

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Освітня програма	85057 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	D5 Маркетинг

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

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

Використані скорочення:

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

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	41
Повна назва ЗВО	Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Ідентифікаційний код ЗВО	02070944
ПІБ керівника ЗВО	Копійка Валерій Володимирович
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	https://knu.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/41>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	85057
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	відсутня
Рівень вищої освіти	Магістр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Економічний факультет, кафедра маркетингу і бізнес-адміністрування
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Економічний факультет (кафедра маркетингу і бізнес-адміністрування; кафедра менеджменту, інноваційної та інвестиційної діяльності; кафедра економіки підприємства; кафедра економічної кібернетики; кафедра економічної теорії, макро- і мікроекономіки); філософський факультет (кафедра етики, естетики та культурології)
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	03022, вулиця Васильківська, 90А, Київ Економічний факультет КНУ імені Тараса Шевченка
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	не передбачає
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	відсутня
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	391786
ПІБ гаранта ОП	Біловодська Олена Анатоліївна
Посада гаранта ОП	професор
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	o.bilovodska@knu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(050)-307-35-93
Додатковий телефон гаранта ОП	+38(067)-417-68-55

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
заочна	1 р. 9 міс.

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

Підготовка фахівців маркетингу у КНУ імені Тараса Шевченка (далі – КНУТШ) почалася у 2014 р. на базі кафедри міжнародної економіки економічного факультету, яку в цьому ж році було перейменовано на кафедру міжнародної економіки та маркетингу (далі – МЕМ). З 2002 р. кафедру очолювала д.е.н., проф., заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії в галузі маркетингу А.О. Старостіна, що є одним з фундаторів української школи маркетингу, автором перших національних підручників з маркетингу та кейсів. Враховуючи високопрофесійний науково-педагогічний склад кафедри, освітній й практичний досвід та зростаючі потреби ринку праці у 2014 р. була відкрита спеціальність з маркетингу. У 2018 р. за ініціативою та при непосредній участі зав. каф. МЕМ д.е.н., проф. Старостіної А.О. була відкрита ОП «Маркетинг» для д.ф.н. Обов'язки гаранта ОП проф. Старостіна А.О. взяла на себе. Наказом №289-32 від 13.04.2023р. каф. МЕМ була реорганізована шляхом поділу на кафедру маркетингу і бізнес-адміністрування та кафедру міжнародної економіки. В.о зав. кафедрою МіБА була призначена к.е.н., доц. Руденко Н.В. На цей час на кафедрі діяли ОП «Маркетинг» першого, другого та третього рівнів вищої освіти д.ф.н. та ОП «Бізнес-адміністрування і консультування з можливістю подвійного дипломування» для здобувачів другого рівня вищої освіти. З 2023 р. у зв'язку з обставинами, що склалися в країні, змінився і запит суспільства на формат навчання у ЗВО. За ініціативою д.е.н., проф. Старостіної А.О., була внесена пропозиція щодо обговорення питання відкриття ОП «Маркетинг» з.ф.н. другого (магістерського) рівня вищої освіти. На засіданні кафедри МіБА одноголосно було ухвалено рішення про розробку та впровадження ОП «Маркетинг» з.ф.н. Під керівництвом д.е.н., проф. Старостіної А.О., як гаранта ОП «Маркетинг» д.ф.н. почалася робота над ОП «Маркетинг» для з.ф.н. Для її розробки була створена проектна група на чолі з д.е.н, проф. Біловодською О.А. та членами групи: к.е.н., доц. Руденко Н.В., д.е.н, проф. Каніщенко О.Л., к.е.н, доц. Дербеньовою Я.В. ОП схвалено рішенням Вченої ради від 12.05.2025 року, Протокол №11 та введено в дію Наказом № 473-32 від 30.05.2025 р. Освітня програма базується на інноваційних проектних результатах із урахуванням розвитку маркетингу, орієнтує на актуальні завдання професійної та наукової діяльності. ОП націлена на підготовку магістрів, які володіють унікальними знаннями, вміннями та навичками управління сучасним підприємництвом, діагностики ринкового стану суб'єктів господарювання в умовах турбулентності глобального бізнес-середовища; організації та здійснення маркетингових досліджень національних та міжнародних ринків на основі виявлених управлінських проблем, збору первинної інформації; виявлення моделей ринкової поведінки споживачів; розроблення стратегій ринкової та продуктової діяльності з позицій концепції соціально-етичного маркетингу; прийняття гнучких екстрених управлінських рішень.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року	У тому числі іноземців
			З	З
1 курс	2026 - 2027	20	18	0
2 курс	2025 - 2026	30	17	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	програми відсутні
другий (магістерський) рівень	77224 Бізнес-адміністрування і консультування (мова навчання англійська/українська) З можливістю подвійного дипломування з Університетом Мачерата, Італія 69788 Маркетинг 85057 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	554552	70222
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	554552	70222
Приміщення, які використовуються на іншому праві, ніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	2485	0

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

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

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>ОП_Маркетинг_2025_заочна-1.pdf</i>	SBoZgKGwZeriK1QM5XMhGurGqGZFt12Lsf7iQ3VztoI=
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план_ОПП_марк_зфн.pdf</i>	72NzyVJUTU4E2G5yDNs64Si/9T5gwUmtotrWrueQbSU=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензія-Андрій-Федорченко.pdf</i>	D4UtvYToYe9hwZZbIrHi4vxKGt5efWpaYhnN5EByO7U=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензія-Діана-Райко.pdf</i>	qRyOrRmLFuCoPZ/alhirj3ui5CiQSKu61XOmQTufbxg=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензія-Дмитро-Сорочан.pdf</i>	ToREokr6XODewPLMyZe8tPyHxyJpmlcps1DhffqjUTNo=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензія-Наталія-Чуприна.pdf</i>	Pi1ZnrcZYiCqotjl5haPT82Tz4qN4EMI6ax1bMwtyB8=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензія-Юлія-Іваненко.pdf</i>	RNHoi5D22COJ5GJK7rlEujIAmacgYGpayOS2GKvtTJA=

1. Проєктування освітньої програми

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

ОПП Маркетинг у 2025 р. впроваджено відповідно до Стандарту вищої освіти другого рівня спеціальності 075 Маркетинг (наказ МОН України від 10.07.2019 №960), Тимчасового Стандарту вищої освіти зі спеціальності D5 Маркетинг, затвердженого Рішенням Вченої ради КНУ імені Тараса Шевченка від «27» січня 2025 р., протокол № 6. Кожна ОК ОПП забезпечує програмні результати (ПРН): ОК1:ПРН(2,3,5,15); ОК2:ПРН (2,8,9,10); ОК3:ПРН(1,2,4,7,8,10,11); ОК4:ПРН(2,6,7,9,11,15); ОК5: ПРН(1,4,6,7,10,12,13,14); ОК6:ПРН(1,4,5,12,13); ОК7:ПРН(5,8,11,15); ОК8: ПРН(2,4,5,6,7,9,10,11,12,13); ОК9:ПРН(2,4,8,9,10,11,14); ОК10:ПРН(7,9,10,11,12,13,14); ОК11:Курсова робота ПРН(1,3,5,7,8,11,15); ОК12:ПРН(4,8,9,13,14); ОК13:ПРН(2,3,4,5,6,9,10,12,15); ОК14:ПРН(1,5,7,8,14); ОК15:ПРН(1,2,4,7,14); ОК16: ПРН(8,10,13,14); ОК17: Виробнича (переддипломна) практика ПРН(2-6,8-11,13,15); ОК18:Кваліфікаційна робота магістра ПРН(1-7, 9-15). Всі ПРН відповідають 7 рівню НРК. Структурно-логічна схема підготовки здобувачів розроблена відповідно до мети, фокусу та особливостей програми та ОК. В матриці ОПП 2025 р. представлено взаємозв'язок загальних (ЗК) та фахових компетентностей (ФК), що надає можливість досягти ПРН за відповідними ОК(<https://surl.li/uhezbm>). Станом на вересень 2026 р. проєкт Стандарту спеціальності D5 «Маркетинг» другого рівня перебуває на громадському обговоренні. Після його затвердження будуть внесені зміни до ОП для забезпечення її повної відповідності Стандарту

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

Професійна кваліфікація здобувачам не присвоюється. Після завершення навчання здобувач вищої освіти отримує освітню кваліфікацію «магістр маркетингу» в галузі D «Бізнес, адміністрування та право». Випускники можуть бути працевлаштовані на українських та міжнародних підприємствах та компаніях різних видів економічної діяльності, органах державної влади і місцевого самоврядування; в аналітично-інформаційних інституціях на посадах керівників структурних підрозділів (маркетингу, маркетингових досліджень, розробки нових товарів, реклами, бізнес-планування тощо), дослідниками національних та міжнародних ринків, бренд-менеджерами, фахівцями з просування, управління логістичною діяльністю та ін.

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

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

Мета ОП передбачає формування у здобувачів унікальних знань, умінь і навичок, спрямованих на узгодження інтересів університету, бізнесу та держави, що відповідає підприємницькій моделі функціонування, яку КНУТШ успішно розвиває (<https://surl.li/nxlvgt>), і забезпечується через:

- 1.Включення до тематики курсових, кваліфікаційних робіт магістрів, досліджень аспірантів та НПП тематики у цій області, що передбачає збір первинної інформації для удосконалення ОП;
- 2.Щорічне анкетування здобувачів щодо якості, змісту та практичної спрямованості ОК (<https://surl.li/xeptnf>), результати якого враховуються при її удосконаленні (<https://surl.li/baqbup>, <https://surl.li/vifutf>);
- 3.Щорічне проведення засідань кафедр та круглих столів з запрошенням здобувачів, де розглядаються питання відповідності цілей та ПРН їх запитам (<https://surl.li/xpoufq>). За результатами анкетування 2026 р., здобувачі підтвердили відповідність змісту та цілей ОПП їхнім потребам, а також визначили пріоритетним подальше залучення практиків та випускників до освітнього процесу, використання актуальних бізнес-кейсів;
- 4.Щорічні зустрічі здобувачів з розробниками ОП (<https://surl.li/ezhzbq>);
- 5.Презентацію вибіркового курсів з метою вибору здобувачами ОК, які відповідають їх інтересам;
- 6.Надання права відбирати об'єкти дослідження для курсових, випускних робіт та проєктів.

- роботодавці

Сформульована мета ОП відображає в повній мірі інтереси роботодавців, для реалізації чого сформована система:

- 1.Урахування результатів роботи створеної на факультеті Ради роботодавців, метою діяльності якої є вивчення механізмів гармонізації інтересів потреб бізнесу у фахівців (<https://surl.li/nmsqls>);
- 2.Проведення опитування роботодавців (<https://surl.li/revvmp>);
- 3.Залучення роботодавців до рецензування ОПП (<https://surl.li/hgixoo>);
- 4.Проведення щорічних круглих столів із запрошенням роботодавців, де визначаються основні критерії формування цілей ОПП відповідно до викликів та ринку праці (<https://surl.li/pvoaac>);
- 5.Обговорення актуальних проблем ринку праці, професійні компетентності під час роботи міжнародних науково-практичних конференцій «Маркетингові технології в управлінні національним та міжнародним бізнесом на зламі епох: виявлення тенденцій та подолання викликів» (травень 2024 р.), «Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики» (жовтень 2025 р.), бізнес форумів тощо (<https://surl.li/upzkip>, <https://surl.li/zpzbqa>), що були враховані проєктною групою під час розроблення ОП, формулювання її мети, фокусу, особливостей тощо;
- 6.Обговорення фахових компетентностей під час проведення виїзних семінарів, виконання індивідуальних проєктів, ситуаційних завдань тощо під замовлення компаній;
- 7.Формування завдань для проведення виробничої (переддипломної) практики та напрямів підготовки кваліфікаційних робіт магістрів.

- академічна спільнота

Система урахування досвіду академічної спільноти, що дозволяє враховувати сучасні досягнення науки та освіти шляхом впровадження актуальних наукових підходів, методів і результатів досліджень у зміст ОК, оновлення ОП відповідно до сучасних тенденцій розвитку маркетингу, передбачає:

- 1.Залучення представників академічної спільноти до рецензування ОПП (<https://surl.li/hgixoo>);
- 2.Підготовку спільних підручників, колективних монографій, що охоплюють представників провідних університетів України, проведення круглих столів (<https://surl.li/fdxpeb/>), <https://surl.li/ruagtr>);
- 3.Обмін думками під час роботи в ЕК, участі в акредитаціях, разових спец. радах, рецензуванні випускних робіт магістрів інших ЗВО, експертних комісіях МОН України;
- 4.Співпрацю з ГО "Об'єднання маркетологів України" (<https://surl.li/qsllkq>);
- 5.Спільні наукові статті, участь у науково-практичних конференціях (<https://surl.li/ykohmk>), науково-педагогічні стажування, в т.ч. міжнародні;
- 6.Реалізація договорів про співпрацю з Університетом Мачерата (Італія).

- інші стейкхолдери

Члени кафедри постійно беруть участь в громадському обговоренні нормативних документів Верховної ради України, Міністерства освіти і науки України, міської державної адміністрації, пов'язаних з проблемами розвитку якості вищої освіти; співпрацюють з громадськими організаціями України "Союз промисловців і підприємців", "Асоціація малого і середнього бізнесу", "Асоціація економістів-міжнародників". Під безпосереднім керівництвом членів кафедри було створено ГО "Об'єднання маркетологів України", що охоплює більше 600 представників академічної спільноти з 14 Регіональних осередків (проф. Старостіна А.О., голова Правління, проф. Каніщенко О.Л., член Правління), ядром діяльності якої є розвиток якості підготовки маркетологів в Україні. Інші стейкхолдери також беруть участь в анкетуванні, надають свої пропозиції та рекомендації. Спочатку проєкт програми оприлюднюється на сайті КНУТШ (<https://surl.li/wtmmyr>), пропонується до обговорення через відкрите подання зауважень і пропозицій на електронну пошту гаранта ОПП із подальшим їх опрацюванням проєктною групою під час розроблення нової редакції ОПП.

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

Місія та стратегічні орієнтири Київського національного університету імені Тараса Шевченка визначені у Стратегії розвитку КНУ імені Тараса Шевченка на період 2025–2032 рр. (<https://surl.li/jgzvzh>). Одним з її розробників є професор кафедри Длігач А.О. Місією КНУТШ є створення простору для реалізації освіти упродовж життя, розвитку людського капіталу та проведення досліджень, що сприяють сталому розвитку України. Мета ОПП «Маркетинг» відповідає її змісту та особливостям і спрямована на підготовку фахівців, здатних застосовувати сучасні маркетингові концепції, інструменти та технології для розв'язання складних професійних завдань, що безпосередньо корелює із завданнями розвитку людського капіталу та забезпечення сучасної якості освіти. Реалізація ОПП «Маркетинг» передусім сприяє досягненню цілей Стратегії за векторами «Освіта» та «Дослідження», а серед векторів трансформації «Людський капітал» і «Цифрова та ШІ-трансформація». Це забезпечується через поєднання професійної та дослідницької підготовки, розвиток аналітичного й критичного мислення, формування здатності до навчання упродовж життя, а також опанування сучасних цифрових технологій, інструментів штучного інтелекту та їх застосування у маркетинговій діяльності. Таким чином, зміст і особливості ОПП «Маркетинг» узгоджуються зі стратегічними пріоритетами Університету та сприяють реалізації його місії щодо розвитку людського капіталу і сталого розвитку України.

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

Мета та ПРН в повній мірі враховують тенденції розвитку науки і спеціальності, які є предметом постійного дослідження представниками університетської наукової школи з маркетингу і менеджменту, яку очолює член кафедри д.е.н., проф. Старостіна А.О. Найбільш актуальними проблемами розвитку науки в галузі маркетингу є: управління бізнесом в умовах турбулентного, непередбачуваного бізнес-середовища, пандемій, військової агресії та повоєнного відновлення; управління сталим розвитком; трансформація ринкової поведінки споживачів; соціально відповідальний маркетинг; управління в умовах гнучких, екстрених рішень; управління розвитком підприємницьких університетів; використання ШІ тощо. Всі ці проблеми знайшли відображення в тематичі курсових і кваліфікаційних робіт, роботі конференцій, наукових статей, програмах ОК, академічних досліджень (<https://surl.li/pdfzdc>, <https://surl.li/fzslpz>, <https://surl.li/wygsng>, <https://surl.li/catywr6>, <https://surl.li/mbegeo>). Відповідність тенденціям конкретизовано у ПРН, що передбачають здатність адаптувати нові досягнення теорії до потреб діяльності ринкового суб'єкта (ПРН 1,2,9), розвиток навичок проведення маркетингових досліджень (ПРН 3,11,15), застосування проєктного підходу та сучасних методів управління бізнесом (ПРН 4,6,7,10,12,13), забезпечення міжнародної орієнтації (ПРН 5,8,14), а також здатність приймати обґрунтовані та гнучкі управлінські рішення в умовах невизначеності (ПРН 3,10,12), досягнення яких забезпечується авторськими методиками.

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

При формуванні ОПП враховано тенденції розвитку ринку праці, галузевого та регіонального контексту. Вимоги ринку праці та професійного середовища враховуються систематичною взаємодією з представниками бізнесу та професійної спільноти. Кафедра організовує гостьові лекції та зустрічі здобувачів із фахівцями-практиками відповідно до сучасних практик маркетингової діяльності. Зокрема, у 2025 р. проведено гостьові лекції за участю провідного фахівця з маркетингу ТОВ «Сандора» (<https://surl.li/mzibdb>), менеджера цифрових програм та проєктів ПрАТ «Філіп Морріс Україна» (<https://surl.li/onpnoo>), наукового співробітника Університету Кальярі (Італія)

(<https://surl.li/sdwvod>).

Галузевий контекст реалізовано через самостійний вибір здобувачами освіти різноманітних галузевих ринків, як об'єктів дослідження у виконанні проектів («Маркетингове консультування», «Управління логістичними операціями», «Внутрішній маркетинг», «Управління рекламною діяльністю», «Електронна комерція»), курсових робіт, тем магістерських робіт, що відповідають галузям їх професійної діяльності чи бізнес-інтересам (ПРН1, 3, 4, 6, 7, 10–13), а також практичну підготовку.

Регіональний аспект реалізується шляхом самостійного вибору здобувачами регіональних ринків, що відповідає їх місцю проживання та роботи. Це відображено в тематиці курсових та випускних робіт і відображає місця концентрації суб'єктів господарювання відібраних галузевих ринків.

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

Під час формування та оновлення ОПП здійснюється порівняння цілей, програмних результатів навчання та змісту аналогічних програм КНЕУ імені Вадима Гетьмана (<https://surl.li/trmbvr>), НТУ «ХПІ» (<https://surl.li/ielijr>), Українського державного університету науки і технологій (<https://surli.cc/xxvbla>), Національного університету «Києво-Могилянська академія» (<https://surl.li/hepnbu>), НУ «Львівська політехніка» (<https://surl.li/ltarii>). Такий аналіз дозволяє враховувати сучасні підходи до підготовки магістрів маркетингу, водночас ОПП «Маркетинг» КНУТШ має чітко виражену специфіку, що полягає у поєднанні фундаментальної економічної підготовки класичного дослідницького університету з практичною підготовкою до управління бізнесом. Мета ОПП акцентує увагу на діагностиці ринкового стану суб'єктів господарювання в умовах турбулентності глобального бізнес-середовища, організації та проведенні маркетингових досліджень національних і міжнародних ринків із використанням первинної інформації, виявленні моделей поведінки споживачів, розробленні ринково-продуктових стратегій та прийнятті гнучких управлінських рішень. Особливість програми додатково визначається використанням авторських методик та інструментів прийняття управлінських рішень, активною участю здобувачів у зборі первинної маркетингової інформації, тісною співпрацею з представниками українського бізнесу та викладанням окремих освітніх компонентів англійською мовою. Зміст ОПП підтримує цю специфіку через поєднання маркетингової, управлінської, цифрової, логістичної та міжнародної складових, зокрема ОК «Маркетингове консультування», «Електронна комерція», «Штучний інтелект у маркетинговій діяльності», «Управління логістичними операціями», «Стратегічний аналіз міжнародних ринків», «Маркетинг інновацій / Marketing of Innovations», «Внутрішній маркетинг / Internal Marketing», «Стратегічне управління / Strategic Management» та «Бренд-менеджмент / Brand Management».

