна	Доцент кафедри менеджменту і маркетингу, Основне місце роботи	Економічний факультет	<p>Диплом спеціаліста, Прикарпатський університет ім. Василя Стефаника, рік закінчення: 2003, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 059368, виданий 26.05.2010, Атестація доцента 12/ДЦ 031027, виданий 29.03.2012</p>	17	Стратегічний маркетинг	<p>До пункту 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hrechanyk Nataliia. Formation of entrepreneurship model by innovation activity of industrial enterprises. I. Perevozova, I. Savchenko, M. Shkurenko, O. Obelnytska, N. Hrechanyk // Journal of Entrepreneurship Education Volume 22, Special Issue, 2019. https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85064443119&origin=inward&txGid=7d2fa5cd80972166b52afee68bb89fb7 https://www.abacademies.org/articles/formati-on-of-entrepreneurship-model-by-innovation-activity-of-industrial-enterprises-7997.html 2. Hrechanyk Nataliia. Integration of the Supply Chain Management and Development of the Marketing System. Iryna Perevozova, Liliana Horal, Andriy Mokhnenko, Nataliia Hrechanyk, Andriy Ustenko, Oksana Malynka, Lilya Mykhailyshyn // International Journal of Supply Chain Management, Vol.9, № 3, June 2020. http://ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/issue/view/197/showToc 3. Гречаник Н. Ю. Маркетинг в системі управління соціально-економічним розвитком регіону / Н. Ю. Гречаник, І. В. Перемозова. // Інноваційна економіка. – 2016. – №5. – С. 101–110. http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWLOAD=1&Image_file

_name=PDF/inek_2016_5-6_20.pdf
4. Гречаник Н.Ю. Маркетинговий погляд на проблематику необмеженості потреб та споживчого вибору [Електронний ресурс] / Н.Ю. Гречаник // Економіка і суспільство. Мукачево, 2017. - №12. <http://economyandsociety.in.ua>
5. Гречаник Н. Ю. Глобалізаційні процеси як передумова міжнародного маркетингу / Наталія Юрїївна Гречаник // Інноваційна економіка. № 9 -10. – 2017. – С130-134. http://ie.at.ua/IE_2017/InnEko_9-10_2017.pdf
6. Гречаник Н. Ю. Сучасна концепція міжнародного маркетингу в умовах глобалізації економіки / Н. Ю. Гречаник, Л. І. Михайлишин // Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка. – 2018. – С.208-213. https://econ.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/39/2019/01/%D0%92%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA-13_%D0%A1%D1%82%D1%80.171-248.pdf
7. Гречаник Н. Ю. Бренд території: необхідність викликана часом / Наталія Юрїївна Гречаник // Науковий журнал "Науковий погляд: економіка та управління". – 2018. – №1. http://scientificview.umsf.in.ua/archive/2018/1_59_2018/18.pdf
8. Гречаник Н. Ю. Інтернет – маркетинг як метод ведення бізнесу в умовах глобалізації / Наталія Юрїївна Гречаник // Науковий економічний журнал «Інтелект XXI. – 2018. – №5. – С. 127–130.
9. Щур Р.І., Плець І.І., Гречаник Н.Ю. Економічна сутність фінансового забезпечення місцевого самоврядування в умовах децентралізації / Н.

Ю. Гречаник, І. І. Плещь, Р. І. Щур // Вісник Прикарпатського університету. Серія Економіка. Івано-Франківськ: Плай. – 2019. Вип. 14. – С.205-211

10. Hrechanyk Nataliia. Identification of the indicators of the Ukraines population on the basis of marketing researchers (model of mentalization) / N. Hrechanyk, I. Perevozova, M. Pyurykn // International periodical scientific Journal "Modern Technology and Innovative Technologies" Heutiges Ingenieurwesen und innovative Technologien. Published by: Karlsruhe, Germany – С. 16–34.