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

Під час формування та оновлення ОПП враховано досвід іноземних магістерських програм, зокрема, «Менеджмент та міжнародний маркетинг» Університету Мачерати (Італія, <https://surl.li/muajpi>), «Маркетинг і стратегія» Університету Ворики (Великобританія, <https://surl.li/ypuici>), «Міжнародний бізнес – стратегічний маркетинг» Маастрихтського університету (Нідерланди, <https://surl.li/csxvgq>), а також американських магістерських програм з маркетингу Техаського університету в Остіні (<https://surl.li/haliat>), Університету Південної Каліфорнії (<https://surl.li/ebohvr>), Університету Вандербільта (<https://surl.li/mazxjl>) та Техаського університету в Далласі (<https://surl.li/nrznpt>). Враховано їх спрямування на формування аналітичних, цифрових і практичних навичок, зокрема використання маркетингової аналітики, аналізу великих масивів даних, цифрових каналів і платформ, дослідження поведінки споживачів, прийняття маркетингових рішень на основі даних, застосування штучного інтелекту та практичне розв'язання реальних маркетингових завдань.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

120

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

90

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

30

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

Зміст ОП відповідає предметній області спеціальності відповідно до Стандарту вищої освіти (наказ МОН України № 960 від 10.07.2019 р., Тимчасового Стандарту КНУТШ від 27.01.2025р., прот.№ 6). Об'єкт вивчення (маркетингова

діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин) передусім реалізується через ОК3, 8-10, 13. Цілі навчання щодо проведення досліджень, здійснення інновацій та прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності забезпечуються ОК 1, 3, 6, 7. Теоретичний зміст предметної області розкривається через ОК 5-7, 8, 10, 13-15, 16, які висвітлюють проблеми стратегічного управління, управління людськими ресурсами, методологію маркетингових досліджень, підходи до розробки ринково-продуктових стратегій. Управлінську складову підготовки здобувачів розширює ОК12, яка формує здатність застосовувати сучасні підходи до управління людськими ресурсами та враховувати їх роль у забезпеченні ефективності маркетингової діяльності суб'єктів господарювання. Методи, методики й технології маркетингової діяльності, дослідницька складова предметної області формуються під час вивчення ОК (2, 3, 4, 9, 11), виконання виробничої (переддипломної) практики (ОК17) та кваліфікаційної роботи магістра (ОК18). Використання сучасних інформаційних систем, цифрових технологій і програмних продуктів для роботи з маркетинговими даними забезпечується змістом ОК 2, 4. Англomовні ОК 6, 8, 10, 13 додатково забезпечують використання професійної термінології та сучасного міжнародного досвіду. Наближенню теоретичної складової до практичної сприяють виробнича (переддипломна) практика, що забезпечує сучасні знання та вміння, освоєння методів і засобів практичної професійної діяльності в реальному секторі економіки у сфері маркетингу (<https://surl.li/owwbsd>). Важливим доповненням є курсова робота (<https://surl.li/giiftb>) та кваліфікаційна робота магістра (<https://surl.li/zlzwql>), які формують вміння аналізу та дослідження ринків, опрацювання інформації з різних джерел. Підготовка робіт здійснюється за тематикою, яка відповідає предметній області. Вибіркові ОК посилюють вивчення предметної області спеціальності та забезпечують формування індивідуальної освітньої траєкторії.

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

Індивідуальна освітня траєкторія нормативно забезпечена Положенням про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в КНУТШ (процедура 3.7 «Формування індивідуального навчального плану (вибір навчальних дисциплін)», (<https://surl.li/gnhebv>, <https://surl.li/pjzxeq>)) та Положенням про організацію освітнього процесу в КНУТШ (п. 5.2.3, 5.4, 9.4, 9.5, (<https://surl.li/zusvqk>)). Процедура 3.7 передбачає право здобувача на вільний вибір дисциплін у обсязі не менш як 25 % загальної кількості кредитів ЄКТС, відповідно до власних професійних інтересів здобувачів вибір не обмежується навчальним планом ОП Маркетинг; здобувач може обирати ОК інших програм і спеціальностей. Для здобувачів заочної форми навчання порядок та строки вибору враховують специфіку навчання: інформація про вибіркові дисципліни надається не пізніше установчої сесії, а запис на дисципліни здійснюється за графіками економічного факультету (<https://surl.li/ryxmw1>). Індивідуалізація освітньої траєкторії також забезпечується академічною мобільністю (<https://surl.li/ejzqmp>) (процедура 3.6), можливістю ініціювати вибір бази виробничої (переддипломної) практики, визначати об'єкт дослідження індивідуальних проєктів за ОК, курсової та кваліфікаційної робіт, претендувати на визнання результатів навчання у неформальній й інформальній освіті, участі у наукових гуртках, конференціях, дослідницькій роботі (здобувачі є переможцями I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт).

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

Вибір дисциплін реалізується відповідно до Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в КНУТШ. Це передбачає можливість вибору вибірових складових з: навчального плану ОП Маркетинг; навчального плану іншої ОП другого рівня вищої освіти; блоку обов'язкових ОК іншої ОП другого рівня вищої освіти; навчального плану іншої ОП іншого освітнього рівня (вибір Каталогу курсів) за умови узгодження із деканом/директором інституту; навчальних дисциплін в іншому ЗВО за реалізації здобувачем права на академічну мобільність.

В ОП передбачено 30 кр. ЄКТС вибірових ОК (25% загального обсягу ОП). Навчальним планом визначено декілька форматів вибору: відповідно до розд.3.2 вибір 1 дисципліни з ВК1, а відповідно до розд. 3.4 кілька дисциплін із ВК2 та ВК3 (<https://surl.li/lbcymd>). ВК2 передбачені у 2–3 сем., ВК1 та ВК3 у 3–4 сем. Процедура вибору передбачає ознайомлення та поетапний усвідомлений вибір ОК у персональному кабінеті відповідно до переліку, опису і необхідної кількості кредитів. Додатково проводяться зустрічі з Гарантом, куратором та іншими НПП, що пояснюють зміст ОК, порядок і строки здійснення вибору (<https://surl.li/fvvhyf>), після чого здобувачі здійснюють запис на ОК відповідно до графіка, і обрані ОК вносяться до індивідуального навчального плану. Перелік вибірових ОК, їх обсяг, семестр вивчення тощо оприлюднюються на сайті економічного факультету КНУТШ (<https://surl.li/vcxvtq>, <https://surl.li/xpuaqu>).

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

Практична складова реалізується під час виробничої (переддипломної) практики (<https://surl.li/bkqwya>), виконання курсової роботи (ОК 11, <https://surl.li/qcguoh>), інд.проєктів, кейсів тощо. Практика передбачена в 4 семестрі (6 кр., 6 тижн.) і спрямована на формування компетентностей щодо розв'язання стратегічних проблем розвитку підприємницьких структур, аналізу ринкової діяльності об'єкта практики, опрацювання даних для кваліфікаційної роботи; дослідження особливостей ринково-продуктової стратегії тощо, і орієнтована на формування та розвиток ПРН2-6,8-11,13,15.

Керівництво практикою здійснюється деканом та керівником практики від факультету, відповідальною від кафедри, а також керівником від бази практики, що призначається наказом. На факультеті сформовано перелік баз практик м. Києва, Київської обл., що проваджують діяльність на основі сучасних тенденцій розвитку маркетингу, з якими укладено угоди про співпрацю. Здобувачі здійснюють вибір баз практик із запропонованих або обирають об'єкт самостійно. Організація практики регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у КНУТШ (п.4.5, <https://surl.li/cnrtxq>); Положенням про організацію та проведення практик на економічному факультеті

(<https://surl.li/ztpxjr>).

Практична складова реалізується і через діяльність "Дія.Бізнес у КНУ" (<https://surl.li/cc/hmpjuh>), участю в освітньому процесі керівників і фахівців бізнесу (<https://surl.li/vexiiw>, <https://surl.li/whnedd>, <https://surl.li/rnkqdm>).

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

Соціальні навички формуються упродовж усього періоду навчання через:

1. Поєднання змісту ОК, практичних і командних форм роботи, дослідницької діяльності та взаємодії з професійним середовищем. Напр., ОК 12 (командна взаємодія, лідерство тощо), ОК 15, 16 (етична поведінка, відповідальність та корпоративна культура).
2. Студентське самоврядування як середовище для розвитку навичок, волонтерська робота (<https://surl.li/bqqqvo>).
3. Науково-дослідницьку діяльність: у межах кафедри здобувачі залучаються як інтерв'юери до академічних маркетингових досліджень (комунікація, академічна доброчесність, здатність долати конфлікти) (<https://surl.li/owbcth>).
4. Виробничу (переддипломну) практику (адаптивність, відповідальність, комунікації в професійному середовищі, здатність застосовувати набуті навички при взаємодії з працівниками підприємства) (<https://surl.li/goeipf>).
5. Залучення представників бізнесу: проведення гостьових лекцій і професійних зустрічей (комунікація з фахівцями-практиками, уміння ставити запитання та обговорювати реальні професійні ситуації).
6. Роботу в Дія.Бізнес (комунікаційні, ораторські, лідерські навички, робота в команді, відстоювання ідей) (<https://surl.li/nhzrym>).
7. Підготовку курсової та кваліфікаційних робіт (самоорганізація, академічна комунікація, критичне й аналітичне мислення та ін.) (<https://surl.li/feibx>, <https://surl.li/jzcdxe>).
8. Індивідуальну освітню траєкторію, академічну мобільність, вибір тематики досліджень (самостійність, відповідальність за результати навчання, самоосвіта та ін.).

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

ОП має чітку структуру і забезпечує ускладнення підготовки упродовж навчання. Структурно-логічна схема ОПП передбачає опанування обов'язкових ОК загальноєкономічної підготовки для розуміння економічних процесів, ринкової поведінки, цифровізації бізнесу, соціально-етичних аспектів професійної діяльності, управління людськими ресурсами та фахової підготовки, що послідовно формують навички дослідження ринків, аналізу бізнес-середовища, розробки ринково-продуктових стратегій. Вибіркові ОК доповнюють обов'язкову підготовку та поглиблюють його окремі напрями. Структурно-логічна схема також передбачає курсову роботу «Страт. аналіз міжнар. ринків», виробничу (переддипломну) практику, кваліфікаційну роботу магістра, що забезпечують формування навичок застосування здобутих компетентностей і досягнення ПРН.

Загальнокультурні та громадянські компетентності інтегровані в зміст професійної підготовки. ОК «Соціальна відповідальність бізнесу» забезпечує розуміння соціальних наслідків управлінських рішень, відповідальності бізнесу перед суспільством; «Корпоративна культура та бізнес-етика» - сприяє усвідомленню етичних принципів професійної діяльності, культури взаємодії. Здатність самостійно аналізувати суспільні та економічні процеси, виявляти їх закономірності й оцінювати їх вплив на діяльність суб'єктів господарювання формується через ОК «Методологія та організація економічних наукових досліджень», «Стратегічне управління», «Стратегічний аналіз міжнародних ринків».

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

Навчальний план містить календарний графік навчання, бюджет часу здобувачів із розподілом на аудиторні заняття, самостійну роботу, екзаменаційні сесії, практику, канікули та атестацію. Кредитний обсяг ОК визначається проєктною групою ОПП із урахуванням експертної оцінки НПП та перевіряється під час погодження ОП. Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у КНУТШ (зі змінами) (<https://knu.ua/pdfs/official/Polozhennia-pro-organizatsiyu-osvitniogo-procesu-druga-redaktsiia-zi-zminamy.pdf>) співвідношення навчальних занять і самостійної роботи встановлюється в межах від 33% до 50% та від 50% до 67% відповідно, з урахуванням рівня освіти і року навчання. Згідно з п. 5.2.6 Положення навчальний план заочної форми навчання передбачає меншу частку аудиторних занять за рахунок збільшення обсягу самостійної роботи. Для кожного ОК визначено кількість годин, обсяг у кредитах ЄКТС та форму підсумкового контролю. Передбачено настановчу та екзаменаційну сесії, а також міжсесійний період, протягом якого здобувачі самостійно опрацьовують навчальний матеріал, виконують індивідуальні завдання, здійснюють підготовку до контрольних заходів. Календарний графік навчального процесу враховує ці періоди та забезпечує необхідний час для самостійної роботи. За результатами опитування здобувачів 83,3% знають загальний обсяг дисциплін; 88,9% - вважають доступною таку інформацію і оптимальним розподіл навчального навантаження (<https://surl.li/wewsom>).

Яким чином структура освітньої програми, освітні компоненти забезпечують практикоорієнтованість освітньої програми? Якщо за ОП здійснюється підготовка здобувачів вищої

освіти за дуальною формою освіти, опишіть модель та форми її реалізації

Підготовка здобувачів забезпечується поєднанням практикоорієнтованого змісту обов'язкових ОК, індивідуальних і групових практичних завдань, курсової роботи, виробничої (переддипломної) практики та кваліфікаційної роботи магістра. ОП передбачає проблемно-орієнтоване і студентоцентроване навчання із застосуванням тренінгів, кейсів, ділових і рольових ігор, проєктної роботи та завдань практики.

Практичні компетентності формуються, напр., під час ОК «Управління логістичними операціями», «Внутрішній маркетинг», «Маркетингове консультування», «Стратегічний аналіз міжнародних ринків» та підготовки курсової роботи (<https://surl.li/mbgrxt>).

Практичну підготовку здобувачів доповнює діяльність Центру підтримки підприємців Дія.Бізнес у КНУ (<https://surl.li/qxjnth>), який створює можливості для участі студентів у тренінгах, воркшопах, майстеркласах та інших практикоорієнтованих заходах і роботи у коворкінгу та тестування власних бізнес-ідей і продуктів.

Практичну спрямованість також посилює залучення до освітнього процесу керівників компаній і спеціалізованих підрозділів сучасного бізнесу, аналітиків консалтингових компаній та фахівців із досвідом консалтингової і тренінгової діяльності, що дає змогу пов'язувати теоретичну підготовку з актуальними професійними практиками (<https://surl.li/kojjoq>, <https://surl.li/hjiimv>, <https://surl.li/gympnc>).

Підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти не здійснюється.

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

ОПП «Маркетинг» забезпечує набуття здобувачами компетентностей, спрямованих на досягнення Цілей сталого розвитку до 2030 року, через зміст обов'язкових ОК, практичну підготовку, виконання кваліфікаційної роботи та посилюється через вибіркові ОК (напр., «Циркулярний маркетинг»). Питання соціальної та етичної відповідальності розкриваються в ОК «Соціальна відповідальність бізнесу» та ОК «Корпоративна культура та бізнес-етика»; інноваційні та цифрові аспекти сталого розвитку – ОК «Штучний інтелект у маркетинговій діяльності», «Електронна комерція», «Маркетинг інновацій»; стратегічний та управлінський вимір – ОК «Стратегічний аналіз міжнародних ринків», «Стратегічне управління»; соціальний аспект управління людськими ресурсами – ОК «Управління персоналом».

Важливим елементом є ОК «Кваліфікаційна робота магістра», унікальна складова якої передбачає оцінювання економічних, екологічних та соціальних ефектів запропонованих маркетингових стратегій або програм, що орієнтує здобувачів на комплексне врахування принципів сталого розвитку під час розроблення та обґрунтування маркетингових рішень. Окремо питання сталого розвитку включені в тематику кваліфікаційних робіт магістрів (<https://surl.li/jbquht>). Таким чином, ОПП формує здатність враховувати економічні, соціальні та екологічні наслідки професійної діяльності, що відповідає, зокрема, Цілям сталого розвитку 4, 5, 8, 9, 10, 12 та 17 (<https://surl.li/umdbyr>).

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

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

<https://vstup.knu.ua/rules>

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

Інформація про правила вступу доступна на сайті приймальної комісії КНУТШ (<https://vstup.knu.ua/rules>). Правила прийому на навчання за ОП та вимоги до вступників відповідають загальним вимогам (<https://surl.li/pnhnkr>). На навчання за ОС магістр приймаються особи, які мають освітній ступінь бакалавра, магістра або освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста, а конкурсний відбір здійснюється за результатами ЄВІ, ЄФВВ, співбесіди з іноземної мови замість ЄВІ та/або фахового іспиту замість ЄФВВ, у передбачених Правилами прийому випадках.

Зокрема, для розрахунку конкурсного балу вступу на ОП Маркетинг передбачено такі вагові коефіцієнти для: ЄВІ (тест загальної навчальної компетентності) – 0,2; ЄВІ (іноземна мова) – 0,2; ЄФВВ (предметний тест з управління та адміністрування) – 0,6. Сума добутків коефіцієнтів та балів, отриманих за кожним зі вступних випробувань формує конкурсний бал за шкалою від 100 до 200. Особи, які отримали за ЄФВВ менше ніж 100 балів за 200-бальною шкалою, позбавляються права на участь у конкурсі на зарахування; а до конкурсного відбору на місця державного замовлення допускаються вступники за наявності конкурсного балу не менше ніж 130.

Спеціальні умови участі в конкурсному відборі визначені Додатком 3.4 Правил прийому до КНУТШ.

Програми підготовки та Критерії оцінювання фахових іспитів замість ЄФВВ розміщено на сайті економічного факультету (<https://surl.li/sxfoxm>), та Міністерства освіти і науки (<https://surl.li/bzybpn>).

Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання та кваліфікацій,

отриманих на інших освітніх програмах? Яким чином забезпечується доступність цієї процедури для учасників освітнього процесу?

У КНУТШ питання визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах, регулюються такими нормативними документами:

- Правила прийому до КНУТШ у 2026 році (<https://surl.li/jsvreq>);
 - Порядок поновлення та переведення здобувачів вищої освіти (студентів, слухачів, курсантів, аспірантів/ад'юнктів) у КНУТШ (нова редакція) зі змінами (<https://surl.li/dpnuht>);
 - Положення про організацію освітнього процесу у КНУТШ (зокрема Розділ 7 та Розділ 11) (<https://surl.li/yalwbj>);
 - Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність КНУТШ (<https://surl.li/qziysu>);
 - Положення про порядок перезарахування результатів навчання у КНУТШ (<https://surl.li/bxqota>);
 - Наказ Ректора від 12.07.2016 року №603-22 "Про затвердження Порядку проведення в КНУТШ атестації для визнання здобутих кваліфікацій, результатів навчання та періодів навчання в системі вищої освіти, здобутих на тимчасово окупованій території України після 20 лютого 2014 року" (<https://surl.li/hpogzw>).
- Вказані документи знаходяться у відкритому доступі для всіх учасників освітнього процесу, а їх інформування проводиться під час презентацій ОП, днів відкритих дверей, КНУ ЕКСПО, а також на інтернет - ресурсах КНУТШ.

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

Визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах (зокрема під час академічної мобільності) відбувається згідно нормативних документів, наведених у попередньому пункті 3.3. Протягом поточного періоду здобувачі вищої освіти за ОП «Маркетинг» заочної форми навчання не реалізовували право на міжнародну чи внутрішню академічну мобільність. Водночас, інформування здобувачів заочної форми здійснюється через куратора, який систематично надсилає інформацію; самостійно через розділ «Академічна мобільність» на сайті економічного факультету (<https://surl.li/prohdp>), координатора з академічної мобільності економічного факультету, а також офіційні вебресурси Відділу академічної мобільності КНУ (<https://surl.li/sbttwi>), який функціонує як координаційна та консультативна структура щодо питань навчання, стажування, проходження навчальної і виробничої практик, проведення наукових досліджень, наукового стажування та підвищення кваліфікації у вищих навчальних закладах України і зарубіжжя. Детальна інформація доступна всім учасникам освітнього процесу на комунікаційних ресурсах КНУТШ.

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

У КНУТШ діє Положення про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/haskmb>), в якому визначено поняття неформального навчання та права здобувача ініціювати погодження гнучкої траєкторії виконання індивідуального навчального плану шляхом перезарахування результатів навчання здобутих за програмами неформальної освіти та/або шляхом інформальної освіти; а також Положення про валідацію і визнання результатів навчання, здобутих у процесі неформальної та/або інформальної освіти у програмах вищої та фахової передвищої освіти (<https://surl.li/ipmmkx>), яке визначає академічну свободу науково-педагогічних працівників Університету щодо внесення до РП освітніх компонентів рекомендацій з можливого опанування окремих результатів навчання шляхом інформальної освіти або завдяки участі у програмах неформальної освіти; та умови і процедуру визнання таких результатів навчання. Положення не обмежує права здобувачів освіти на розвиток своїх компетентностей поза освітніми програмами шляхом неформального та /або інформального навчання в Університеті і за його межами. Вказані положення розроблені відповідно до законів України «Про освіту», «Про вищу освіту» та інших нормативно-правових актів у сфері вищої освіти і знаходяться у вільному доступі на інформаційних ресурсах КНУТШ.