11. Гречаник Наталія Юріївна. Особливості маркетингу територій як складової системного соціально-економічного розвитку об'єднаних територіальних громад умовах децентралізації. / Н.Ю. Гречаник, І.І. Плещь // Науково – практичний журнал «Регіональна економіка та управління». №2 (24)травень 2019р, частина 1. – Херсон: видавничий дім «Гельветика». – С.62-66.

12. Гречаник Н. Ю. Особливості управління та використанням фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування в умовах децентралізації / Н. Ю. Гречаник, І. І. Плещь, Р. І. Щур. // Вісник Прикарпатського університету. Серія Економіка. – 2020. Випуск 15. – С. 141–147.

13. Гречаник Н.Ю. Контурирование маркетинга по видах на различных уровнях экономической системы. / Н. Ю. Гречаник, И. В. Перезовова // Особенности культурного развития пограничных территорий:исследования

ния и стратегическое управление : материалы научно – практического семинара, Минск, 30-31 мая 2017: сборник научных статей. Минск: Право и экономика, 2017. С. 152-156
<http://socio.bas-net.by/wp-content/uploads/2017/07/Seminar-30-31-maya-2017-Sbornik-materialov.pdf>

14. Гречаник Н. Ю. Теоретичні підходи до етапів управління організаційною культурою підприємства при її модернізації / Н. Ю. Гречаник, І. В. Перезова. // Ринок праці та зайнятості населення. – 2019. – №4. – С. 57–62.

15. Гречаник Н. Ю. Основні напрямки створення єдиної системи обліку газу в сферах транспортування та споживання побутовими користувачами / Н. Ю. Гречаник, І. В. Перезова, О. М. Швед // Международный научный журнал "Интернаука". Серия: "Экономические науки". – 2020. – №5. – С. 97–106.
(Категорія Б)
<https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16133940382475.pdf>

16. Гречаник Н. Ю. Особливості маркетингових досліджень поведінки споживачів в період кризи, спричиненої COVID-19 / Н. Ю. Гречаник, Д. О. Манзевита // Міжнародний науковий журнал «Грааль науки» N 4(Травень, 2021): за матеріалами I Міжнародної науково-практичної конференції «Globalization of scientific knowledge: international cooperation and integration of sciences». – 2021. – С. 75 -79
<https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/grail-of-science/issue/view/07.05.2021/529>

17. Гречаник Н.Ю.

Формування і корегування стереотипів поведінки як феномен когнітивної та соціальної взаємодії / Н.Ю.Гречаник, С.Я.Шурпа, П.В.Козин // Науковий збірник «Теоретичні та прикладні питання економіки». Випуск 2(43). Київ, 2021. - С.100-116.

До пункту 3
1. Гречаник Н. Ю. Маркетинг в системі управління промисловим підприємством / Наталія Юрїївна Гречаник // Інноваційна діяльність та безпека підприємств: колективна монографія за заг ред. Л.М.Савчук, Daniel Fic / Наталія Юрїївна Гречаник. – Дніпро: Пороги, 2017. – С.340-350. ISBN 978-617-518-337

http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/22464/6/monograph_part.pdf

2. Гречаник Н. Ю. Формування та розвиток системи маркетингу: регіональні аспекти / Н. Ю. Гречаник, І. В. Перезова // Економічні, управлінські, правові та інформаційно-технічні проблеми діяльності підприємств: колективна монографія / І. В. Перезова, Н. Ю. Гречаник. – Дніпро: Герда, 2016. – С. 5–27. <https://www.academia.edu/29835278>

До пункту 4

1.Гречаник Н.Ю. Методичні рекомендації проходження виробничої практики студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня / [авт. кол.: Ткач О.В., Романюк М.Д., Гречаник Н.Ю., Копчак Ю.С., Шурпа С.Я]. – Івано–Франківськ, 2019. – 38 с.