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

Визнання результатів навчання, отриманих завдяки участі у програмах неформальної освіти здійснюється в межах тієї складової оцінки, яка відведена для поточного контролю та згідно з правилами і процедурами, що визначені у робочій програмі освітнього компонента. Так, при викладанні дисципліни «Стратегічний аналіз міжнародних ринків» у здобувачів є можливість проходити пов'язані з тематикою завдань онлайн-курси, наприклад: «Виведіть бізнес на міжнародний ринок» від Міністерства цифрової трансформації та Дія.Бізнес (<https://surl.li/rtuhph>) або англomовний «Market Research Methods and Data Analysis» (<https://surl.li/tdbmbg>). В межах дисципліни «Штучний інтелект у маркетинговій діяльності» здобувачам надається можливість пройти програми неформальної освіти міжнародного рівня, такі як «AI-Powered Entrepreneurship and Innovations» та «Штучний інтелект у стартапах та бізнесі» від Ініціативи EIT Higher Education (<https://surl.li/kkhpwh>, <https://surl.li/dgubry>). Перезарахування відбувається відповідно до Положення про організацію освітнього процесу (<https://surl.li/dydyrnr>) та Положення про валідацію і визнання результатів навчання, здобутих у процесі неформальної та/або інформальної освіти у програмах вищої та фахової передвищої освіти (<https://surl.li/brmpof>).

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Освітній процес за ОПП Маркетинг відповідає вимогам законодавства України та нормативним документам КНУТШ, зокрема Законом України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про забезпечення функціонування української мови як державної», Стандарту вищої освіти зі спеціальності Маркетинг, Положенню про організацію освіт. процесу КНУТШ (<https://surl.li/uykjdg>), Положенню про організацію освіт. процесу за дистанційною формою здобуття освіти (<https://surl.li/kkbimu>, <https://surl.li/vudypr>). Навчання здійснюється державною мовою; окремі ОК – англ. відповідно до профілю ОП. Використання джерел мовою держави-агресора виключено. У навч. процес впроваджені традиційні (лекції, семінарські, практичні, лабораторні заняття) та інтерактивні технології навчання (рольові ігри, мозковий штурм, кейс-метод, есе, ситуаційне моделювання тощо). Методи навчання узгоджені з метою ОП та ПРН. Інтерактивні, проблемно-орієнтовані лекції забезпечують досягнення ПРН за усіма ОК. Зокрема, кейс-методи, комп'ютерний аналіз даних і моделювання в ОК 2,4,6,7,8,13 формують дослідницькі й аналітичні вміння. Проектна та командна робота, ділові ігри в ОК 3,5,8,9,10, 12, 14,15,16 розвивають проектні, комунікативні, управлінські компетентності. ОК 1,11,17,18 забезпечують самостійне дослідження, практичне застосування знань і прийняття рішень в умовах невизначеності. Основними засобами забезпечення СР здобувачів є Classroom, Classtime, GoogleForm з презентаціями, тестами, навч. літературою, програмами, метод. виданнями, кейсами.

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

Студентоцентризований підхід реалізується через:

1. Гнучкість та адаптивність графіку з.ф.н.: планування навч. навантаження з урахуванням зайнятості здобувачів, забезпечення доступу до навч. матеріалів у режимі 24/7 на дистанц. платформах (Classroom, Classtime).
 2. Прозоре інформування здобувачів про зміст ОП, очікувані РН, організацію освіт. процесу, критерії оцінювання, навч. навантаження, доступ до навч. матеріалів, підсумкові оцінки (Triton).
 3. Індивідуальну освітню траєкторію: вільний вибір вибіркового ОК із затверджених переліків вибіркового компонентів (передбачено 30 кр. ЄКТС), вибір бази практики, тематики КРМ та наук. керівника.
 4. Партнерську взаємодію між викладачем та здобувачем: відкритий діалог, спільне обговорення та розв'язання навч. і дослідницьких завдань, проведення асинхронних та синхронних онлайн-консультацій.
- Зворотний зв'язок здійснюється через регулярні опитування відповідно до Положення про опитування щодо якості освіти в КНУТШ (<https://surl.li/owqcrx>). За результатами опитування 88,9% здобувачів оцінюють навч. навантаження як повністю оптимальне, 100% підтвердили реалізацію права на індивід. освітню траєкторію. Вибір ОК оцінено на 8,71/10, тем наук. досліджень - 8,82/10, наук. керівника - 8,71/10. 88,2% підтримують залучення роботодавців і практиків; ефективність майстер-класів оцінено на 9,06/10, реальних бізнес-кейсів - на 8,69/10. Комунікативні навички та відкритий діалог викладачів - 9,71/10, фахову експертизу - 8,76/10 (<https://surl.li/jpaocg>).

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

Відповідність принципам академічної свободи гарантується Законом України «Про вищу освіту», Статутом КНУТШ (<https://surl.li/ycqfwv>) та розділом 4 Положення про організацію освіт. процесу (<https://surl.li/uykjdg>): Академічна свобода НПП реалізується через самостійне визначення авторських методик викладання, структури та змісту лекційного матеріалу, підбору бізнес-кейсів, розподілу балів поточного контролю в межах РП. Викладачі вільно обирають методи проведення занять (майстер-класи, ділові ігри, проблемні дискусії) та сучасні цифрові інструменти.

Академічна свобода здобувачів реалізується через:

- освітній вибір - вільний вибір вибіркового ОК, тем курсових і кваліфікаційних магістерських робіт, наук. керівника, бази практики, об'єктів досліджень для проектних робіт;
- наук. діяльність - свободу наукового пошуку, участь у наук. дискусіях і конференціях, можливість публікувати та презентувати результати власних досліджень, виконувати творчі й дослідницькі завдання;
- участь в управлінні - обирати та бути обраними до органів студентського самоврядування, брати участь у роботі Студ. парламенту, студентських проф. організацій, Вченої ради ЕФ та Вченої ради КНУТШ, в обговоренні розвитку ОП;
- вільне висловлення думок і зворотний зв'язок - участь в академічних дискусіях, круглих столах, засіданнях кафедри, анонімних опитуваннях щодо якості освітнього процесу, можливість подавати пропозиції через «скриньку креативних ідей» та контактувати напряму з гарантом ОП через ел. пошту.

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

Інформування здобувачів здійснюється своєчасно, прозоро та системно:

1. До початку навчання/семестру: повний опис ОП (<https://surl.li/aispdg>), навчальний план (<https://surl.li/szkbef>), графік навчального процесу та робочі програми оприлюднюються у відкритому доступі на сайті ЕФ (<https://surl.li/uyjtaj>), навч. матеріали завантажуються на платформу Classroom.
2. На першому навчальному занятті з ОК: викладач детально ознайомлює здобувачів із метою, завданнями курсу, структурою тем, формами поточного і підсумкового контролю, критеріями оцінювання, правилами академічної доброчесності та застосування ШІ, термінами здачі інд. завдань.

3. Перед початком практики та роботи над КРМ: проводяться настановні збори зі студентами де роз'яснюються вимоги до їх підготовки та проходження, визначаються етапи й терміни виконання, порядок оформлення документації, особливості вибору бази практики, теми КРМ й наук. керівника. Студентів ознайомлюють із методич. рекомендаціями (<https://surl.li/szkbof>), критеріями оцінювання, надають рекомендації щодо організації самост. роботи та дотримання встановлених термінів виконання.
4. Зворотний зв'язок щодо оцінювання: результати поточного контролю відомі здобувачам через платформу Classroom.
- Опитування засвідчують високий рівень поінформованості студентів. 83,3% опитаних знають обсяг ОК у кред. ЄКТС та годинах, а 88,9% обізнані про структуру розподілу годин на ауд. та самост. роботу відповідно до НП, що свідчить про ефективність інформування здобувачів.

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

Поєднання навчання і науково-прикладних досліджень є важливою складовою підготовки магістрів за ОПП «Маркетинг», що відповідає дослідницькому статусу КНУ імені Тараса Шевченка (Положення про наукову та науково-технічну діяльність (<https://surl.li/lyduam>) та Положення про наукові школи КНУТШ (<https://surl.li/nltwvk>):

1. Дослідницька складова в ОК реалізується через:
 - опанування методами наук. пізнання у ОК «Методологія та організація економічних наук. досліджень (з основами інтелектуальної власності)», де студенти опановують сучасні методи наукових досліджень, набувають навичок пошуку, систематизації й критичного аналізу наук. інформації, обґрунтування мети та завдань дослідження, формуються компетентності у сфері академічної доброчесності та захисту інтелектуальної власності;
 - розвиток дослідницьких компетентностей. Зокрема у межах ОК 1,2,3,4,5,7,8,10,11,17,18 тощо, де здобувачі виконують аналітичні й практико-орієнтовані дослідницькі завдання, здійснюють пошук і аналіз вторинної інформації, застосовують сучасні методи дослідження, обґрунтовують висновки та рекомендації щодо вирішення маркетингових проблем;
 - формування дослідницьких навичок у процесі курсової та кваліфікаційної робіт: КР «Стратегічний аналіз міжнародних ринків» виконується як самостійне прикладне маркетингове дослідження, у межах якого здобувачі здійснюють СТАБС-аналіз міжнар. ринкового середовища, збирають і систематизують первинну маркетингову інформацію, здійснюють статистичний аналіз даних та обґрунтовують висновки. КРМ передбачає проведення самостійного наукового дослідження, містить науково-теоретичний та аналітичний розділи, а також практичний розділ із розробленням обґрунтованих рекомендацій та оцінюванням економічних, соціальних, екологічних ефектів (<https://surl.li/szkbof>).
2. Інтеграція у науково-дослідні теми кафедри: тематика КРМ, індивідуальних проєктів та доповідей на конференціях корелює з науковими держбюджетними та ініціативними темами кафедри (зокрема, «Інноваційні стратегії суб'єктів господарювання в умовах реалізації моделі сталого розвитку України у повоєнний період»).
3. Апробація результатів та участь у наукових заходах: здобувачі активно залучаються до роботи у щорічних міжнародних науково-практичних конференціях ЕФ та кафедри (конференції молодих вчених, круглих столів ГО «Об'єднання маркетингологів України»), конкурсах наукових робіт (у 2026 р. здобули перемогу), мають можливість публікувати результати досліджень у співавторстві з науковими керівниками.

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

Оновлення змісту ОК здійснюється НПП щорічно під час формування/продовження РП, обговорення змісту та тем на засіданнях кафедри, метод. семінарах та засіданнях Науково-методичної комісії фак-ту: Впровадження результатів наук. досліджень та сучасних практик включають такі форми.

1. Підготовка наукових фахових публікацій за ОК (в тому числі, що входять до МНБ Scopus та WoS. За останні п'ять років в цих базах опубліковано 11 статей в 1,2 квартилях (проф. Старостіна А.О., проф. Біловодська О.А., проф. Каніщенко О.Л., проф. Длігач А.О., проф. Затонацька Т.Г. та ін.) й 31 стаття в 3,4 квартилях (табл.2 ВСО).
2. Підготовка підручників, посібників, навчально-методичних комплексів та монографій, в яких розкриваються оригінальні авторські методики здійснення маркетингової діяльності, які використовуються при підготовці курсових, кваліфікаційних робіт магістрів, індивідуальних проєктів тощо. Зокрема до відомих авторських методик належать: структурований табличний аналіз бізнес-середовища (СТАБС-методика), методика конструювання категоріально-понятійного апарату, авторська методологія і процедура здійснення міжнародних маркетингових досліджень проф. Старостіної А.О.; авторська методика оцінювання бренду та іміджу організації, ефективності застосування інструментів внутрішнього маркетингу та сталого розвитку проф. Біловодської О.А.; методика фільтрів при тестуванні міжнар. ринків проф. Каніщенко О.Л. та ін.
3. Розробка кейсів, творчих завдань ділових та рольових ігор, практики роботи з комп'ютерними системами. Так до змісту ОК2 впроваджено практичні кейси роботи з генеративними нейромережами (ChatGPT, Midjourney, Claude) для маркетингової аналітики, створення промтів, генерації контенту та автоматизації маркетингових процесів. У ОК4 оновлено модуль щодо оптимізації маркетингових кампаній (Amazon, Rozetka, Prom.ua), омніканального маркетингу та інтеграції платіжних систем. У межах ОК9 оновлено теми щодо Performance-маркетингу, інфлюенс-маркетингу в соц. мережах, аналітики Google Ads, таргетованої реклами.
4. Використання актуальних міжнародних джерел. Списки рекомендованих джерел для опанування ОК у робочих програмах сформовані з урахуванням сучасних тенденцій розвитку відповідних галузей, наукових досягнень і методологічних підходів. Вони містять новітні фахові підручники провідних міжнар. видавництв (Routledge, Springer, Pearson, Prentis Hall), актуальні публікації у провідних наук. виданнях, напр., Journal of Marketing та European Journal of Marketing, а також аналітичні матеріали та галузеві звіти Gartner, McKinsey, Statista, Kantar.

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

Інтернаціоналізація освітнього процесу реалізується через:

1. Англomовний компонент підготовки: ОП містить 4 обов'язкові ОК англ. мовою (ОК6,8,10,13), що формує здатність здобувачів працювати з англomовною проф. та наук. інформацією, презентувати й обґрунтовувати маркетингові рішення англ. мовою.
2. Міжнародні наукові та освітні контакти НПП: викладачі проходять стажування (European League of Professional Development, International Balkan Univ., International Univ. of Applied Sciences, Krakow Univ. of Economics, London School of Economics та ін.); беруть участь у міжнар. грантових програмах (Erasmus+, LSE Grand Strategy UA, Nord Univ. Business School та ін.), спільних ініціативах міжнар. фахових організацій (зокрема, European League of Professional Development), публікують спільні дослідження з іноземними колегами (у т.ч. виданнях, що індексуються у Scopus, WoS).
3. Академічна мобільність та доступ до міжнародних баз: Відділ академічної мобільності інформує здобувачів про програми Erasmus+, міжнар. стипендії та віртуальну мобільність. Вони мають вільний доступ до світових наукових ресурсів (ScienceDirect/Scopus, WoS, SpringerLink, Research4Life), що забезпечує використання актуальних міжн. наук. джерел у навчанні, виконанні досліджень та підготовці робіт.
4. Багаторічна співпраця кафедри з Унів. Мачерата (Італія) у реалізації першої в Україні програми подвійного дипломування, розвитку спільних освітніх і наук. ініціатив, обміну досвідом та міжнар. академічної взаємодії.

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

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

Форми контрольних заходів для перевірки програмних результатів навчання застосовуються згідно з п. 4.6 Положення про організацію освітнього процесу в КНУ (<https://surl.li/nhsipu>). Основними формами контрольних заходів, спрямованих на перевірку ПРН є поточний і підсумковий контроль. Конкретні форми контролю визначаються робочою програмою ОК (<https://surl.li/woejkr>). Для кожного ОК визначаються форми проведення занять, навчальні заходи самостійної роботи, форми поточного та підсумкового оцінювання, а також методи і технології, які застосовує викладач для забезпечення досягнення студентами відповідних ПРН та їх перевірки. В кожній програмі ОК, оприлюдненій на сайті факультету, описано схему формування оцінки, де представлено форми оцінювання знань (п.7.1), тобто перелік видів завдань та форм їх контролю із зазначенням РН, а також кількість балів/відсотків (таблиця 5 РП) у підсумковій оцінці. В робочій програмі кожної дисципліни визначаються методи оцінювання (п.5) контрольних заходів за видами завдань. Перевірка досягнення здобувачами ПРНів здійснюється такими формами контрольних заходів: тестування, яке зазвичай має багаторівневий характер складності завдань, дозволяє перевірити рівень теоретичної підготовки здобувачів; творчі завдання – аналіз господарських ситуацій (case-study), підготовка тематичних матеріалів, опрацювання розрахункових задач тощо – проводяться з метою формування вмінь і навичок у студентів практичного спрямування, формування сучасного наукового мислення, вміння приймати відповідальні та ефективні рішення; індивідуальна науково-дослідна робота студентів (презентації індивідуальних проєктів, звіти проходження практики, письмові есе, курсові роботи) має на меті вдосконалення практичних навичок та умінь студентів щодо використання та опрацювання наукових джерел, написання тез, статей, оформлення звітів, розробки презентаційного матеріалів, використання теоретичних та емпіричних методів дослідження. Самостійна робота дозволяє виявити вміння чітко, логічно і послідовно відповідати на поставлені запитання, здатність працювати самостійно. У межах ОК також використовуються мультимедійні технології, що дозволяють презентувати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів, здійснювати контрольні заходи (class-room, Google-form). З метою підвищення ефективності самоконтролю в посібниках, підручниках, навчально-методичних комплексах, підготовлених професорсько-викладацьким складом кафедри містяться питання для самоконтролю, різноміснє перевірочні тести та творчі завдання. Регулярно за розпорядженням Ректора проводиться моніторинг підсумкової атестації та зимової екзаменаційної сесії. РП щорічно переглядаються та затверджуються на засіданнях кафедри і, за потреби, здійснюється коригування складності заходів і форм контролю (їх ускладнення або спрощення) з метою подальшого вдосконалення організації освітнього процесу.

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

На ОП «Маркетинг» використовуються форми контрольних заходів, визначені Положенням про організацію освітнього процесу. Чіткість та зрозумілість цих форм та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів ОП забезпечується прозорістю, своєчасним та повним інформуванням студентів через оприлюднення РП навчальних дисциплін, в яких чітко прописано: форми поточного та підсумкового контролю; розподіл балів за кожен вид роботи (тести, есе, іспит, курсова, індивідуальний проєкт тощо); терміни проведення контрольних заходів; критерії оцінювання кожного завдання, що дає студенту можливість їх чіткого розуміння. Критерії оцінювання прямо прив'язані до компетентностей, визначених ОП: оцінюється лише те, що було задекларовано в РП дисципліни у П.5 (Результати навчання за дисципліною) і П.7 (Схема формування оцінки) (<https://surl.li/fxtuyc>). Викладачі зобов'язані коментувати виставлені бали, а студент має право знати, де саме він припустився помилки, щоб покращити свій результат у майбутньому (зворотний зв'язок). Для цього існують додаткові роз'яснення на консультаціях (очних, онлайн, через засоби комунікативного зв'язку). Якщо здобувач освіти вважає оцінювання упередженим або таким, що порушує затверджені критерії, він має офіційне право оскаржити оцінку. Правила

дотримання доброчесності та наслідки їх порушення (наприклад, за плагіат чи списування) є відомими і зрозумілими для студентів заздалегідь.

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

Графік навчального процесу затверджується розпорядженням ректора та оприлюднюється на сайті університету (<https://surl.li/axtyhr>). Розклад навчальних занять доступний на сайті економічного факультету (<https://surl.li/jyihpo>) та у друкованому вигляді – на інформаційних стендах у холі факультету. Інформація щодо термінів проведення контрольних заходів (семестрового контролю, захисту курсових робіт і практик) доводиться деканатом до відома учасників освітнього процесу. Іспити проводяться відповідно до затвердженого розкладу, який доводиться до відома викладачів і здобувачів не пізніше ніж за місяць до початку семестрового контролю. Графіки захисту практик і курсових робіт формуються відповідними кафедрами, затверджуються деканом та оприлюднюються не пізніше ніж за тиждень до визначеної дати початку захистів. На початку вивчення кожної дисципліни викладачі інформують здобувачів освіти про передбачені форми контрольних заходів, терміни та критерії оцінювання результатів навчання. РП навчальних дисциплін, у яких визначено контрольні заходи та методи оцінювання, спрямовані на досягнення конкретних результатів навчання, розміщуються у відкритому доступі на сайті факультету (<https://surl.li/vjvvxy>).

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

Атестація здобувачів вищої освіти другого рівня ОП Маркетинг в КНУ відбувається у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи магістра, що відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня (<https://surl.li/tzgdgc>). Кваліфікаційна робота магістра ОП Маркетинг має бути присвячена розв'язанню складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачає проведення ринкових досліджень і формування стратегії маркетингової діяльності (<https://surl.li/wmnhlt>); не повинна містити академічного плагіату, у тому числі, некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації, що засвідчується результатами відповідної перевірки. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті університету і розміщена в його репозитарії. На захисті перевіряються вміння застосовувати концепції, методи та інструменти маркетингу для результативного та ефективного управління бізнес-процесами в діяльності суб'єктів господарювання. До складу атестаційної комісії можуть включатися представники роботодавців, захисти можуть проводитись на території і за участю представників компаній роботодавців. Успішна атестація випускників ОП завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня магістра із присвоєнням освітньої кваліфікації «магістр маркетингу».

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

Процедура проведення контрольних заходів регулюється Положенням про організацію освітнього процесу (розд. 7,11), де чітко прописані заходи оцінювання знань та вмінь здобувачів, Положенням про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії (<https://surl.li/aubvev>, в частині, що не суперечить зазначеному положенню).

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

Процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу у КНУТШ (п.п. 7.1.7.-7.1.9, <https://surl.li/meivji>), Порядком вирішення конфліктних ситуацій у КНУТШ (<https://surl.li/merfev>). Об'єктивність екзаменаторів забезпечується через чітке інформування про критерії оцінювання їх успішності; проведення оцінювання більш ніж одним екзаменатором. Викладачі не беруть участь в оцінюванні під час виникнення конфлікту інтересів. Оцінювання має бути справедливим, обґрунтованим та об'єктивним, застосовуватися до всіх здобувачів, проводитися відповідно до встановлених процедур; курсові та екзаменаційні роботи студентів зберігаються протягом встановлених термінів; інформація щодо оцінювання є чіткою, точною і доступною для всіх учасників освітнього процесу; критерії та методи оцінювання, виставлення оцінок оприлюднюються заздалегідь (до початку оцінювання); перед початком підсумкового оцінювання студенти інформуються про результати їх роботи за семестр. Згідно з Програмою заходів із забезпечення якості освіти (<https://surl.li/xjtajc>) здобувачі інформуються щодо причин і очікуваних наслідків запровадження нових форм викладання і навчання та механізмів реагування на зіткнення точок зору учасників навчального процесу. На ОП прикладів застосування відповідних процедур не було. Опитування студентів (<https://surl.li/sbatuw>) показало, що здобувачі високо цінують і ставлять на перше місце професіоналізм викладачів.

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів урегульований Положенням про організацію освітнього процесу (розд. 7) про семестровий контроль та перескладання, де прописано умови ліквідації академічної заборгованості, повторне складання іспитів допускається не більше двох разів із кожної дисципліни: перший раз -

викладачу, другий - комісії, яка створюється деканом факультету. До складу такої комісії, викладача, що приймав іспит (залік) не залучають; здобувачу, який під час сесії отримав не більше двох незадовільних оцінок, дозволяється ліквідувати заборгованість у визначені графіком терміни до початку наступного семестру; здобувач, який отримав більше двох незадовільних оцінок за іспит або залік, підлягає відрахуванню за академічну неуспішність; якщо здобувач був допущений до семестрового контролю, але не з'явився без поважної причини, це вважається використаною першою спробою складання з отриманням академічної заборгованості; у разі документально підтверджених поважних причин, формується індивідуальний графік складання семестрового контролю. Повторний захист кваліфікаційної роботи магістра чітко регламентується внутрішніми нормативними положеннями про випуск атестацію: незадовільна оцінка під час основного захисту, або неявка студента без поважної причини, веде до відрахування з видачею академічної довідки, але дозволяє повторний захист на загальних підставах. Перескладання позитивних оцінок не дозволяється.

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

Порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів регулюється Положенням про організацію освітнього процесу (розд.4,8 та ін., <https://surl.li/qzdsbl>), Положенням про Апеляційну комісію – щодо вступних іспитів на ОП (<https://surl.li/kzfviv>), Положенням про порядок створення та організацію роботи ЕК (<https://surl.li/keomvm>). Упродовж тижня після оголошення результатів поточ. контролю здобувач може звернутися до викладача з оскарженням негативної поточної оцінки; при оскарженні негативних результатів семестрового контролю - до екзаменаторів у день оголошення оцінки, а при незгоді з рішенням - до декана з умотивованою заявою щодо неврахування важливих обставин при оцінюванні. За рішенням декана письмова робота надається для оцінювання іншому викладачу. Якщо оцінки відрізняються більш ніж на 10%, то рішенням декана робота передається третьому оцінювачу, а підсумкова оцінка визначається як середнє трьох оцінок. В іншому разі чинною є оцінка при першому оцінюванні. При незгоді з рішенням комісії і порушенні процедури контр. заходу, можна подати заяву декану, що своїм рішенням формує комісію для розгляду питання про оскарження результату. У разі підтвердження викладених у заяві обставин за розпорядженням ректора проводиться нове оцінювання з новою комісією. Згідно з Законом України «Про вищу освіту» (ст.40, Ч. 6), якщо виявлено порушення, які суттєво вплинули на об'єктивність семестрового контролю, ректор має право скасувати його результати і проведення повторного оцінювання.

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

У КНУТШ функціонує система забезпечення академічної доброчесності, засади якої визначені Положенням про систему забезпечення академічної доброчесності (<https://surl.li/gamxmp>), що встановлює принципи, види порушень, процедури їх розгляду та заходи реагування. Етичний кодекс університетської спільноти (<https://surl.li/sliial>) та Положення про Постійною комісію Вченої ради з питань етики (<https://surl.li/ofmett>) визначають етичні принципи, норми та повноваження у сфері етики університетської спільноти. Хартія академічної доброчесності (<https://surl.li/xiqqo>) визначає цінності, принципи та засади формування культури академічної доброчесності. В робочих програмах ОК передбачаються вимоги щодо академічної доброчесності та використання ШІ відповідно до Положення про використання штучного інтелекту при реалізації освітніх програм (<https://surl.li/cc/rqlybx>). Використання генеративного ШІ здобувачі декларують у Декларації про використання інструментів генеративного штучного інтелекту (<https://surl.li/cc/dgeqta>), що подається разом із кваліфікаційною роботою магістра. Для наукових публікацій застосовуються відповідні редакційні політики наукових видань КНУТШ. Зокрема, у «Віснику Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка» окремо визначено Політику щодо використання ШІ, а також політики щодо публікаційної етики, плагіату та дублювання публікацій, авторства і співавторства та порушень академічної доброчесності (<https://surl.li/qxxjaw>).

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

Для протидії порушенням академічної доброчесності, боротьби з плагіатом і несанкціонованим використанням ШІ на ОП використовується комплексний підхід, що поєднує технологічні рішення з детальним нормативним регулюванням. Основним технологічним рішенням, інтегрованим в освітній та науковий процеси, є Strikeplagiarism (<https://strikeplagiarism.com/en/>) – перевірка текстів на наявність текстових збігів з Інтернет ресурсами, базами даних та іншими доступними системі джерелами. У КНУТШ система адмініструється Науковою бібліотекою імені М. Максимовича і використовується, зокрема, для перевірки кваліфікаційних робіт бакалаврів і магістрів, дисертацій та наукових публікацій. В результаті системного підходу до розвитку методів та засобів виявлення плагіату, враховуючи власний багаторічний досвід боротьби з проявами академічної недоброчесності, кафедра маркетингу і бізнес-адміністрування розробила комплексну систему заходів запобігання академічному плагіату та його виявлення в наукових роботах. Для цього започатковано систему самоперевірки наукових праць на всі форми академічного плагіату за допомогою безкоштовних програм та онлайн сервісів (наприклад: <https://www.copyscape.com/>, <https://copyleaks.com/> та ін.). До захисту кваліфікаційних робіт допускаються студенти, праці яких успішно пройшли перевірку на плагіат і несанкціоноване використання ШІ, що прописано в методичних рекомендаціях до виконання кваліфікаційної роботи магістра (<https://surl.li/wozcly>).

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

КНУТШ популяризує дотримання академічної доброчесності серед здобувачів вищої освіти через комплекс нормативних, освітніх та інформаційних заходів шляхом імплементації етичних стандартів в освітню культуру,

проведення роз'яснювальної роботи, модернізації практичних завдань та впровадження сучасних технологічних рішень. Порядок виявлення та встановлення фактів порушення академічної доброчесності визначено Вченою Радою Університету з урахуванням вимог Закону України "Про освіту" та спеціальних законів, постанов, наказів тощо. Напрями і методи популяризації розподілені за організаційними блоками: інформаційно-просвітницька робота та комунікація (викладачі та куратори регулярно проводять роз'яснення базових вимог доброчесності); протидія порушенням (здобувачам роз'яснюють, що саме вважається плагіатом, фальсифікацією чи фабрикацією, а також яка юридична та академічна відповідальність передбачена за ці дії; КНУТШ активно інтегрує здобувачів у нову систему забезпечення академічної доброчесності. На кафедрі створено доброчесне морально-етичне середовище науково-творчої діяльності: до змісту ОК 1 включено теми з роз'яснення сутності, форм і методів уникнення академічного плагіату; започатковано систематичну підготовку здобувачами творчих завдань (написання есе, тез, статей тощо), де вони навчаються креативно формулювати і висловлювати власні думки та ідеї, що стає фактором формулювання їх особистого академічного стилю і наукової незалежності.

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

КНУТШ реагує на порушення академічної доброчесності шляхом притягнення порушників до відповідальності. Порядок реагування чітко регламентується Законом України «Про освіту» (Стаття 42), Законом України «Про вищу освіту», а також внутрішніми нормативними документами, зокрема, Положенням про систему забезпечення академічної доброчесності (п. 7) (<https://surl.li/pszhqj>) та Хартією академічної доброчесності (<https://surl.li/lnizje>). Порушення принципів і норм академічної доброчесності передбачає притягнення члена академічної спільноти до відповідальності залежно від характеру і змісту порушень: здобувачі освіти можуть отримати повторне оцінювання відповідного освітнього компонента ОП; відрахування з університету; позбавлення академічної стипендії або наданих пільг з оплати навчання; науково-педагогічні працівники можуть бути покарані, відмовою у присудженні наукового ступеня чи присвоєнні вченого звання або іншими видами академічної відповідальності, що затверджує Вчена Рада Університету та погоджують виборні органи первинних організацій профспілки. Будь-який член університетської спільноти може поскаржитися на порушення етичних принципів чи норм, зокрема, письмово звернутися до керівника відповідного підрозділу, надавши докази фактів, викладених у скарзі. Керівник у встановленому порядку організовує розгляд справи по суті. Випадків виявлення порушення академічної доброчесності на ОП зафіксовано не було.

6. Людські ресурси

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

Кадрове забезпечення у КНУТШ та на ОП здійснюється з дотриманням положень ЗУ «Про вищу освіту» (<https://surl.li/pdquhw>), Статуту КНУТШ (<https://surl.li/bazbqj>), Порядку конкурсного відбору на посади НПП у КНУТШ (<https://surl.li/tqndni>). Реалізацію ОП здійснюють 14 викладачів, з яких 13 є штатними працівниками КНУТШ. Із загальної чисельності осіб, що забезпечують реалізацію ОП, 8 є штатними викладачами кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування. Всі НПП мають наукові ступені та вчені звання, зокрема: 7 докторів наук, з яких 6 мають вчене звання професора та 7 кандидатів наук, що мають вчене звання доцента. Усі викладачі відповідають вимогам ЗУ «Про забезпечення функціонування української мови як державної». Повні відомості щодо кадрового забезпечення ОП відображені в таблиці 2 Додатку. Усі викладачі мають високий рівень відповідності Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності (<https://surl.li/zvcdbg>) та відповідний рівень кваліфікації (освіта, профіль наукової діяльності, публікації, стажування, підвищення кваліфікації), що відповідає змісту ОК, які викладаються. Саме тому за підсумками опитування здобувачі ОП вважають високим рівень професіоналізму НПП та рівень якості навчального процесу на ОП (<https://surl.li/bcuuxo>). Зарахування викладачів на посади здійснюється на конкурсній основі. Конкурс на заміщення посад оголошується ректором КНУТШ, про що видається наказ та оприлюднюється оголошення на офіц. вебсайті ЗВО (<https://surl.li/bidzmc>) із зазначенням термінів та умов його проведення. Оцінювання рівня проф. кваліфікації претендентів, які працюють у КНУТШ, здійснюється за результатами проведення відкритого заняття, а для претендентів, які не є працівниками КНУТШ, - на основі наукової доповіді за профілем кафедри. На засіданні кафедри обговорюються результати відкритого заняття та формується висновок щодо відповідності кандидата кваліфікаційним вимогам. Добір викладачів, залучених до реалізації ОК, передбачених ОП, здійснюється у два етапи. На першому етапі формується заявка на викладання відповідного ОК та скеровується до кафедри, профільної за змістом ОК. На другому етапі профільна кафедра здійснює розподіл ОК між НПП з урахуванням їх кваліфікаційного рівня для викладання відповідного ОК та відповідності вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, його проф. досвіду, рівня публікаційної активності за змістом ОК, участі у проф. заходах і проєктах, що сприяє актуалізації змісту ОК. У разі, якщо заявка на викладання ОК подається на кафедру, яка безпосередньо не забезпечує реалізацію ОП, до прийняття рішення щодо відповідності кваліфікації викладача залучається профільна кафедра ОП. Такий підхід забезпечує відповідність кадрового забезпечення змісту ОК та ПРН.

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

Конкурсний відбір дає змогу забезпечити високий рівень професіоналізму НПП для якісної реалізації ОП. Відбір кандидатів є відкритим, прозорим та недискримінаційним, забезпечує рівний доступ до участі у конкурсі та реалізується відповідно до вимог законодавства України у сфері вищої освіти і нормативних документів КНУТШ та з урахуванням рівня їх кваліфікації, відповідності ліцензійним умовам та специфіки ОП. Інформація про оголошення конкурсу, умови, терміни проведення та вимоги до кандидатів оприлюднюються на офіційному сайті ЗВО (<https://surl.li/bidzmc>), що забезпечує рівний доступ НПП до участі у відборі. Заяви про участь в конкурсі подаються у 30-денний термін з дня опублікування оголошення. Ознайомлення претендента з нормативними документами щодо конкурсу засвідчується ним у заяві про участь у конкурсі. Для оцінки рівня професійної кваліфікації та здатності забезпечити якісний освітній процес для успішної реалізації ОП претендент на посаду проводить відкрите заняття, результати якого обговорюються на засіданні кафедри та приймається рішення про рекомендацію щодо зайняття посади, яке оформлюється витягом із протоколу засідання кафедри та розглядається на засіданні Вченої ради факультету, рішення якої затверджується на засіданні Вченої ради КНУТШ. Для реалізації практичної компоненти освітнього процесу та використання теоретичних знань для реальних потреб ринку до викладання на ОП залучаються представники бізнес-середовища.

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

КНУТШ забезпечує можливість залучення роботодавців на рівні факультетів, кафедр та ОП (<https://surl.li/lnlfuk>, <https://surl.li/yscsfw>). Професіонали-практики залучаються до реалізації освітнього процесу шляхом:

1. Проведення гостьових лекцій - менеджер цифрових програм та проєктів ПрАТ «Філіп Морріс Україна» (<https://surl.li/qelbdc>), провідний фахівець з маркетингу ТОВ "Сандора" (<https://surl.li/znxxfs>), керівник Групи супроводу експортних відвантажень, "МХП-Сервіс" ВП ПрАТ "МХП" (<https://surl.li/hhmskp>).
2. Проведення тренінгів, воркшопів для здобувачів ОП (<https://surl.li/njwmno>).
3. Участі у науково-практичних конференціях (<https://surl.li/dssetw>).
4. Участі у Днях кар'єри (<https://surl.li/zulqut>).
5. Рецензування та внесення пропозицій до ОП через опитування та спільних засідань кафедри, круглих столів (<https://surl.li/ccfmwc>).
6. Участі у роботі екзаменаційних комісій (<https://surl.li/acmfvh>).
7. Формування завдань і керівництва практикою, обговорення напрямів підготовки кваліфікаційних робіт магістрів.
8. Урахування результатів роботи Ради роботодавців (<https://surl.li/nmsqls>).
9. Обговорення компетентностей під час виїзних семінарів, виконання проєктів, ситуаційних завдань тощо під замовлення компаній.

Заходи за участю практиків анонсуються та висвітлюються на сайті факультету (<https://surl.li/eaaxda>), сторінці кафедри (<https://surl.li/ojdckk>). Викладачі А.Старостіна, А.Длігач, Д.Баюра поєднують викладацьку роботу з консалтингом у сфері реального бізнесу.

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

ЗВО надає системне сприяння професійному розвитку викладачів, що регулюється відповідним Положенням (<https://surl.li/fmcssq>) та реалізується через Інститут післядипломної освіти (<https://surl.li/yinovx>), Відділ академічної мобільності (<https://surl.li/nvoxsy>), Відділ міжнар. зв'язків (<https://surl.li/bkczrn>). Професійний розвиток викладачів реалізується шляхом преміювання за високі результати публікаційної активності, використання можливості безкоштовної публікації у наук. фаховому журналі «Вісник КНУТШ. Економіка» (<https://surl.li/frqgus>), встановлення завдань щодо проф. зростання у трудових договорах, направлення на стажування та участі у програмах підвищення кваліфікації (О.Біловодська - курс «Наука» III: нова парадигма» (2025р.); Я.Дербеньова, В.Журило - проєкт «Uni-Biz Bridge: Вектор практики» (2026р.); тренінгах, вебінарах, круглих столах, конференціях (Л.Ярош-Дмитренко - тренінг «Можливості CHROMEBOOK для освіти» (2026 р.), міжнар. проєктах (Н.Руденко - Польща, 2023р.; О.Біловодська - Україна-Литва, 2025р.; О.Каніщенко - Польща, 2025р.; А.Длігач - Чехія, 2026р.; виплат надбавок за наук. ступені, вчені звання і стаж роботи; роботи у редколегіях наук. фахових видань (А.Старостіна, О.Біловодська). А.Старостіна, О.Каніщенко, О.Біловодська, Н.Руденко розробляли Тимчасові стандарти вищої освіти спеціальності D5 «Маркетинг». О.Біловодська регулярно виступає керівником експертних груп проведення акредитаційної експертизи.

Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності

Для розвитку викладацької майстерності ЗВО заохочує внутрішню і зовнішню мобільність НПП, участь у проєктах шляхом преміювання, визначення кращих викладачів (<https://surl.li/saifcd>), за результати рейтингування О.Біловодська, А.Старостіна, О.Каніщенко у ТОП-20 НПП економ. факультету у 2025-26н.р. (<https://surl.li/nhmbxl>); заохочувальних відзнак (А.Старостіна-Орден княгині Ольги 3-го ступеню; Почесна грамота КНУ (2024-25н.р.); О.Біловодська, Л.Ярош-Дмитренко-серед кращих викладачів ЕФ 2025-26н.р. (<https://surl.li/sauztz>); О.Каніщенко, А.Длігач-Подяка Ректора (2023-24н.р.); В.Журило-Грамота Ректора (2025 р.); Н.Руденко, О.Біловодська, Я.Дербеньова-Грамота економ. факультету (2023-24н.р.); Подяки КНУТШ за підготовку переможців конкурсів студ. наук. робіт (А.Старостіна, О.Біловодська-2025-26 н.р.; 2024-25н.р.; 2023-24н.р.; Н.Руденко, О.Каніщенко-2023-24н.р.); Л.Ярош-Дмитренко-Подяка ЕФ (2023-24 н.р.); Н.Руденко, О.Біловодська-Подяка за високий професіоналізм та підготовку студентів до участі у II міжнар. конкурсі кваліфікаційн. робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами (м.Хмельницький, 2025р.) О. Біловодська-Подяки за підготовку переможця, За плідну працю та вагомий особистий внесок у розвиток молодіжної науки під час проведення Всеукраїнського конкурсу студ. наук. робіт (м.Запоріжжя, 2025р.). КНУТШ

вдосконалив Положення про підвищення кваліфікації НПП та розробив Систему індикаторів оцінювання якості виконання профес.обов'язків (<https://surl.li/cboscs>).

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

Навчально-методичні, інформаційні і матеріально-технічні ресурси забезпечують досягнення визначених ОП мети та ПРН. Кожен ОК забезпечений навчально-методичними матеріалами, що включають робочі програми та матеріали, розміщені на сайті економічного факультету (<https://surl.lt/woejkr>, <https://surl.li/zlhnxb>), викладачами на платформах Classroom, Classtime, що сприяють формуванню компетентностей та досягненню ПРН.

Студенти та НПП мають доступ до бібліотечних ресурсів (<https://library.knu.ua/>), електронних каталогів реферативних баз даних SCOPUS, Web of Science. Наукова бібліотека дає здобувачам доступ до:

- е-каталогів КНУТШ (<https://surl.cc/qjqznb>);
- репозитарію наукових робіт і документів наукового і освітнього характеру (<https://surl.cc/qaveqr>);
- баз даних світових університетів (<https://library.knu.ua/resursy/bazy-danyh>);
- електронних журналів (<https://surl.cc/thabqd>);
- передплатних періодичних видань (<https://surl.cc/nqblbx>).

Освітній процес забезпечується системою атоматизації Triton, наявним аудиторним фондом ЕФ КНУТШ. Доступ до мережі Інтернет через безоплатний Wi-Fi використовується для доступу до збору та обробки інформації. Заняття з використанням інформаційно-комунікаційних технологій проводяться за допомогою платформ Zoom, Microsoft Teams.

З метою сприяння професійного розвитку здобувачів на економ. фак-ті у 2019 р. створено Центр кар'єри та працевлаштування (<http://surl.li/amchg>), який надає інформаційну і консультативну підтримку.

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

Для якісної реалізації ОП у КНУТШ функціонують різноманітні підрозділи: наукова бібліотека ім. М. Максимовича (<https://surl.li/lseofs>); рада молодих вчених (<http://surl.li/annpk>); студмістечко КНУТШ (<https://surl.cc/xkzsdm>); університетська клініка (<https://surl.li/rydkwu>); органи студентського самоврядування (<https://surl.li/drrugq>, <https://surl.li/xpztgv>); співробітництво з інноваційним парком UNIT.city (<http://surl.li/apjyl>); психологічна служба університету (<https://surl.li/gzuefx>); молодіжний центр культурно-естетичного виховання (<http://surl.li/culqp>); соціально-побутова інфраструктура (ідальні, гуртожитки); кафедра фізичного виховання та спорту (<https://surl.cc/tvwzkg>).