2.Гречаник Н.Ю. Методичні рекомендації проходження

переддипломної практики для студентів 2 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання, освітнього рівня «магістр» / [авт. кол.: Ткач О.В., Романюк М.Д., Шурпа С.Я., Гречаник Н.Ю., Копчак Ю.С.]. – Івано-Франківськ, 2019. – 40 с.

3. Гречаник Н.Ю. Методичні рекомендації проходження виробничої практики для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня денної та заочної форм навчання, 1 курс / [авт. кол.: Ткач О.В., Романюк М.Д., Копчак Ю.С., Гречаник Н.Ю., Шурпа С.Я]. – Івано-Франківськ, 2019. – 39 с.

До пункту 11 З 2018 року - радник міського голови міста Івано-Франківськ . Службове посвідчення № 709

Робота у складі комітету з управління впровадженням Стратегії розвитку міста Івано-Франківська на період до 2028 року (рішення виконавчого комітету міської ради від 27.02.2020 № 259).

Робота у Штабі з відновлення економіки Івано-Франківської ОТГ щодо опрацювання механізмів розв'язання проблемних питань у сфері економіки та створення сприятливих умов для її розвитку (розпорядження міського голови від 09.04.2020 №151-р)

Підготувала проєктну заявку для участі в обласному конкурсі розвитку місцевого самоврядування відповідно до розпорядження обласної ради від 29.05.2020р. №348-р «Про оголошення обласних конкурсів розвитку місцевого самоврядування» (цивільно-правовий договір №13 від 31.07.2020р.)

<https://kmim.pnu.edu>

ua/гречаник-наталія-юріївна/
Член виконавчого комітету Івано-Франківської міської ради восьмого демократичного скликання
<https://kmim.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/6/7/2021/01/Робота-в-органах-влади.pdf>

До пункту 12

1. Гречаник Н. Ю. Антикризовий маркетинг та його реалізація в організації / Н. Ю. Гречаник // Сучасні теоретичні та практичні аспекти антикризового регулювання економіки країни збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 13 жовтня 2018 р.) / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». – О. : ЦЕДР, 2018. – С.49 – 52.

2. Гречаник Н. Ю. Глобалізаційні процеси та виклики сучасності / Н. Ю. Гречаник // Фінанси та соціальна економіка: аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 29 вересня 2018 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – Львів: ЛЕФ, 2018. – С. 9 – 12.

3. Гречаник Н. Ю. Маркетингове планування як фактор підвищення результатів діяльності підприємства на ринку / Н. Ю. Гречаник // Сучасні тенденції розвитку міжнародних відносин та економіко-політичного процесу: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 5-6 жовтня 2018 року). – Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2018. – С. 174 - 177.

4. Гречаник Н. Ю. Маркетинг територій як складова системного соціально-

економічного розвитку міст / Н. Ю. Гречаник // Перспективи розвитку території: теорія і практика: матеріали Всеукраїнської науково – практичної конференції . Харків, 22-23 листопада 2018 року / Харківський національний університет міського господарства О.М.Бекетова. Одеський національний університет імені І.І. Мечникова. Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна. – Харків. – ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2018. – С.175 – 177.

5. Гречаник Н. Ю. Основні виклики міжнародного маркетингу при веденні бізнесу організації / Н. Ю. Гречаник // Економічне зростання: стратегія, напрями і пріоритети: збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 20 жовтня 2018 року) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2018. – С.52 – 54.

6. Гречаник Н. Ю. Підходи до формування територіального бренду / Н. Ю. Гречаник // Соціально-економічний розвиток країн: досвід, проблеми, перспективи: збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих учених (м. Київ, 29 вересня 2018 р.). – К.: Аналітичний центр «Нова Економіка», 2018. – С. 93 – 96.