У комплексі з сучасним обладнанням аудиторій на ЕФ відкрито аудиторію обладнану Genesis (<https://surl.li/yeqzfx>), аудиторії від банку «Південний», Україно-норвезький центр, аудиторії, створені за підтримки бізнесу: «Центр підтримки підприємців Дія. Бізнес», енергонезалежні аудиторії, що дозволяють проводити заняття і спеціальні заходи. Також функціонує відділ сприяння працевлаштуванню (<https://surl.li/acydfe>), центр іноземних мов (<https://surl.li/dicqwa>), що дозволяють задовольнити потреби та інтереси викладачів і здобувачів.

В університеті затверджена УХВАЛА Вченої ради КНУТШ «Про концепцію створення спільних освітніх ресурсів КНУ імені Тараса Шевченка» від 12 травня 2025 року (<https://surl.li/pikqjy>). Функціонує система опитування здобувачів освіти ЮНІДОС (<https://surl.li/gcalml>).

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

Стратегія розвитку КНУТШ на період 2025-2032 рр. містить заходи з соціально-педагогічного супроводу для забезпечення сприятливих умов навчання (<https://surl.li/kcuwbe>). Норми Правил внутрішнього розпорядку КНУТШ (<https://surl.li/jhufri>), Правила внутрішнього розпорядку у студентських гуртожитках КНУТШ (<https://surl.li/zkaero>), Рекомендації щодо коригування розкладу занять у випадку оголошення повітряної тривоги у м. Києві (<https://surl.li/ljgmmb>), спрямовані на гарантування належних умов праці та навчання. Матеріально-освітнє середовище (ауд.фонд, бібліотека, заклади харчування, санітарні кімнати) є ергономічними, пристосовуваними до потреб і відповідають ДБН. Для підтримки психічного здоров'я здобувачів 24/7 функціонує Helper Hub та чат зв'язку з психологом «Допомога онлайн ПС КНУТШ» (<http://surl.li/iptj>). клініка (<https://surl.li/ztqbgj>) та Інститут психіатрії Університету (<https://surl.li/qdzrtv>). На ЕФ діє сучасне укриття (<https://surl.li/jonfqj>). Здійснюються тренінги, інструктажі, з питань охорони здоров'я, пожежної, радіаційної безпеки, безпеки дорожнього руху, реагування на надзвичайні ситуації, безпеки побуту (<https://surl.cc/sgpixi>, <https://surl.cc/wyzdsa>, <https://surl.cc/upcmprw>). За результатами опитування 58,8% здобувачів стикалися із ситуаціями, які впливали на їхній емоційний стан (<https://surl.cc/gjoqmn>). При цьому здобувачі підтвердили постійну підтримку і відкриту комунікацію з боку викладачів і кураторів (<https://surl.li/fgolab>, <https://surl.li/tnzcea>).

Опишіть, яким чином заклад вищої освіти забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку, підтримку фізичного та ментального здоров'я здобувачів

вищої освіти, які навчаються за освітньою програмою.

Організація освітнього процесу регламентується розкладами занять, графіками іспитів, роботи екзаменаційних комісій, захистів курсових робіт і звітів з практик.

Основним інформаційним ресурсом для здобувачів освіти є офіційний сайт факультету (<http://econom.knu.ua>), інформаційні стенди, комунікація через кураторів груп та деканат.

На факультеті встановлено інформаційний стенд з виставковими матеріалами і підручниками, виданими співробітниками університету для ознайомлення здобувачами.

Інститут кураторства сприяє всебічному розвитку особистості через консультування, інформування, залучення до університетських та поза аудиторних заходів (<http://surl.li/eeprzu>). Для захисту інтересів та забезпечення прав молодих вчених створена Рада Молодих Вчених (<https://surl.li/sttrpn>). Куратори на постійному зв'язку зі здобувачами через месенджери. Куратори проводять роз'яснення щодо норм поведінки під час повітряних тривог, щодо правил перебування в укритті.

Сайт ЕФ (<https://econom.knu.ua>) та сторінки у соц.мережах, дозволяють інформувати здобувачів про освітній процес, події та можливості академічного розвитку. Консультативна підтримка передбачає регулярні консультації НПП у очному та дистанційному форматах, академічне наставництво, а також супровід у формуванні індивідуальної освітньої траєкторії.

Студпарламент функціонує через офіційні інформаційні ресурси, соцмережі(<https://surl.li/chrftn>, <https://surl.li/vqtgzb>). Для забезпечення фізичного та психологічного добробуту здобувачі мають доступ до медичних послуг, спортивної інфраструктури, психологічної служби університету, а також залучаються до культурних і волонтерських ініціатив (<https://surl.li/cc/stfczv>, <https://surl.li/cc/ysqwcw>, <https://surl.li/cc/kzyqhj>). Науковий парк КНУТШ реалізує технологічний обмін результатами досліджень науковців університету. Відділ академічної мобільності консультує та координує здобувачів, керує питаннями навчання, стажування, проведення наукових досліджень, підвищення кваліфікації у закладах вищої освіти України та за кордоном.

В КНУТШ функціонують:

- Центр соціального розвитку (<https://surl.li/alepgz>).
- Відділ академічної мобільності (<https://surl.li/hzgkdr>);
- Відділ сприяння працевлаштуванню та роботі з випускниками (<https://surl.li/gnhfpl>).
- Спорткомплекс (<https://surl.li/mhcvow>).
- Психологічна служба (<https://surl.li/ufempj>);
- Університетська клініка (<https://surl.li/eizcwi>).
- Молодіжний центр культурно-естетичного виховання (<https://surl.li/dcwlcj>).
- Центр комунікацій (<https://surl.li/baadnk>).
- Студентський парламент ЕФ КНУТШ (<https://surl.li/cc/kcatek>).
- Навчальна лабораторія соціологічних та освітніх досліджень (<https://surl.li/mrenmp>).

За результатами опитування здобувачів ОП скарг та нарікань щодо освітньої, організаційної, інформаційної, консультаційної та соціальної підтримки не надходило (<https://surl.li/cc/etdxxa>).

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)

На ОП здобувачі з особливими потребами на сьогоднішній день не навчаються, проте матеріально-технічна база КНУТШ облаштована для здобувачів з особливими освітніми потребами.

Згідно з нормами Положення про організацію освітнього процесу у КНУ імені Тараса Шевченка (п.12.3.8, <https://surl.li/inpifw>) забезпечено учасникам освітнього процесу (у т. ч. іноземним громадянам і здобувачам освіти з особливими потребами) безперешкодний доступ до навчально-методичного забезпечення, бібліотечних ресурсів, наукометричних баз даних, надання їм фахової консультаційної підтримки, а також належне технічне оснащення аудиторного фонду та гуртожитків.

Діє концепція розвитку інклюзивної освіти «Університет рівних можливостей» (<https://surl.li/cc/zzadap>): стале інклюзивне середовище (<http://surl.li/bitij>, <http://surl.li/arxmqj>), пам'ятка про правила комунікації із людьми з інвалідністю (<https://surl.li/cc/xqaspz>).

Забезпечується безбар'єрне середовище для осіб з обмеженими руховими можливостями (пандус на 1 поверсі, спеціально облаштовані туалетні приміщення (<http://surl.li/eeprqa>). Доступ до укриття повністю облаштований під потреби осіб з особливими освітніми потребами.

У Додатку 2.5 у п.1,3,15 та 16 Правил прийому КНУТШ визначені категорії осіб, яким надаються спеціальні умови вступу (<http://surl.li/eeqccq>).

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

Статут КНУТШ регулює політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій. Захист здобувачів є гарантованим, у т.ч. від будь-яких форм насильства, приниження честі та гідності, дискримінації, пропаганди, агітації, що завдають шкоди, і дотримання в освіт.процесі та науковій діяльності академічної доброчесності, норм педагогічної етики, моралі, поваги до гідності усіх учасників академічної спільноти (<http://surl.li/ennugj>). Діє Постійна комісія Вченої ради з питань етики. Політика та процедури врегулювання конфліктних ситуацій прописані в:

- Положенні про організацію освітнього процесу у КНУТШ (<https://surl.li/cc/bhkihi>);
- Порядку вирішення конфліктних ситуацій у КНУТШ (<https://surl.li/cc/veujwb>);
- Заходи щодо запобігання та протидії корупції (Антикорупційна програма) (<https://surl.li/cc/itoeuz>);

- Етичний кодекс університетської спільноти (<https://surli.cc/tanahy>);
- Порядок запобігання та протидії дискримінації, булінгу, гендерно обумовленому насильству в КНУТШ (<https://surli.cc/xbdwxld>);
- Стратегія забезпечення гендерної рівності в КНУТШ (<https://surli.cc/auxsiy>);
- Пам'ятка норм етичної поведінки для учасників освітнього процесу КНУТШ (<https://surli.cc/slizhl>);
- Ухвала ВР КНУТШ «Про неухильне дотримання норм і принципів Етичного кодексу університетської спільноти в КНУТШ» (<https://surli.li/lnnnnf>).

У разі встановлення фактів порушення антикорупційного законодавства можна повідомити про це: особисто ректорові, уповноваженому з антикорупційної діяльності, листом на адресу університету, за телефоном або на електронну адресу, через цифрову приймальню в.о. ректора (<https://surli.li/vsmzsa>, чат-бот в Телеграмі @ShagKNU_Bot).

При вирішенні конфліктних ситуацій, пов'язаних з сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією допомагають Рада молодих вчених та профспілкoва організація студентів і аспірантів КНУТШ (<http://surli.li/iruc>), які разом з юридичним відділом КНУТШ надають консультативно-правову допомогу здобувачам.

Упродовж періоду навчання студентів ОП випадків сексуальних домагань, дискримінації, корупції не траплялось. В університеті забезпечується доступність політики та процедур врегулювання для учасників ОП шляхом відкритості інформації та розміщенні на сайті відповідних документів.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Процедури внутрішнього забезпечення якості освіти регулюються:

- Положенням про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в КНУТШ (<https://surli.li/uxbbhe>);
- Ухвалою Вченої ради КНУТШ «Про внесення змін до Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в КНУТШ» (<https://surli.li/qflxsc>);
- Положенням про організацію освітнього процесу у КНУТШ (<https://surli.li/pcxaqm>);

Внутрішня система забезпечення якості КНУТШ є багаторівневою. На першому рівні до неї віднесено здобувачів освіти КНУТШ. На другому рівні, рівні освітньої програми, знаходяться кафедри, гарант ОП, проєктна група, відповідальні за освітні компоненти та безпосередні здобувачі ОП. На наступному рівні, факультетському – декан, науково-методична комісія, Вчена рада факультету, ради роботодавців та органи студентського самоврядування. 5 рівень – загально-університетські структурні підрозділи, які відповідають за внутрішню систему забезпечення якості освіти КНУТШ, підрозділи залучені до її реалізації, а також дорадчі та робочі органи. На найвищому рівні – Наглядова Рада, Ректор та Вчена Рада Університету.

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

Порядок перегляду та внесення змін до ОП регламентується нормативними документами КНУТШ (<https://surli.li/cuxabj>; <https://surli.li/osuexm>; <https://surli.li/trekja>). Результати внутрішнього моніторингу ОП обговорюються НМК та Вченою радою ЕФ не рідше одного разу на рік, що може бути підставою пропозицій змін до опису ОП. Також пропозиції щодо змін вносяться кафедрою за результатами обговорення опитувань здобувачів та інших стейкхолдерів, змін нормативного середовища і вимог ринку праці.

Дана ОП була вперше впроваджена у 2025 р. Протягом 2026 року проводиться обговорення та опрацювання змін ОПП (<https://surli.li/dhtbak>), розроблено проєкт нової редакції ОП (<https://surli.li/eknrzo>).

Джерелом інформації для внесення змін є обговорення результатів опитування здобувачів першого набору та інших стейкхолдерів щодо змісту та організації освітнього процесу (<https://surli.li/dajsvl>). За результатами обговорення у проєкті ОПП 2026 р. запропоновано внести зміни до обсягів вивчення дисциплін; уточнити структурно-логічну схему ОП тощо (протокол №8 засідання кафедри від 12.03.2026 р., <https://surli.li/usanck>). Проєкт оновленої ОП оприлюднено для громадського обговорення (<https://surli.li/wzuymo>).

Зворотний зв'язок забезпечується також через зустрічі гаранта і НПП зі здобувачами, «Скриньку креативних ідей» кафедри (<https://surli.li/awuuyum>) та електронні канали комунікації (електронна пошта гаранта o.bilovodska@knu.ua), сторінка кафедри у ФБ (<https://surli.li/klztqo>).

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

Здобувачі є безпосередніми учасниками внутрішньої системи забезпечення якості КНУТШ та залучаються до моніторингу і вдосконалення ОП через опитування, зустрічі з завідувачем кафедри, гарантом і НПП, обговорення змісту та організації освітнього процесу. 18.02.2026 відбулася зустріч здобувачів спеціальності D5 «Маркетинг», під час якої обговорювалися формування індивідуальної освітньої траєкторії, вибір ОК та напрями вдосконалення програми (<https://surli.li/iofexm>). Кафедрою проведено періодичні опитування здобувачів першого набору щодо якості та змісту ОП (<https://surli.li/okxttc>), навчального навантаження (<https://surli.li/mrwcldz>).

Здобувачі брали активну участь у проведенні круглого столу (<https://surli.li/hpencac>) розширеного засідання кафедри (<https://surli.li/vfqrwp>). За результатами зворотного зв'язку були обговорені їх пропозиції. Це підтверджує реальне врахування позиції здобувачів уже під час першого циклу реалізації ОП.

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

Участь органів студентського самоврядування у процедурах внутрішнього забезпечення якості унормована Положенням про студентське самоврядування КНУТШ (<https://surl.li/trmlai>) та нормативними документами системи забезпечення якості освіти Університету (<https://surl.li/ymyzgy>). Представники Студентського парламенту Університету та Студентського парламенту економічного факультету (СПЕФ) (<https://surl.li/fckalo>) залучаються до процедур забезпечення якості через участь у роботі колегіальних і дорадчих органів Університету та факультету (Голова СПЕФ входить до членів ВР ЕФ), обговорення питань організації освітнього процесу та внесення пропозицій щодо його вдосконалення.

Органи студентського самоврядування забезпечують комунікацію зі здобувачами, акумулюють їхні пропозиції та проблемні питання і доводять їх до адміністрації, гаранта ОП та відповідних колегіальних органів. Представники студентства залучаються до обговорення питань, пов'язаних із якістю освітнього процесу, результатів зворотного зв'язку та підготовки пропозицій щодо подальшого вдосконалення ОП. Представники студпарламенту мають право створювати власні постійні та тимчасові комісії в межах Конференції студентів Університету та Конференції структурних підрозділів.

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

Участь роботодавців унормована Положенням про ради роботодавців КНУТШ (<https://surl.li/nyfltd>).

На ЕФ функціонує Рада роботодавців (<https://surl.li/vrvoij>), діє Центр кар'єри та працевлаштування економічного факультету КНУТШ (<https://surl.li/cynsxs>).

Участь роботодавців у забезпеченні якості ОПП «Маркетинг» документально підтверджена на етапі її розроблення та зовнішньої апробації. У 2025 р. позитивні відгуки на ОП надали представники ринку праці (<https://surl.li/dajsvl>). Співпраця кафедри з роботодавцями щодо удосконалення ОП має системний характер – розроблено план залучення роботодавців до навчального процесу, який документально оформлюється.

Вимоги ринку праці обговорювалися під час міжнародних конференцій кафедри у 2024 та 2025 рр. Отримані пропозиції були проаналізовані проектною групою та враховані під час створення ОП.

Кафедра проводить опитування роботодавців, результати якого обговорюються на засіданні кафедри та враховуються при викладанні. Крім того, ОП передбачає можливість включення представників роботодавців та їх об'єднань до складу атестаційної комісії.

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

ОПП «Маркетинг» заочної форми впроваджена у 2025 році, тому випускників цієї ОП ще немає. Але на інституційному рівні у структурі внутрішньої системи забезпечення якості КНУТШ функціонує Відділ сприяння працевлаштуванню та роботі з випускниками (<https://surl.li/bslcnpr>), який належить до загальноуніверситетських підрозділів, залучених до реалізації внутрішньої системи забезпечення якості. Також кафедра активно комунікує зі своїми випускниками ОП у формі написання спільних наукових статей, залучення їх, як гостей лекторів, проведення воркшопів, тренінгів, круглих столів, зустрічей зі студентами ОП, тощо. Кафедра відстежує кар'єрне зростання, найкращі – продовжують навчання в аспірантурі. Випускники запрошуються до участі у роботі Експертної ради роботодавців та випускників ЕФ, участі у заходах ЕФ та кафедри, регулярно проводиться опитування. Функціонує Facebook сторінка кафедри (<https://surl.li/hfwjyl>) – оприлюднюються події та встановлюється зворотній зв'язок з випускниками освітніх програм.

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

Система забезпечення якості освіти КНУТШ передбачає систематичний моніторинг реалізації ОП та механізми оперативного реагування на його результати. На рівні ОП поточний моніторинг здійснюють гарант, проектна група та кафедра; на рівні економічного факультету – НМК, Вчена рада (ВР) та інші відповідальні структурні підрозділи; на загальноуніверситетському рівні – структурні підрозділи, відповідальні за забезпечення якості освіти.

Важливим джерелом інформації є результати опитувань здобувачів, НПП, роботодавців, випускників та інших стейкхолдерів, а також пропозиції, отримані під час зустрічей, обговорень проекту ОП, засідань кафедри, НМК та інших комунікацій зі стейкхолдерами. Отримана інформація узагальнюється гарантом і проектною групою, обговорюється на засіданнях кафедри та, залежно від характеру питання, виноситься на розгляд НМК і ВР факультету (<https://surl.li/ocgayb>).

За результатами визначаються заходи реагування: оновлення змісту ОК та робочих програм, удосконалення методів навчання й оцінювання, переліку вибірових компонентів, посилення практичної складової, залучення професіоналів-практиків, удосконалення інформаційного та навчально-методичного забезпечення.

Вчасність реагування забезпечується поєднанням поточного зворотного зв'язку із щорічним переглядом ОП: питання, які не потребують зміни опису ОП, можуть бути враховані під час поточної реалізації освітнього процесу; пропозиції, що стосуються структури, компетентностей, ПРН або переліку ОК, обговорюються та опрацьовуються проектною групою під час чергового перегляду ОП. Результати прийнятих рішень надалі оцінюються у межах наступних моніторингів та опитувань, що забезпечує циклічність процесу вдосконалення ОП.

ОПП Маркетинг впроваджено у 2025 р., тому внутрішнє забезпечення якості спрямоване насамперед на поточний моніторинг та своєчасне реагування на зворотний зв'язок. Моніторинг здійснюється гарантом, проектною групою,

кафедрою, НМК та іншими відповідальними структурами КНУТШ. Джерелами інформації є результати опитувань здобувачів і роботодавців, зустрічі зі стейкхолдерами, обговорення проекту ОП, аналіз реалізації ОК та інші канали зворотного зв'язку.

Отримана інформація узагальнюється гарантом і проектною групою, обговорюється на кафедрі та, залежно від характеру питання, на НМК і Вченій раді ЕФ. Питання, які не потребують зміни опису ОП, можуть враховуватися під час поточної організації освітнього процесу та оновлення навчально-методичного забезпечення ОК; пропозиції щодо структури ОП та послідовності ОК опрацьовуються під час її перегляду.

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

ОПП «Маркетинг» впроваджена у 2025 р. та проходить процедуру акредитації вперше, тому рекомендацій ЕГ і ГЕР за результатами попередньої акредитації саме цієї ОП немає. Водночас у КНУТШ використовується інституційний механізм поширення результатів зовнішнього забезпечення якості на інші освітні програми. Так, результати акредитацій ОП оприлюднюються у репозиторії акредитаційних справ (<https://surl.li/tqzbnkw>), розглядаються на засіданнях Вченої Ради і доводяться до факультетів. Відповідні висновки та рекомендації аналізуються на рівні Університету, факультету, НМК, гаранта та проектною групи. Під час розроблення і реалізації нової ОП враховуються релевантні рекомендації ЕГ і ГЕР, надані за результатами акредитацій інших ОП кафедри (<https://surl.li/fwjgwy>, <https://surl.li/moqtdz>) та економічного факультету, що обговорюються на засіданнях науково-методичної комісії економічного факультету (<https://surl.li/djjecm>).

Такий підхід дозволяє використовувати результати зовнішнього оцінювання превентивно, тобто враховувати в новій ОП зауваження, що були виявлені під час акредитацій інших програм, запобігаючи їх виникненню. Після завершення першої акредитації ОПП «Маркетинг» рекомендації ЕГ і ГЕР будуть проаналізовані гарантом та проектною групою і включені до подальших заходів з удосконалення ОП.

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

Залучення академічної спільноти ОПП «Маркетинг» ґрунтується на Положенні про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу КНУТШ (<https://surl.li/rvwqex>) зі змінами від 09.09.2024 (<https://surl.li/cwvdlb>).

Гарант, проектна група, кафедра і відповідальні за ОК беруть участь у проектуванні, моніторингу та перегляді ОП. НПП обговорюють зміст ОК, методи навчання й оцінювання, оновлюють робочі програми; здобувачі долучаються через опитування, зустрічі та студентське самоврядування. НМК і Вчена рада факультету розглядають пропозиції, Відділ забезпечення якості освіти надає методичний супровід (<https://surl.li/vxhcpr>).

До забезпечення якості активно залучено ГО «Об'єднання маркетологів України», членами якої є всі НПП кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування. Співпраця кафедри з ГО (<https://surl.li/yfckud>) охоплює академічні маркетингові дослідження й наукові заходи.

23.10.2025 спільно проведено конференцію «Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики» (<https://surl.li/wjvthj>) Це розширює фаховий діалог для актуалізації змісту навчання.

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

Культура якості в КНУТШ ґрунтується на спільній відповідальності, академічній доброчесності та постійному вдосконаленні. Її орієнтири – Етичний кодекс університетської спільноти, Хартія академічної доброчесності (<https://surl.li/xuthjp>) та Положення про систему забезпечення академічної доброчесності (<https://surl.li/gcxmrg>). Її підтримують зворотний зв'язок зі здобувачами, підвищення кваліфікації НПП та методичний супровід Відділу забезпечення якості освіти. Наприклад, Гарант ОП О. Біловодська у 2023 р. пройшла програму КНУТШ з розбудови внутрішньої системи забезпечення якості (з кредити ЄКТС).

Професійному діалогу сприяє активна співпраця кафедри з ГО «Об'єднання маркетологів України» (наприклад, спільне академічне дослідження «Власні торгові марки: споживча поведінка студентської молоді», представлене у 2025 р.). Викладачі та здобувачі долучаються до дослідницької взаємодії, що підтримує культуру доказовості й поєднання навчання з дослідженнями (<https://surl.li/vwhlgn>).

Додатковий стимул – щорічне визнання кращих викладачів за Положенням 2026 р. (<https://surl.li/sacfmb>): враховуються навчальна й методична робота, вдосконалення ОП та професійний розвиток. Студентське самоврядування оцінює здатність номінантів надавати зворотний зв'язок за результатами оцінювання.

9. Прозорість і публічність

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

Права та обов'язки учасників освітнього процесу регулюються нормативними документами Київського національного університету імені Тараса Шевченка, які перебувають у відкритому доступі. Нормативні документи оприлюднені на офіційному вебсайті Університету в розділі «Офіційна інформація» (<https://surl.li/dnbccc>), на вебсайті Вченої ради Університету в розділі «Положення / Порядки / Стратегії тощо» (<https://surl.li/wkesjp>). Документи, що регулюють окремі аспекти реалізації прав учасників освітнього процесу, також оприлюднюються у

розділі щодо запобігання корупції (<https://surl.lt/dsuwre>), на вебсайті Відділу академічної мобільності (<https://surl.li/aciqhg>), вебсайті Студентського парламенту Університету в розділі нормативних документів (<https://surl.li/wahary>) та на вебсайті Студентського містечка (<https://surl.li/rdrwgr>). Нормативні документи, що стосуються реалізації конкретної освітньої програми, додатково розміщуються на інформаційних ресурсах економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка (<https://surl.lt/jfeayb>).

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

<https://surl.li/npxlra>

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

<https://surl.li/vushbr>

<https://surl.li/zdqdsq>

<https://surl.li/keozgv>

<https://surl.li/zpkese>

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Сильні сторони ОП:

1. Унікальний кадровий склад. Викладання фах. дисциплін здійснюється виключно представниками однієї з перших наукових шкіл з маркетингу, які є авторами сучасної концепції маркетингу, були у витоків розвитку маркетингу в Україні. Професорсько-викладацький склад сформовано з найдосвідченіших фахівців, в т.ч. із західною освітою. Вони пройшли міжнародні стажування, мають досвід викладання в іноземних ЗВО, є розробниками оригінальних, авторських методик, підручників, навчально-методичних праць та кейсів, мають досвід викладання в провідних бізнес-школах України.
2. Викладання унікального авторського курсу, започаткованого на кафедрі маркетингу і бізнес-адміністрування, «Стратегічний аналіз міжнародних ринків», в якому розкривається авторська методика проведення міжнародних маркетингових досліджень.
3. Доповнення змісту ОП актуальними авторськими курсами «Внутрішній маркетинг», «Маркетингове консультування», «Штучний інтелект у маркетинговій діяльності».
4. Постійний розвиток ОП на основі урахування тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого і регіонального контексту та тенденцій глобалізації університетської освіти.
5. Високий рівень практичної підготовки здобувачів за рахунок інноваційних підходів (виїзних семінарів, залучення лідерів бізнесу, використання case study та ін.)
6. Постійне вдосконалення ОП за рахунок багаторівневої внутрішньої системи забезпечення якості освіти на основі вивчення інтересів стейкхолдерів та співпрацею з ГО «Об'єднання маркетологів України», що засноване з ініціативи і за участю представників кафедри
7. Інтернаціоналізація ОП забезпечується візитами зарубіжних вчених, стажуванням викладачів за кордоном, спільними публікаціями у виданнях Scopus та Web of Science, редагуванням наукових видань всесвітньовідомого американського видання Prentice Hall у галузі маркетингу
8. Поєднання в реалізації ОП фахової підготовки з вихованням високодуховних, патріотичних фахівців, здатних забезпечити післявоєнну відбудову та економічний розвиток України шляхом включення у тематику ОК відповідних прикладів та роз'яснень, підготовки тематичних виступів тощо.
9. Викладання ряду ОК англійською мовою, що дає змогу здобувачам активно реалізувати себе у програмах міжнар. мобільності, наукових конкурсах тощо.
10. Багаторівнева структура освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів освіти шляхом залучення інформаційних ресурсів, соцмереж, інституту кураторства, різних служб (Відділ сприяння працевлаштуванню, Наукового парку для підтримки стартап, Центр кар'єри та працевлаштування ЕФ).

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

Проектна група ОПП бачить такі перспективи розвитку ОП на найближчі 3 роки:

1. Зосередження освітньої, науково-дослідницької діяльності кафедри на проблематиці післявоєнної відбудови економіки України.
2. Розширення наукової тематики, пов'язаної з розвитком бізнес-ринків, партнерських взаємовідносин у бізнес-середовищі, вивченням нових моделей споживчої поведінки в умовах соціально-економічної кризи, з реалізацією концепції сталого розвитку, управлінням в умовах гнучких екстрених рішень, розвитком підприємницьких університетів, ризиками підприємницької діяльності в умовах нестабільності бізнес-середовища тощо.

3. Робота над виконанням кафедральної науково-дослідницької теми «Інноваційні стратегії суб'єктів господарювання в умовах реалізації моделі сталого розвитку України у повоєнний період» (науковий керівник д.е.н., проф. Старостіна А.О.).
4. Більш широке співробітництво з громадськими професійними організаціями, зокрема, з Українським Союзом промисловців та підприємців (УСПП), Союзом малих та середніх підприємств, ГО «Об'єднання маркетологів України» в процесі підготовки термінологічного словника з маркетингу та інших навчально-методичних матеріалів; використання ГО як бази практики студентів та стажування викладачів, проведення досліджень національних та закордонних ринків, організації спільних міжнародних конференцій, круглих столів з метою узагальнення кращого національного досвіду підготовки маркетологів.
5. Розроблення нових авторських навчально-методичних матеріалів (підручників, посібників, методичних рекомендацій, НМК тощо) для викладання фахових освітніх компонентів ОП.
6. З метою подальшого розвитку форм взаємодії з бізнесом та посилення практичної спрямованості ОП залучення представників бізнесу до спільної підготовки наукових та методичних праць з маркетингу, індивідуальних проєктів; максимізація виконання курсових робіт та індивідуальних проєктів по матеріалам державних і бізнес-структур. Розширення бази партнерів для проведення практик, залучення студентів і викладачів у проєкти розроблення державних економічних, маркетингових і комунікаційних політик.
7. Розширення практики фандрайзингової діяльності кафедри, активізація розробки заявок на отримання грантів на виконання науково-дослідницьких, освітніх та інших проєктів.
8. Посилення популяризації ОП через інформаційне наповнення сучасних комунікаційних каналів, висвітлення здобутків викладачів та студентів ОП у соціальних мережах, на сторінці кафедри, на сайті факультету та університету; через роботодавців та випускників ОП шляхом участі в міжнародних рейтингах та конкурсах.
9. Подальше впровадження інформаційних і комунікаційних технологій в освітній процес.
10. Подальший розвиток співробітництва із зарубіжними університетами у формі розвитку програми обміну викладачами і здобувачами.

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: Копійка Валерій Володимирович

Дата: 05.10.2026 р.

Таблиця 1. Інформація про освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид освітнього компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
ОК 8. Внутрішній маркетинг / Internal Marketing (викладається англійською мовою)	навчальна дисципліна	8_РП_Внутрішній маркетинг_анг_зфн.pdf	vG4FjoFQOMIjG29DXTN353hysS67cZQpGLS8j05bqG4=	Апаратне забезпечення: ноутбук ASUS X515EA; мультимедійний проектор BenQ MS504; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня A5); Zoom; Google Meet; Classtime; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; репозитарій КНУТШ.
ОК 2. Штучний інтелект у маркетинговій діяльності	навчальна дисципліна	2_AI_в маркетингу_Маркетинг_ЗФН.pdf	rLXq5DSvZxkgoTZiA1/JUGHOQxO3dKjt8F4kz1KHI8=	Апаратне забезпечення: ноутбук ASUS X515EA; мультимедійний проектор BenQ MX507; інтерактивна дошка SMART Board SBX885; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня A5); Zoom; Google Meet; Classtime; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ).
ОК 10. Стратегічне управління / Strategic Management (викладається англійською мовою)	навчальна дисципліна	10_Стратегічне управління_Strategic_Management-M-z_2026-27.pdf	oIox6wdKqY+XwFjpp6kOBm6h7tXS1+Wmc3ELxJTMCM=	Апаратне забезпечення: ноутбук Lenovo IdeaPad S145-15IGM (81MX); мультимедійний проектор BenQ MX507; інтерактивна дошка SMART Board SBX885; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня A5); Zoom; Google Meet; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ); репозитарій КНУ; RapidILL.
ОК 18. Кваліфікаційна робота магістра	підсумкова атестація	Методичні-рекомендації-до-виконання-кваліфікаційної-роботи-магістра-Маркетинг-ЗФН.pdf	CBvy8gFW7YFYIyx4Y2rl399q/KOaPhUomsiSgQOSpI=	Матеріально-технічне забезпечення кафедри: ноутбуки ASUS X515EA, Lenovo IdeaPad S145-15IGM (81MX); стаціонарне комп'ютерне робоче місце Everest Home&Office 1006; монітори Lenovo ThinkVision S24i-30, Samsung S22E391H; принтер Canon F173000; мультимедійний проектор BenQ MX507; інтерактивна дошка SMART Board SBX885; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня A5); Zoom; Google Meet; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ); репозитарій КНУ; RapidILL.
ОК 16. Корпоративна культура та бізнес-етика	навчальна дисципліна	16_Корпоративна культура та бізнес-етика_Маркетинг_	EewPkwPvJlhHp8eaa1qMT9WOZbOoiG6ePeVDYCHSryU=	Апаратне забезпечення: ноутбук ASUS X515EA; мультимедійний проектор Epson EB-X9; Wi-Fi. Програмне та інформаційне

		<i>маг_3ФН.pdf</i>		забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня А5); Zoom; Google Meet; Classtime; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; репозитарій КНУТІШ
ОК 15. Соціальна відповідальність бізнесу	навчальна дисципліна	<i>15_Соціальна_відпов._бізнесу_Маркетинг_маг_3ФН.pdf</i>	WDfOzqrI6BKWaERhEl72eAvBvS1b5pCbsAKHRSYIUlw=	Апаратне забезпечення: ноутбук Lenovo IdeaPad S145-15IGM (81MX); мультимедійний проектор BenQ MS504; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня А5); Zoom; Google Meet; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ); репозитарій КНУ; RapidILL.
ОК 14. Бізнес-комунікації	навчальна дисципліна	<i>14_Бізнес-комунікації_Маркетинг_маг_3ФН.pdf</i>	xHPF/Oe2riFFcUONbqe9tc3BTBjRRGPGnnDHEFiaq4w=	Апаратне забезпечення: ноутбук ASUS X515EA; мультимедійний проектор BenQ MX507; інтерактивна дошка SMART Board SBX885; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня А5); Zoom; Google Meet; Classtime; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича.
ОК 13. Бренд-менеджмент / Brand Management (викладається англійською мовою)	навчальна дисципліна	<i>13_Бренд-менеджмент_Маркетинг_маг_3ФН.pdf</i>	GL/ew28L57Tl1W1WSr2oGGKT/mME1KXwoKj9NmQ/4eQ=	Апаратне забезпечення: ноутбук Lenovo IdeaPad S145-15IGM (81MX); мультимедійний проектор Epson EB-X9; інтерактивна дошка SMART Board SBX885; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня А5); Zoom; Google Meet; Classtime; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ); RapidILL.
ОК 12. Управління персоналом	навчальна дисципліна	<i>12_Управління_персоналом_Маркетинг_маг_3ФН.pdf</i>	y3oQV+EHN2tMcK4c7qGtuc/Xq5cyGU4IbdRoz7GGe24=	Апаратне забезпечення: ноутбук ASUS X515EA; мультимедійний проектор BenQ MS504; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня А5); Zoom; Google Meet; Classtime; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича.
ОК 11. Курсова робота «Стратегічний аналіз міжнародних ринків»	курслова робота (проект)	<i>11_Курс._робота_Страт._аналіз_міжн._ринків_Маркетинг_маг_3ФН.pdf</i>	ZjzshHvoyAtclqnhLNPeWUEnsdtZ5vFXsiTg/NGKNI=	Матеріально-технічне забезпечення кафедри: ноутбуки ASUS X515EA, Lenovo IdeaPad S145-15IGM (81MX); стаціонарне комп'ютерне робоче місце Everest Home&Office 1006; монітори Lenovo ThinkVision S24i-30, Samsung S22E391H; принтер Canon F173000; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня А5); Zoom; Google Meet; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси

				Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ); репозитарій КНУ; RapidILL.
ОК 9. Управління рекламною діяльністю	навчальна дисципліна	9_Управління_рекламною_діяльністю_Маркетинг_маг_3ФН.pdf	42d+h6lqBe3nL/OnkyCLx7zzKIhmQcHMda vYRzGmczs=	Апаратне забезпечення: ноутбук ASUS X515EA; мультимедійний проектор Epson EB-X9; інтерактивна дошка SMART Board SBX885; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня А5); Zoom; Google Meet; Classtime; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича.
ОК 7. Стратегічний аналіз міжнародних ринків	навчальна дисципліна	7_Страт._аналіз_міжн._ринків_Маркетинг_маг_3ФН.pdf	wixeRp5PJhJsyAjnY9 nQhb3Sa/ucdazQRuCbHje7qmM=	Апаратне забезпечення: ноутбук Lenovo IdeaPad S145-15IGM (81MX); мультимедійний проектор Epson EB-X9; інтерактивна дошка SMART Board SBX885; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня А5); Zoom; Google Meet; Classtime; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ); репозитарій КНУ; RapidILL.
ОК 6. Маркетинг інновацій / Marketing of Innovations (викладається англійською мовою)	навчальна дисципліна	6_Маркетинг_інновацій_Маркетинг_маг_3ФН.pdf	yGWoh9XES2GMCqTEsqx8Nt8UD0cr7eQjdc9YJJ5GdEY=	Апаратне забезпечення: ноутбук ASUS X515EA; мультимедійний проектор BenQ MX507; інтерактивна дошка SMART Board SBX885; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня А5); Zoom; Google Meet; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ); репозитарій КНУ; RapidILL.
ОК 5. Управління логістичними операціями	навчальна дисципліна	5_Управління_логістичними_операціями_Маркетинг_маг_3ФН.pdf	w2pRuLXByaguyV4ZCmKxQbRribqtdt4KYSJQB8FLY4=	Апаратне забезпечення: ноутбук Lenovo IdeaPad S145-15IGM (81MX); мультимедійний проектор Epson EB-X9; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня А5); Zoom; Google Meet; Classtime; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ).
ОК 4. Електронна комерція	навчальна дисципліна	4_Електронна_комерція_Маркетинг_маг_3ФН.pdf	p41Hk3D5PX5FllgUSX6gAVIGf7Mte7xfIKL9LBxzHE=	Апаратне забезпечення: ноутбук ASUS X515EA; мультимедійний проектор BenQ MX507; інтерактивна дошка SMART Board SBX885; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня А5); Zoom; Google Meet; Classtime; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ).
ОК 3. Маркетингове консультування	навчальна дисципліна	3_Маркетингове_консультування_Мар	4a7WMuuqpFDpQhyImIofVzJGwEPfFbWe	Апаратне забезпечення: ноутбук Lenovo IdeaPad S145-15IGM (81MX);

		кетинг_маг_ЗФН.pdf	TneHgiMfFdg=	мультимедійний проектор BenQ MS504; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня A5); Zoom; Google Meet; Classtime; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; репозитарій КНУТІЛ.
ОК 1. Методологія та організація економічних наукових досліджень (з основами інтелектуальної власності)	навчальна дисципліна	1_МОЕНД_Маркетинг_маг_ЗФН.pdf	/Rt7m4ru71NxN5cju8gPyOMl2ujhr9UKtaufvAyqAFI=	Апаратне забезпечення: ноутбук Lenovo IdeaPad S145-15IGM (81MX); мультимедійний проектор Epson EB-X9; інтерактивна дошка SMART Board SBX885; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня A5); Zoom; Google Meet; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ); репозитарій КНУ; RapidILL.
ОК 17. Виробнича (переддипломна) практика	практика	17_Виробнича_практика_Маркетинг_маг_ЗФН (1).pdf	aP9m/u2rVHUc1wWZJis9nWTUcm9Ma2598ys21O/cK88=	Матеріально-технічне забезпечення кафедри: ноутбуки ASUS X515EA, Lenovo IdeaPad S145-15IGM (81MX); стаціонарне комп'ютерне робоче місце Everest Home&Office 1006; монітори Lenovo ThinkVision S24i-30, Samsung S22E391H, Samsung 931BF; принтер Canon F173000; Wi-Fi. Програмне та інформаційне забезпечення: Microsoft 365 Education (корпоративна ліцензія рівня A5); Zoom; Google Meet; корпоративне середовище Google Workspace @kpi.ua; електронні ресурси Наукової бібліотеки ім. М. Максимовича; ScienceDirect (корпоративний доступ); репозитарій КНУ; RapidILL.

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

Таблиця 2. Зведена інформація про відповідність НПП освітнім компонентам

ІД викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування відповідності освітньому компоненту (кваліфікація, професійний досвід, наукові публікації)
252917	Ярош-Дмитренко Людмила Олексіївна	доцент, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом магістра, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050103 Міжнародна економіка, Диплом кандидата наук ДК 010532, виданий 30.11.2012, Атестат доцента	16	ОК 16. Корпоративна культура та бізнес-етика	38.1 1. Герасименко Т. В., Руденко Н. В., Ярош-Дмитренко Л. О. Організаційна культура державних установ: чинники формування та розвитку. Актуальні проблеми економіки. 2026. № 7(301). С. 673–681. DOI: https://doi.org/10.32752/1993-6788-2026-1-301-673-681 2. Дербеньова Я. В., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Трансформація корпоративної

соціальної відповідальності в контексті глобальних соціально-економічних змін. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2026. № 2(229). С. 40–50. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2026/229-2/4>

3. Журило В. В., Ярош-Дмитренко Л. О. Трансформація ставлення українських споживачів до соціальної відповідальності бізнесу під впливом воєнної агресії. Ефективна економіка. 2025. № 3. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.3.46>

4. Ukraine's Cultural Evolution: Unveiling Profound Shifts Through the Lens of War-driven Migration / N. Kochkina, M. Floris, L. Yarosh-Dmytrenko, N. Rudenko // Handbook of Cross-Cultural Management / ed. by A. Presbitero, V. Taras. Cheltenham : Edward Elgar Publishing, 2026. P. 2–31. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781035331048.00008>

5. Yarosh-Dmytrenko L., Martyniak I., Domyshe-Medyanyk A. et al. Business Alliances in the Economy of EU Countries. Amazonia Investiga. 2022. Vol. 11, iss. 53. P. 249–258. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2022.53.05.25>

6. Ярош-Дмитренко Л. О. Роль маркетингу у повоєнному відновленні партнерських відносин на ринку B2B. Економіка та суспільство. 2023. № 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-4438.3>

1. Журило В. В., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Формування споживчої лояльності на ринку інноваційних товарів // 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні : монографія / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. С. 186–206.