7. Учать у вебінарі «Використання CRM системи Бітрікс в бізнесі: маркетинг, менеджмент, фінанси та управлінський облік»

До пункту 14 Керівництво

						<p>науковим студентським гуртком «Новітній маркетинг». https://kmim.pnu.edu.ua/075-маркетинг</p> <p>До пункту 15 2019 – 2020 р. - Член журі Всеукраїнського конкурсу – захисту науково – дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України. До пункту 19 Сертифікований член Української асоціації маркетингу (УАМ) з 20 лютого 2018 року https://kmim.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/67/2021/01/Сертифікат-Українська-асоціації-маркетингу.pdf До пункту 20 ТзОВ «Скорзонера» 2001 - 2005 р., менеджер з моніторингу; Заступник декана економічного факультету ПНУ 2011-2015 роки.</p> <p>П. Досвід професійної кваліфікації викладача у відповідній сфері – викладання дисциплін з 2003 року.</p>
192631	Зварич Ігор Теодорович	Професор кафедри менеджменту і маркетингу, Сумісництво	Економічний факультет	<p>Диплом доктора наук ДД 008062, виданий 10.03.2010, Диплом кандидата наук ДК 035158, виданий 04.07.2006, Атестат доцента ДЦ 003797, виданий 14.12.1994, Атестат професора 12ІР 007204, виданий 10.11.2011</p>	35	<p>Методологія наукових досліджень</p> <p>До пункту 1. 1.Зварич І. Т., Зварич О. І. Економічний розвиток регіону та його роль у глобалізованому просторі. Причорноморські економічні студії. Одеса, 2021. С. 21-27 2.Зварич І. Т., Зварич О. І. Методологічний підхід до формування концепції економічного розвитку регіону. Приазовський економічний вісник. Вип. 1 (24). С. 30- 40 3.Зварич І. Т., Зварич І. Т. Інституційні засади економічного розвитку регіонів України у світлі формування інноваційних систем. Підприємництво та інновації. Вип. 16. К.: Видавн. дім «Гельветика», 2021. С. 26-32 4.Зварич І. Т., Зварич О. І. Формування інфраструктурних чинників економічного</p>

розвитку регіону.
Електр. наук.-практ.
фахов. вид-ня
«Інфраструктура
ринку». Вип. 21, 2021.
С. 46-59

5.Зварич І. Т., Зварич
О. І. Механізм
інвестиційного
розвитку регіону.
Таврійський науковий
вісник. Серія
«Економіка». Наук.
журн. Вип. 4. Херсон:
Видавн. дім
«Гельветика», 2021. С.
37-51

6.Зварич І. Т., Зварич
І. Т. Регіон у контексті
переходу України до
ринкових засад її
економічного
розвитку. Sectoral
research XII:
characteristic and
features: of scientific
papers "SCIENTA" with
Preceding of the I
Intern. Scient. and
Teoret. Conf. Vol. 1),
March 26, 2021.
Chicago, USA:
European Scientific
Platform. P. 23-26

7.Zvarych Ihor, Zvarych
Olena. Formation of
infrastructural factors
of economic
development of the
region. Baltic Journal of
Economic studies. Vol.
No 5, January. P. 115-
126

8.Зварич І. Т., Зварич
О. І. Соціальна
політика як важлива
складова
регіонального
розвитку. Вісник
Прикарпатського ун-
ту. Серія «Економіка».
2020. Вип. 14. Івано-
Франківськ: Плай,
2020. С. 139-147

9. Зварич І.Т. Сучасні
засоби ефективного
управління житлово-
комуналь-ним
комплексом регіону.
Моделювання
регіональної еко-
номіки. Зб. наук.
праць. №1 (31). Івано-
Фран-ківськ:
Видавець Віктор
Дяків, 2018. С. 78-84

10. Зварич І.Т.
Система менеджменту
соціально-
економічного і
культурного розвитку
регіонів України.
Вісник
Прикарпатського ун-
ту. Серія
"Економіка". 2018.
Вип. XIII. Івано-
Франківськ: Плай,
2018 С. 171-185

До пункту 3.