2. . Ярош-Дмитренко Л. О. Маркетингове планування, Інтерактивні технології в навчальному процесі // Маркетинг. Світовий

досвід та український вимір : підручник / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Ліра-К, 2024. С. 315–324, 469–476.

3. Міжнародна економіка: практикум : навч. посіб. / В. В. Вірченко, А. О. Старостіна, О. Л. Канищенко та ін. ; за ред. В. В. Вірченка, А. О. Старостіної. Київ : Ліра-К, 2024. 348 с. (Авт. внесок: Тема 8).

4. Bilovodska O., Prygara O., Rudenko N., Yarosh-Dmytrenko L., Blumska-Danko K., Ponomarenko I. University Rankings and Students' Perception of Educational Quality as Drivers of Reputation and Enrollment Strategy in Service Marketing. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. 2026. Vol 272. Springer, Cham, pp. 193–210. https://doi.org/10.1007/978-3-032-06608-4_10 38.4

1. Старостіна А. О., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Міжнародний бізнес-маркетинг : навч.-метод. комплекс забезпечення викладання навч. дисципліни для студентів ОП «Міжнародна економіка» першого (бакалаврського) рівня. Київ : НВП Інтерсервіс, 2022. 42 с.

2. Innovation strategies in international business : methodological and learning handbook for Master's degree students of International Economics / A. O. Starostina, O. Yu. Prygara, M. V. Petrovsky, L. O. Yarosh-Dmytrenko. Kyiv : Interservice, 2022. 49 p.

3. Маркетинг послуг : навч.-метод. комплекс забезпечення викладання навч. дисципліни для студентів ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня / А. О. Старостіна, Н. В. Руденко, О. Ю. Пригара, Л. О. Ярош-Дмитренко. Київ : Професіонал, 2025. 28 с.

4. Маркетинг : навч.-метод. комплекс забезпечення викладання навч. дисципліни для

							студентів ОПП «Міжнародна економіка» та ОПП «Фінансовий бізнес» першого (бакалаврського) рівня / А. О. Старостіна, Н. В. Руденко, О. Ю. Пригара, Л. О. Ярош-Дмитренко. Київ : Професіонал, 2025. 38 с. 5. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи магістра для здобувачів галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг», ОНП «Бізнес-адміністрування і консультування» з можливістю подвійного дипломування з університетом Мачерата, Італія / А. О. Старостіна, В. В. Журило, О. А. Біловодська, Н. В. Руденко, Л. О. Ярош-Дмитренко. Київ : SBA Print, 2026. 83 с. 6. Ярош-Дмитренко Л. О. Робоча програма з дисципліни «Управління рекламною діяльністю» (заочна форма навчання). Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2026. URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/marketingz/sp/ 7. Нападиста В. Г., Ярош-Дмитренко Л. О. Робоча програма з дисципліни «Корпоративна культура і бізнес-етика» (заочна форма навчання). Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2026. URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/marketingz/sp/ 38.12 Prygara O. Yu., Yarosh-Dmytrenko L. Marketing strategies for business resilience during wartime in Ukraine: overcoming challenges // Economic and Social Development : Book of Proceedings of the 96th Int. Scient. Conf. (Varazdin, 1–2 June 2023). Varazdin, 2023. P. 176–186. Ярош-Дмитренко Л. О. Диджиталізація маркетингової діяльності підприємств на B2B ринку // Маркетингові технології в управлінні національним та міжнародним бізнесом на зламі епох: виявлення тенденцій та
--	--	--	--	--	--	--	--

подолання викликів : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. в рамках Форуму EFBM 3.0 (м. Київ, 2024 р.) / за заг. ред. А. І. Ігнатюк. Київ, 2024. URL: https://www.efbm.org/wp-content/uploads/2024/05/Матеріали_конференції_Маркетингові-технології-в-управлінні-1.pdf Журило В. В., Ярош-Дмитренко Л. О. Корпоративна соціальна відповідальність як ключовий напрямок розвитку українського бізнесу в сучасних умовах // Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції : зб. тез VIII всеукр. наук.-практ. конф. (м. Дубляни, 2024 р.) / за заг. ред. А. О. Линдюка, І. І. Гаврилюк. Дубляни, 2024. С. 164–168. Growth Through Loss: Leadership, Resilience, and Strategic Adaptation of Ukrainian Women Refugees / N. Kochkina, M. Floris, L. Yarosh-Dmytrenko, G. Gatto // Academy of Management Proceedings. 2025. Vol. 2025, no. 1. DOI: <https://doi.org/10.5465/AMPROC.2025.20849abstract>. Ярош-Дмитренко Л. О. Штучний інтелект як інструмент трансформації креативних підходів до реклами // Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, жовтень 2025 р.). Київ, 2025. С. 207–208. Ярош-Дмитренко Л. О., Герасименко Т. В. Внутрішній маркетинг у розвитку організаційної культури державних установ: практики країн ЄС та напрями адаптації в Україні. International Scientific and Practical Conference «Science Development: Challenges and Opportunities in a Global Context»: Conference Proceedings (Boston, USA, September 4, 2026). Boston, USA: Golden Quill Publishing, 2026. P. 54 – 57. DOI: <https://doi.org/10.64076/GQP-04.09.2026.00938.13>

1. Обов’язкова фахова

							освітня компонента «Креативні рекламні технології» (Creative Advertising Techniques) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 (075) Маркетинг ОП «Маркетинг» денної форми навчання — 120 годин, у тому числі 18 годин лекцій, 20 годин семінарів. 2. Вибіркова фахова освітня компонента «Креативні рекламні технології» (Creative Advertising Techniques) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 051 Економіка ОП «Міжнародна економіка» денної форми навчання — 180 годин, у тому числі 28 годин лекцій, 16 годин семінарів, консультацій — 3. 3. Вибіркова фахова освітня компонента «Креативні рекламні технології» (Creative Advertising Techniques) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг ОНП «Бізнес-адміністрування і консультування» денної форми навчання — 180 годин, у тому числі 28 годин лекцій, 20 годин семінарів, консультацій — 3. 4. Обов'язкова фахова освітня компонента «Start-up маркетинг» (Start-up Marketing) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг ОНП «Бізнес-адміністрування і консультування» денної форми навчання — 180 годин, у тому числі 28 годин лекцій, 28 годин семінарів. 38.19 Член професійного об'єднання ГО «Об'єднання маркетологів України» (з 2021 р. - дотепер) Стажування та підвищення кваліфікації за 5 років: 1. Міжнародне науково-педагогічне стажування «Theory and practice of scientific and pedagogical approaches in education» з 14 лютого 2022 року по 14
--	--	--	--	--	--	--	--

							березня 2022 року (Латвія, ISMA University of Applied Sciences, 6 кр. ЄКТС / 180 год., сертифікат № 1-22/191-22 від 14.03.2022 р.) 2. Програма підвищення кваліфікації «Інтенсив: оновлення сертифікації / Маркетинг ІТ продуктів від Genesis» у 2023 році (Україна, ІТ-компанія Genesis, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат з правом інтеграції курсу у ЗВО) 3. Навчання за програмою підвищення кваліфікації «Сучасний освітній процес: від викликів до забезпечення якості» з 13 вересня 2024 року по 15 вересня 2024 року (Україна, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат б/н) 4. Курс підвищення кваліфікації «Tech Summer for Educators: AI Edition» до 13 серпня 2024 року (Україна, SoftServe Academy, сертифікат серії FJ № 20805/2024 від 13.08.2024 р.) 5. Міжнародне науково-педагогічне стажування «Дидактично-дослідницька діяльність у сучасному університеті: тенденції, виклики, напрями перетворень» за двосторонньою угодою з КНУ імені Тараса Шевченка з 12 серпня 2024 року по 20 вересня 2024 року (Польща, м. Білосток, Білостоцький університет, 6 кр. ЄКТС / 180 год., сертифікат № 49 від 20.09.2024 р.) 6. Програма підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників «Професійний розвиток педагога в умовах освітніх трансформацій» з 08 липня 2025 року по 10 липня 2025 року (Україна, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат ПК 38282994/6097-25 від 10.07.2025 р.) 7. Навчання за програмою підвищення кваліфікації «Сучасний освітній процес: від викликів до забезпечення якості 2.0» з 05 вересня 2025 року по 07 вересня 2025 року (Україна, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат б/н) 8. Програма підвищення кваліфікації
--	--	--	--	--	--	--	--

						педагогічних та науково-педагогічних працівників «Професійний розвиток педагога в умовах освітніх трансформацій» з 16 грудня 2025 року по 18 грудня 2025 року (Україна, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат ПК 38282994/10514-25 від 22.12.2025 р.) 9. Навчання за програмою тренінгу «Google III-інструменти для викладачів КНУ імені Тараса Шевченка: персоналізація навчання студентів» з 26 червня 2026 року по 30 червня 2026 року (Україна, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 0,5 кр. ЄКТС / 15 год., сертифікат № AI-KNU-2026/0208 від 30.06.2026 р.) та ін.
391786	Біловодська Олена Анатоліївна	професор, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Сумський державний університет, рік закінчення: 2001, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом доктора наук ДД 008698, виданий 20.06.2019, Атестат доцента 12ДЦ 017695, виданий 21.06.2007, Атестат професора АП 002406, виданий 09.02.2021	19	OK 8. Внутрішній маркетинг / Internal Marketing (викладається англійською мовою) 38.1 1. Kostynets Iu., Bilovodska O., Shtulur I., Rudenko N., Ievseitseva O., Sylenko M. HR Marketing and Management Issues and Challenges During Wartimes: Ukrainian Experience. Journal of East European Management Studies. Special Issue: Management and Organization in Times of War. 2026. Vol. 31(3), 55438. DOI: https://doi.org/10.31083/JEEMS55438 (WoS). 2. Bilovodska O., Boienko O., Kiziloglu M. Internal marketing as a strategic tool for developing innovative and managerial potential and enhancing the competitiveness of business entities. Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics. 2026. Vol. 1(228). P. 19-29. DOI: https://doi.org/10.17721/1728-2667.2026/228-1/3 3. Bilovodska O., Bilovodskiy I. Brand value as an indicator of marketing effectiveness among Ukrainian market leaders. Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет». 2025. № 2. С. 94-105. DOI: http://dx.doi.org/10.32434/2415-3974-2025-22-2-94-105 4. Golovnina O., Mazur I., Bilovodska O., Denysenko M.,

							Prokopenko K. Marketing of values in the human capital formation hierarchy: Structural transformation and impact assessment. Economics of Development. 2025. Vol. 24(2). P. 134-149. DOI: https://doi.org/10.63341/econ/2.2025.134 (Scopus) 5. Bilovodska, O., Prygara, O., Rudenko, N., Yarosh-Dmytrenko, L., Bliumska-Danko, K., Ponomarenko, I. (2026). University Rankings and Students' Perception of Educational Quality as Drivers of Reputation and Enrollment Strategy in Service Marketing. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies, vol 272. Springer, Cham, pp. 193–210. https://doi.org/10.1007/978-3-032-06608-4_10 6. Біловодська О.А., Журба В.О. Концептуальні засади розвитку електронної комерції в умовах цифровізації та трансформації бізнес-моделей. Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: "Економічна". 2025. № 2(32). С. 37-48. http://doi.org/10.31474/1680-0044-2025-2(32)-37-48. 7. Bilovodska O., Khurdei V. Strategy of customs business services based on marketing management. Customs Scientific Journal. 2024. Vol. 1. P. 19-27. DOI: https://doi.org/10.32782/2308-6971/2024.1.2. 8. Іванченко К.О., Біловодська О.А. Антикризове управління: еволюція поняття та уточнення економічного змісту. Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: "Економічна". 2024. № 2 (30). С. 11-22. DOI: http://doi.org/10.31474/1680-0044-2024-2(30)-11-22. 9. Іванченко К.О., Біловодська О.А. Концептуальні підходи до визначення та класифікації криз у діяльності суб'єктів
--	--	--	--	--	--	--	--

							господарювання. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2024. №1(224). С. 28-36. DOI: https://doi.org/10.17721/1728-2667.2024/224-1/4. 10. Iliashenko S., Bilovodska O., Tsalko T., Tomchuk O., Nevmerzhytska S., Buhas N. Opportunities, Threats and Risks of Implementation the Innovative Business Management Technologies in the Post-Pandemic Period COVID-19. WSEAS Transactions on Business and Economics. 2022.Vol. 19. P. 1215-1229. DOI:10.37394/23207.2022.19.107 (Scopus) 11. Журило В., Біловодська О., Середа В., Янцеловський О. Стратегія соціально-відповідального маркетингу в управлінні брендами нікотиновмісної продукції міжнародної компанії в умовах сталого розвитку. Актуальні проблеми економіки. 2026. № 8(302). С. 193-208. DOI: https://doi.org/10.32752/1993-6788-2026-1-302-193-208 та ін. 38.3 1. Біловодська О.А., Руденко Н.В., Пашук Л.В. Контроль маркетингу, організаційні структури маркетингу та маркетинг персоналу / Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник. Вид. 2-ге доп. та перероб. / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. С. 338-352. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21194518 2. Біловодська О.А., Сорочан Д.В. Сучасні проблеми маркетингу та шляхи їх вирішення у галузі машинобудування. 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні: монографія / [Старостіна А.О., Дьоміна О.М., Телетов О.С., Бочко О.Ю. та ін.] ; за заг. ред. А.О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. С. 44-55. URL: https://omu.marketing/wp-content/uploads/2022/04/1_go_monografiya_30
--	--	--	--	--	--	--	--

_03_22.pdf.

3. Starostina, A., Kravchenko, V., Prygara, O., Bilovodska, O., Zhurylo, V. Risk Management Strategies of Generation Z Consumers in Online Shopping. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. 2025. Vol. 240. Springer, Cham, pp. 243-259. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_14 (Scopus).

4. Bilovodska O., Ivanchenko K., Ponomarenko I., Shatskaya Z., Budiakova O. Digital Promotion as Innovative Business Management Technologies of Retail Chains. Data-Centric Business and Applications. 2024. Vol. 195 (1): Semenov A., Yepifanova I., Kajanová J. (eds). Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. Springer, Cham, pp. 297-313. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-54012-7_13 (Scopus).

5. Біловодська О.А., Дьоміна О.М. Стратегія розподілення і збуту / Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник. Вид. 2-ге доп. та перероб. / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. С. 299-314. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21194638>

6. Біловодська О. А., Журило В. В. Маркетингова товарна політика: практикум: навч. посіб. 2-ге вид. перероб. та доповн. Київ: SBA Print, 2026. 212 с.

38.4

1. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи магістра для здобувачів вищої освіти денної форми навчання ОНП «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг». / А. О. Старостіна, В. В. Журило, О. А. Біловодська. Київ : SBA Print, 2026. 86 с. ISBN 978-617-8919-85-6.

2. Старостіна А.О., Журило В.В., Біловодська О.А., Руденко Н.В., Ярош-Дмитренко Л.О.

							Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи магістра для здобувачів галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг», ОНП «Бізнес-адміністрування і консультування» з можливістю подвійного дипломування з університетом Мачерата, Італія. / А. О. Старостіна, В. В. Журило, О. А. Біловодська, Н. В. Руденко, Л. О. Ярош-Дмитренко. Київ : SBA Print, 2026. 84 с. ISBN 978-617-8919-86-3 3. Старостіна А. О., Журило В. В., Біловодська О. А. Методичні рекомендації до організації та проведення виробничої (переддипломної) практики для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг». Київ : SBA Print , 2026. 51 с. 4. Журило В.В., Біловодська О.А. Техніка прямих продажів. Навчально-методичний комплекс Київ : Центр учбової літератури, 2024. 46 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21194725 5. Біловодська О.А. Робоча програма з навчальної дисципліни "Внутрішній маркетинг". Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2025-2026 рр. (заочна форма навчання). URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/marketingz/sp/ 6. Біловодська О.А. Робоча програма з навчальної дисципліни "Внутрішній маркетинг" (денна форма навчання). Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2024-2026 рр. https://h1.nu/1ytAi 6. Біловодська О.А. Робоча програма з навчальної дисципліни "Маркетингове планування бізнесу". Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2026 (заочна форма навчання). URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/marketingz/sp/
--	--	--	--	--	--	--	--

							7. Біловодська О.А. Електронний курс «Внутрішній маркетинг». URL: https://classroom.google.com/u/1/c/Nzc1MDcoODEzMDcx та ін. 38.7 1. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Стратегії розвитку та управління торговельними мережами України в період російсько-української війни», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 Економіка (2026 р., м. Дніпро, Український державний університет науки і технологій), ОК 0826U001505 2. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Розвиток бренду компанії в умовах цифрової трансформації маркетингового середовища», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 Маркетинг (2026 р., м. Черкаси, Черкаський державний технологічний університет), ОК 0826U003610 3. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Економічні детермінанти цифрової трансформації логістичних процесів у структурі міжнародного ринку», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 Економіка (2026 р., м. Тернопіль, Західноукраїнський національний університет), ОК 0826U004110 4. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Маркетингові технології та інструменти підвищення привабливості туристичних дестинацій», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» (2025 р., м. Черкаси, Черкаський державний технологічний університет), ОК 0825U003146 5. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Цифровий маркетинг в економіці вражень», поданої на здобуття ступеня доктора економічних наук за
--	--	--	--	--	--	--	--

							спеціальністю 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності)» (2025 р., м. Київ, Державний торговельно-економічний університет), ОК 0525U000291 6. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Логістичне управління розвитком інтегрованих ланцюжків постачань», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р., м. Харків, НТУ «ХПІ»), ОК 0824U000129 7. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Стратегічне управління брендом аграрного підприємства», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р., м. Суми, СНАУ), ОК 0824U000745 8. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Дослідження інструментарію впровадження бренд-стратегії університету», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р., м. Суми, СНАУ), ОК 0825U001312 9. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Організаційно-економічне забезпечення логістичної діяльності машинобудівних підприємств», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка» (2023 р., м. Кременчук, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського), ОК 0825U000367 10. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Розвиток інноваційної діяльності малих та середніх підприємств», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка» (2023 р., м. Харків, ХНЕУ), ОК 0823U100756 38.8 1. Член редакційної
--	--	--	--	--	--	--	--

							колегії фахового видання України категорії «А», рецензент «Innovative Marketing» (індексується SCOPUS, WoS та ін. 2017 р. – дотепер). https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/innovative-marketing#editorial-board 2. Член редакційної колегії фахового видання України категорії «А», рецензент «Problems and Perspectives in Management» (2017 – 2025 pp.). 3. Член редакційної колегії фахового видання України категорії «Б» «Економіка розвитку» (2022 р. – дотепер). https://ecdev.com.ua/uk/editorial-board 4. Член редакційної колегії фахового видання України категорії «Б» «Актуальні проблеми економіки» (2026 р. – до тепер). https://ecoscience.net/redaktsiina-kolehiia/ 5. Рецензент іноземного наукового видання «Applied System Innovation», "Systems", "Sustainability", "Applied system innovation" та ін. https://www.webofscience.com/wos/author/record/MZQ-6393-2025 та ін. 38.9 1. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми “Маркетинг” у Рівненському державному гуманітарному університеті (2026 р.). 2. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми “DATA-маркетинг та аналітика” у Національному університеті "Острозька академія" (2026 р.). 3. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої
--	--	--	--	--	--	--	--

							програми “Промисловий менеджмент” у Запорізькому національному університеті (2025 р.). 4. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми “Маркетинг” у Полтавському державному аграрному університеті (2025 р.). 5. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти освітніх програм “Маркетинг” у Черкаському державному технологічному університеті (2025 р.). 6. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг освітньої програми «Маркетинг» в Національному університеті “Запорізька політехніка” (2024 р.). 7. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг освітньої програми «Маркетинг» в Уманському національному педагогічному університеті імені Павла Тичини (2023 р.). 8. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг освітніх програм «Маркетинг» та «Інтернет-маркетинг» в НУ «Львівська політехніка» (2023 р.). 9. Член Галузевої експертної ради 07 Управління та адміністрування Національного
--	--	--	--	--	--	--	--