1.Зварич І.Т.
Ефективні
екологоорієнтовані
технології
виробництва хутрових
і шкіряних матеріалів.
За заг. ред. докт. екон.
наук, проф., акад.
НАПН України І. М.
Гри-щенка, докт.
політ. наук, проф.,
президента
Української асоціації
хутровиків І. Т.
Зварича . - К.: Світ
Успіху, 2018. 352 с.

До пункту 4.

1.Управління
соціально-
еко-но-міч-ним
розвитком регіону:
навч.-метод. посібн.
для студ. і магістр. усіх
економ. спец. Івано-
Франківськ: Видавець
“ПП Супрун В. П.”,
2019. 466 с. (у спіавт.
із Зварич О. І. та
Хомою В. Б.).
До пункту 6

Наукове керівництво
наступними
здобувачами, які
одержали диплом
кандидата
економічних наук:
Войтовича А. Д.,
Загорняка В. Б.,
Кочкодана В. Б..

До пункту 12.

1.Зварич І. Т., Зварич
О. І. Економічний
націоналізм: поняття,
явище, політика і
домінанта
національної ідеї.
Сучасні тенденції та
перспективи
соціально-
економічного
розвитку України
(Матер. наук.-практ.
конф. 5-6 травня 2017
року). Івано-
Франківськ: Ред.-вид.
відділ Івано-
Франківського ун-ту
права ім. Короля
Данила Галицького,
2017. С. 23-33.
2.Зварич І. Т. Сучасна
державна регіональна
політика в Україні:
виклики і загрози.
Політичні процеси
сучасності:
глобальний та
регіональний виміри.
Збірн. матер. ІІ
Всеукраїнської наук.-
практ. конф. (м. Івано-
Франківськ, 23-24
травня 2019 року).
Івано-Франківськ:
Вид-ць «ПП Голіней
О. М.», 2019. С. 98-102

економічним розвитком регіону. Актуальні питання світової та національної економіки: оцінки і стратегії розвитку. Матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 27 березня 2021 року). ГО «Львівська економічна фундація». Львів: ЛЕФ, 2021. С. 32-36

8.Зварич І. Т., Зварич О. І. Основні інфраструктурні чинники соціально-економічного розвитку регіону. Економічний і соціальний розвиток регіону та держави: Матер. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 27 березня 2021 року). Дніпро: НО «Перспектива», 2021. С. 12-16

9.Зварич І. Т., Зварич О. І. Менеджмент місцевих бюджетів у системі бюджетно-го процесу в Україні. Modern Transformations in economics and management: intern. scient.-pract. conf. (Klaipeda, Lithuania, March 26-27, 2021). Riga, Latvia: "Baltija Publishing", 2021. P. 39-44

10.Зварич І. Т., Зварич О. І. Використання «дерева цілей» в управлінні розвитком регіону. Фінансово-економічний розвиток менеджменту, обліку та аудиту на сучасному етапі. Збірн. тез наук. робіт учасн. Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м. Одеса, 13 лютого 2021 року). ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». Одеса: ЦЕДР, 2021. С. 9-13

11.Зварич І. Т., Зварич О. І. Визначальні чинники впливу на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання. Матер. наук.-практ. конф. «Аспекти прогнозування економічного та соціального розвитку країни (м. Дніпро, 30 січня 2021 року). Дніпро: «Перспектива», 2021. С. 23-26.

До пункту 20.
Викладання

				підсумковий контроль
		Глобальна економіка	пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	<input type="checkbox"/>	Атестація	Дослідницький, науковий, пояснювально-ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	Публічний захист,
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Маркетинговий аналіз	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Рекламний менеджмент	пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Маркетинговий менеджмент	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.	<input type="checkbox"/>	Управління проектами	навчально-пізнавальний, частково-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Стратегічний маркетинг	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Товарна інноваційна політика	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Атестація	Дослідницький, науковий, пояснювально-ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	Публічний захист
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Маркетинговий аналіз	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Маркетинговий	навчально-пізнавальний,	усне та письмове

		менеджмент	проблемно-пошуковий	опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	<input type="checkbox"/>	Атестація	Дослідницький, науковий, пояснювально-ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	Публічний захист
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Маркетинговий аналіз	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Товарна інноваційна політика	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Стратегічний маркетинг	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів	<input type="checkbox"/>	Методологія наукових досліджень	організація і здійснення навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, самостійна робота, тестовий контроль, підсумковий контроль
		Атестація	Дослідницький, науковий, пояснювально-ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	Публічний захист
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Маркетинговий менеджмент	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Товарна інноваційна політика	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Управління проектами	навчально-пізнавальний, частково-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових	<input type="checkbox"/>	Атестація	Дослідницький, науковий, пояснювально-ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	Публічний захист

<i>інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</i>		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Рекламний менеджмент	<p>пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності</p> <p>пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності</p> <p>пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності</p> <p>пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності</p> <p>пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності</p>	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Глобальна економіка	снівально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
<i>8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</i>	<input type="checkbox"/>	Атестація	Дослідницький, науковий, пояснювально-ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	Публічний захист
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Соціальна відповідальність	навчально-пізнавальний, частково-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Маркетинговий менеджмент	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
<i>6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</i>	<input type="checkbox"/>	Глобальна економіка	пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Атестація	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік

		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Маркетинговий менеджмент	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Управління проектами	навчально-пізнавальний, частково-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Стратегічний маркетинг	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.	<input type="checkbox"/>	Методологія наукових досліджень	організація і здійснення навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, самостійна робота, тестовий контроль, підсумковий контроль
		Атестація	Дослідницький, науковий, пояснювально-ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	Публічний захист
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Рекламний менеджмент	пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
4.Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	<input type="checkbox"/>	Соціальна відповідальність	пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Глобальна економіка	пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Стратегічний маркетинг	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Атестація	Дослідницький, науковий, пояснювально-ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	Публічний захист,
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
2. Вміти	<input type="checkbox"/>	Атестація	Дослідницький, науковий,	Публічний захист

<i>адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</i>			пояснювально-ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Товарна інноваційна політика	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Рекламний менеджмент	пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Глобальна економіка	пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності пояснювально-ілюстративний, навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
<i>1.Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</i>	<input type="checkbox"/>	Атестація	Дослідницький, науковий, пояснювально-ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	Публічний захист
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Товарна інноваційна політика	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Управління проектами	навчально-пізнавальний, частково-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Соціальна відповідальність	навчально-пізнавальний, частково-пошуковий	усне та письмове опитування, доповіді на семінарських заняттях
<i>3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</i>	<input type="checkbox"/>	Методологія наукових досліджень	організація і здійснення навчально-пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, самостійна робота, тестовий контроль, підсумковий контроль
		Атестація	Дослідницький, науковий, пояснювально-ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	Публічний захист
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий,	Публічний захист, диференційований залік

			навчально-пізнавальний; самоконтроль	
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Маркетинговий аналіз	навчально-пізнавальний, частково-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Маркетинговий менеджмент	навчально-пізнавальний, частково-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Стратегічний маркетинг	навчально-пізнавальний, частково-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Управління проектами	навчально-пізнавальний, частково-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
7.Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	<input type="checkbox"/>	Атестація	Дослідницький, науковий, пояснювально- ілюстративний, пошуковий; самоконтроль	Публічний захист
		Науково дослідна практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Виробнича практика	Дослідницький, аналітичний, науковий, навчально-пізнавальний; самоконтроль	Публічний захист, диференційований залік
		Маркетинговий аналіз	навчально-пізнавальний, проблемно-пошуковий	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль
		Рекламний менеджмент	пояснювально- ілюстративний, навчально- пізнавальної діяльності	усне та письмове опитування, тестовий контроль, доповіді на семінарських заняттях, підсумковий контроль