							агентства із забезпечення якості вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (2019-2022 рр.). https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2022/06/%D0%93%D0%95%D0%A0-07.pdf https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2020/01/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB_12_29.10.19.pdf. 38.12 1. Біловодська О.А. Внутрішній маркетинг суб'єктів господарювання як інструмент стратегічного управління. Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики : матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 23 жовтня 2025 р.). С. 13-14. http://doi.org/10.35668/2025-10-23.211. 2. Біловодська О.А. Відмінності іміджу та репутації на B2C та B2B ринках в умовах цифровізації економіки. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. MicroCAD-2026 : тези доп. XXXIV міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 13-16 травня 2026 р.). С. 927. URL: https://web.kpi.kharkov.ua/microcad/ 3. Біловодська О.А., Сізова В.В. Генеративний штучний інтелект як драйвер інноваційності та конкурентоспроможності підприємницьких структур. Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 27-28 травня 2026 р.). С. 306-308. URL: https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozdily/Naukovo_Doslidna_Chastyna/Docs/2026/1_Zbirnik_26_vipravenii_obkl.pdf 4. Біловодська О.А., Ішпак М.О. Систематизація метрик веб-аналітики як інструменту конкурентної розвідки корпоративних сайтів. Економіка та публічне управління: нові виклики та рішення :
--	--	--	--	--	--	--	---

							листопада 2023 р.). С. 363-366. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21193647 URL : https://econ.kdu.edu.ua/wp-content/uploads/zbirnyk_2023.pdf (дата звернення 30.12.2023 р.). 9. Біловодська О.А., Сірош Д.С. Ефективність маркетингових витрат як чинник успішного бізнесу. Підприємництво та торгівля: сучасний стан і перспективи розвитку : матер. III міжнар. наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 18-19 травня 2023 р.). С.87-90. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21192857 URL: https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2024-06/Polinkevych_Pidpr_torg_konf_18-19.05.2023.pdf 38.13 Обов'язкова фахова освітня компонента «Внутрішній маркетинг» (Internal Marketing) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг ОНП Маркетинг денної та заочної форм навчання, "Маркетинг інновацій" (Marketing of Innovations) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг ОНП Маркетинг заочної форми навчання 38.14 1. Член журі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт здобувачів закладів вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітніми рівнями бакалавр, магістр (Хмельницький національний університет, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2017-2018 рр., 2020-2025 рр.). 2. Член журі III Міжнародного конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за першим (бакалаврським) та другим (магістерським)
--	--	--	--	--	--	--	---

							рівнями вищої освіти (м. Хмельницький Хмельницький національний університет, 2026 р.) 3. Член журі Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 051 «Економіка» (Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, 2023-2026 рр., https://krnukonkurs.kdu.edu.ua/guri.php). 4. Член журі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 076 Підприємництво та торгівля (за напрямками досліджень «Організація торгівлі», «Логістика», «Комерційна логістика», «Торговельне підприємництво» (НУ «Запорізька політехніка», 2025 р.). 5. Науковий керівник здобувачів вищої освіти, які перемогли у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2025/2026 н.р. (I місце, спеціальність Логістика Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 6. Науковий керівник здобувачів вищої освіти, які перемогли у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2024/2025 н.р. (III місце, спеціальність 075 Маркетинг Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 7. Науковий керівник здобувача вищої освіти, який переміг у II турі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 Маркетинг за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти (I місце, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2024 р.). 8. Науковий керівник здобувача вищої освіти, який
--	--	--	--	--	--	--	---

							переміг у II турі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 Маркетинг за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти (I місце, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2023 р.). 9. Науковий керівник здобувача вищої освіти, що переміг у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2023/2024 н.р. (III місце, спеціальність 075 Маркетинг Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 10. Науковий керівник здобувачів вищої освіти, які перемогли у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2022/2023 н.р. (III місце, спеціальність 075 Маркетинг Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 38.19 1. Член професійного об'єднання ГО «Об'єднання маркетологів України» (з 2021 р. – дотепер, посвідчення №0145, № 0399) 2. Член Української асоціації логістики (з 2020 р. – дотепер, сертифікат ЛА № 00144) 3. Член професійного об'єднання ГО «Прогресильні» (з 2023 р. – дотепер, сертифікати № 0232/23, № 0363/24, № 0637/25, № 0093/26) Стажування та підвищення кваліфікації за 5 років: 1. Міжнародна онлайн-програма підвищення професійної кваліфікації «VIRTUAL EXCHANGE: FORMS AND TECHNOLOGIES» з 10 лютого 2026 року по 31 березня 2026 року (Україна-Північна Македонія, Київський національний університет технологій та дизайну, International Balkan University, 6 кр. ЄKTC,
--	--	--	--	--	--	--	--

							сертифікат As-26-520 від 31.03.2026 р.) 2. Міжнародна онлайн тренінгова програма “AI Mindset in Entrepreneurial Spaces” з 09 червня 2025 року по 18 липня 2025 року (Україна-Литва, Європейський інститут інновацій та технологій, Public Security Academy of the Mykolas Romeris University, Lithuania, 6 кр. ЄКТС, сертифікат TRAIN-2025-241 від 18.07.2025 р.) 3. Курс «Наука×III: нова парадигма» з 24 листопада 2025 року по 28 листопада 2025 р. (Україна, Український офіс дослідницької доброчесності та ГО «Прогресивні», 1 кр. ЄКТС, сертифікат НШНП/25-0123) 4. Серія вебінарів та тренінгів «Віртуальні тури в освіті» з 11 листопада 2025 року по 20 листопада 2025 року (Україна-Німеччина, Ukrainian-German Digital Teaching Network, ГО «Прогресивні», 2 кр. ЄКТС, сертифікат 0605591804ОВ від 21.11.2025 р.) 5. Навчання за програмою вебінару «Академічна доброчесність: виклики, проблеми та перспективи» 20 березня 2025 р. (Україна, НУ «Запорізька політехніка», 0,5 кр. ЄКТС, сертифікат AP №5705/1293-25) 6. Курс «Великий курс про III в освіті» з 26 травня по 09 червня 2025 р. (Україна, ГО «Прогресивні» за підтримки Міністерства цифрової трансформації України та Міністерства освіти та науки України, 1,5 кр. ЄКТС, сертифікат ВКШО № 0277). 7. ДЗВО «Університет менеджменту освіти», Центральний інститут післядипломної освіти, 6 кр. ЄКТС (свідоцтво СП 35830447/2316-23) 8. Курс підвищення кваліфікації «Бренд науковця у цифровому світі», 1 кр. ЄКТС (сертифікат №1240) та ін.
391786	Біловодська Олена Анатоліївна	професор, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Сумський державний	19	ОК 6. Маркетинг інновацій / Marketing of	38.1 Illiashenko S., Bilovodska O., Tsalko T., Tomchuk O.,

				університет, рік закінчення: 2001, спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом доктора наук ДД 008698, виданий 20.06.2019, Атестат доцента 12/ДЦ 017695, виданий 21.06.2007, Атестат професора АП 002406, виданий 09.02.2021	Innovations (викладається англійською мовою)	Nevmerzhytska S., Buhas N. Opportunities, Threats and Risks of Implementation the Innovative Business Management Technologies in the Post-Pandemic Period COVID-19. WSEAS Transactions on Business and Economics. 2022.Vol. 19. P. 1215-1229. doi:10.37394/23207.2022.19.107 2. Golovnina E., Denysenko M., Bilovodska O., Levchenko O. Marketing innovations during martial law: a historical excursion and contemporary trends in branding strategies. Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: "Економічна". 2025. № 1(31). С. 46-53. http://doi.org/10.31474/1680-0044-2025-1(31)-46-53. 3. Bilovodska O., Boienko O., Kiziloglu M. Internal marketing as a strategic tool for developing innovative and managerial potential and enhancing the competitiveness of business entities. Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics. 2026. Vol. 1(228). P. 19-29. https://doi.org/10.17721/1728-2667.2026/228-1/3 4. Bilovodska O., Zhurba V. Prospects for e-commerce development under the digitalization of logistics processes: innovative technologies and global brand business models in retail. Economic bulletin of Cherkasy State Technological University. 2026. Vol. 27. Issue 1(78). P. 96-108. https://doi.org/10.24025/2306-4420.78(1).2026.351397 5. Bilovodska O., Kravchuk T., Ponomarenko I., Bliumska-Danko K., Kononenko A. Artificial intelligence for marketing product strategy in the online education market. Economics of Development. 2024. Vol. 23(3). P. 18-31. https://doi.org/10.57111/econ/3.2024.18 (Scopus). 6. Golovnina O., Mazur I., Bilovodska O., Denysenko M., Prokopenko K.
--	--	--	--	---	---	---

Marketing of values in the human capital formation hierarchy: Structural transformation and impact assessment. Economics of Development. 2025. Vol. 24(2). P. 134-149. <https://doi.org/10.63341/econ/2.2025.134> (Scopus)

7. Bilovodska O., Volevakha A. A multi-level AI-driven product policy model for retail chains as a conceptual framework for marketing consulting. Innovation and Sustainability. 2026. Vol. 6(1). P. 45-54. <https://doi.org/10.31649/vis/1.2026.45>

8. Bilovodska O., Petrenko K. Investigating the interrelation between Ukrainian macroeconomic indicators and innovative digital marketing promotion instruments. MIND. 2023. Vol. 15. DOI: <https://doi.org/10.36228/MJ.15/2023.6>. URL : <https://mindjournal.wseh.pl/pl/artykul/numer-152023.html>.

9. Біловодська О., Канищенко О., Борецький Д. Економічний зміст збутової стратегії та її реалізація в умовах воєнних викликів і адаптації маркетингових та логістичних рішень. Актуальні проблеми економіки. 2026. № 7(301). С. 610-628. DOI: 10.32752/1993-6788-2026-1-301-610-628

10. Біловодська О.А., Петров Д.В. Корпоративна соціальна відповідальність як складова соціально-етичного маркетингу та детермінанта управлінських рішень в умовах трансформації споживчих цінностей. Наукові записки Національного університету «Острозька академія» : серія «Економіка». 2026. № 41(69). С. 89-97. DOI: [https://doi.org/10.25264/2311-5149-2026-41\(69\)-89-97](https://doi.org/10.25264/2311-5149-2026-41(69)-89-97)

11. Біловодська О.А., Журба В.О. Розвиток електронної комерції в умовах цифровізації логістичних процесів ринку роздрібної торгівлі в Україні та світі. Маркетинг і цифрові технології. 2026. № 1(10). С. 125-139.

<https://doi.org/10.15276/mdt.10.1.2026.10>
12. Біловодська О.А., Журба В.О. Концептуальні засади розвитку електронної комерції в умовах цифровізації та трансформації бізнес-моделей. Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: “Економічна”. 2025. № 2(32). С. 37-48. [http://doi.org/10.31474/1680-0044-2025-2\(32\)-37-48](http://doi.org/10.31474/1680-0044-2025-2(32)-37-48) та ін. 38.3

1. Біловодська О.А., Руденко Н.В., Пащук Л.В. Контроль маркетингу, організаційні структури маркетингу та маркетинг персоналу / Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник. Вид. 2-ге доп. та перероб. / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. С. 338-352. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21194518>

2. Біловодська О.А., Сорочан Д.В. Сучасні проблеми маркетингу та шляхи їх вирішення у галузі машинобудування. 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні: монографія / [Старостіна А.О., Дьоміна О.М., Телетов О.С., Бочко О.Ю. та ін.] ; за заг. ред. А.О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. С. 44-55. URL: https://omu.marketing/wp-content/uploads/2022/04/1_go_monografiya_30_03_22.pdf.

3. Starostina, A., Kravchenko, V., Prygara, O., Bilovodska, O., Zhurylo, V. Risk Management Strategies of Generation Z Consumers in Online Shopping. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. 2025. Vol. 240. Springer, Cham, pp. 243-259. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_14 (Scopus).

4. Bilovodska O., Ivanchenko K., Ponomarenko I., Shatskaya Z., Budiakova

O. Digital Promotion as Innovative Business Management Technologies of Retail Chains. Data-Centric Business and Applications. 2024. Vol. 195 (1): Semenov A., Yepifanova I., Kajanová J. (eds). Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. Springer, Cham, pp. 297-313. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-54012-7_13 (Scopus).

5. Біловодська О.А., Дьоміна О.М. Стратегія розподілення і збуту / Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник. Вид. 2-ге доп. та перероб. / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. С. 299-314. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21194638>

6. Біловодська О. А., Журило В. В. Маркетингова товарна політика: практикум: навч. посіб. 2-ге вид. перероб. та доповн. Київ: SBA Print, 2026. 212 с.

38.4

1. Журило В.В., Біловодська О.А. Техніка прямих продажів. Навчально-методичний комплекс Київ : Центр учбової літератури, 2024. 46 с. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21194725>

2. Біловодська О.А., Легеза Д.Г. Робоча програма з навчальної дисципліни "Маркетинг інновацій". Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2026 р. (заочна форма навчання). URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/marketingz/sp/

3. Легеза Д. Г., Біловодська О.А. Електронний курс «Штучний інтелект в маркетинговій діяльності» (Google Classroom). URL: <https://classroom.google.com/c/ODQ1OTQxNTU1OTU1?cjc=mi23z3of>

4. Легеза Д. Г., Біловодська О.А. Електронний курс «Маркетинг інновацій» (Google Classroom). URL: <https://classroom.google.com/c/ODExNzMzMzg1NzEw?cjc=pv4kiw55>

38.7

1. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Стратегії розвитку та

							управління торговельними мережами України в період російсько-української війни», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 Економіка (2026 р., м. Дніпро, Український державний університет науки і технологій), ОК 0826U001505 2. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Розвиток бренду компанії в умовах цифрової трансформації маркетингового середовища», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 Маркетинг (2026 р., м. Черкаси, Черкаський державний технологічний університет), ОК 0826U003610 3. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Економічні детермінанти цифрової трансформації логістичних процесів у структурі міжнародного ринку», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 Економіка (2026 р., м. Тернопіль, Західноукраїнський національний університет), ОК 0826U004110 4. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Маркетингові технології та інструменти підвищення привабливості туристичних дестинацій», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» (2025 р., м. Черкаси, Черкаський державний технологічний університет), ОК 0825U003146 5. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Цифровий маркетинг в економіці вражень», поданої на здобуття ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності)» (2025 р., м. Київ, Державний торговельно-економічний університет), ОК 0525U000291
--	--	--	--	--	--	--	---

							6. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Логістичне управління розвитком ланцюжків постачань», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р., м. Харків, НТУ «ХПІ»), ОК 0824U000129 7. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Стратегічне управління брендом аграрного підприємства», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р., м. Суми, СНАУ), ОК 0824U000745 8. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Дослідження інструментарію впровадження бренд-стратегії університету», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р., м. Суми, СНАУ), ОК 0825U001312 9. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Організаційно-економічне забезпечення логістичної діяльності машинобудівних підприємств», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка» (2023 р., м. Кременчук, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського), ОК 0825U000367 10. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Розвиток інноваційної діяльності малих та середніх підприємств», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка» (2023 р., м. Харків, ХНЕУ), ОК 0823U100756 38.8 1. Член редакційної колегії фахового видання України категорії «А», рецензент «Innovative Marketing» (індексується SCOPUS, WoS та ін. 2017 р. – дотепер). https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/innovative-
--	--	--	--	--	--	--	--

								marketing#editorial-board
								2. Член редакційної колегії фахового видання України категорії «А», рецензент «Problems and Perspectives in Management» (2017 – 2025 рр.).
								3. Член редакційної колегії фахового видання України категорії «Б» «Економіка розвитку» (2022 р. – дотепер). https://ecdev.com.ua/uk/editorial-board
								4. Член редакційної колегії фахового видання України категорії «Б» «Актуальні проблеми економіки» (2026 р. – до тепер). https://economicscience.net/redaktsiina-kolehiia/
								5. Рецензент іноземного наукового видання «Applied System Innovation», "Systems", "Sustainability", "Applied system innovation" та ін. https://www.webofscience.com/wos/author/recor d/MZQ-6393- 2025 та ін.
								38.9
								1. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми “Маркетинг” у Рівненському державному гуманітарному університеті (2026 р.).
								2. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми “DATA-маркетинг та аналітика” у Національному університеті "Острозька академія" (2026 р.).
								3. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми “Промисловий менеджмент” у Запорізькому національному університеті (2025 р.).
								4. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки

							здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми “Маркетинг” у Полтавському державному аграрному університеті (2025 р.). 5. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти освітніх програм “Маркетинг” у Черкаському державному технологічному університеті (2025 р.). 6. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг освітньої програми «Маркетинг» в Національному університеті “Запорізька політехніка” (2024 р.). 7. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг освітньої програми «Маркетинг» в Уманському національному педагогічному університеті імені Павла Тичини (2023 р.). 8. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг освітніх програм «Маркетинг» та «Інтернет-маркетинг» в НУ «Львівська політехніка» (2023 р.). 9. Член Галузевої експертної ради 07 Управління та адміністрування Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (2019-2022 рр.). https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2022/06/%D0%93%D0%95%D0%A0-07.pdfhttps://naqa.gov.ua
--	--	--	--	--	--	--	---

a/wp-content/uploads/2020/01/%Do%9F%D1%80%Do%BE%D1%82%Do%BE%Do%BA%Do%BE%Do%BB_12_29.10.19.pdf 38.12

1. Біловодська О.А. Методи генерування ідей інновацій за формами організації діяльності. Стратегічні імперативи сучасного менеджменту : зб. матер. VI міжн. наук.-практ. конф. (м. Київ, 21 жовтня 2022 р.). Київ : КНЕУ, 2022. С. 196-199. URL : <https://ir.kneu.edu.ua/items/cd803bda-ocf8-4f53-9a03-0995dfb363d>

2. Біловодська О.А., Білуха М.А. Інноваційні технології управління дистрибуційними процесами. Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Суми, 06-07 червня 2023 р.). С. 233-236. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21193266>

3. Біловодська О.А. Порівняльний аналіз методів активізації творчого мислення для генерування ідей інновацій. Сучасні виклики розвитку менеджменту та маркетингу в умовах євроінтеграції: матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 16-17 травня 2024 р.). С. 243-246. URL: <https://drive.google.com/file/d/1uj-JTjIuxGFjg3jpa2Z8sNSlCcGxBdM6/view>

4. Біловодська О.А., Головаш М.А. Маркетинг у часи кризи: адаптація, інновації, розвиток в умовах цифрової трансформації. Сучасні тенденції розвитку економіки та обліку: наукові горизонти: зб. тез доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 27 березня 2025 р.). С.183-185. URL: <https://donntu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/07/zbirnyk-2025.pdf#page=182>

5. Біловодська О.А., Конобас К.Д. Інноваційні підходи до управління товарною політикою українських підприємств в умовах глобальних трансформацій та змін

							споживчої поведінки. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку: матер. VII міжн. наук-практ. Інтернет-конф. (м. Київ, 30 квітня 2026 р.). С. 344-346. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/33857/6/Conf_IMPER_30.04.26.pdf 6. Біловодська О.А., Конобас К.Д., Біловодський І.А. Інноваційні інструменти управління товарною політикою в діяльності цифрових платформ. Маркетингове забезпечення продуктового ринку : зб. тез XVIII міжнар. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 14 травня 2026 р.). С. 29-34. URL: https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/22364/tezyzbirnyk2026compressed.pdf https://repository.kpi.kharkov.ua/items/da668ced-b363-4f52-accc-cc258a7136ef 7. Біловодська О.А., Сізова В.В. Генеративний штучний інтелект як драйвер інноваційності та конкурентоспроможності підприємницьких структур. Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 27-28 травня 2026 р.). С. 306-308. URL: https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozidily/Nauko_vo_Doslidna_Chastyna/Docs/2026/1_Zbirnik_26_vipravlennii_obkl.pdf 8. Біловодська О.А. Тенденції управління репутацією компанії в цифровому середовищі. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матер. IV міжн. наук-практ. конф. (м. Дніпро, 26 квітня 2024 р.). С. 312-314. URL: https://h1.nu/1Egg6. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21224813 9. Біловодська О.А., Ткачук Ю.О. Вплив цифрових технологій на стратегії маркетингу. Інноваційна модернізація
--	--	--	--	--	--	--	--

							економіки України в умовах євроінтеграційних процесів : матер. VIII міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Кременчук, 27-28 листопада 2023 р.). С. 363-366. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21193647 та ін. 38.13 Обов'язкова фахова освітня компонента «Внутрішній маркетинг» (Internal Marketing) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг ОНП Маркетинг денної та заочної форм навчання 38.14 1. Член журі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт здобувачів закладів вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітніми рівнями бакалавр, магістр (Хмельницький національний університет, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2017-2018 рр., 2020-2025 рр.). 2. Член журі III Міжнародного конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями вищої освіти (м. Хмельницький Хмельницький національний університет, 2026 р.) 3. Член журі Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 051 «Економіка» (Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, 2023-2026 рр., https://krnukonkurs.kdu.edu.ua/guri.php). 4. Член журі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 076 Підприємництво та торгівля (за напрямками досліджень «Організація торгівлі», «Логістика», «Комерційна
--	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]

							керівник здобувачів вищої освіти, які перемогли у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2022/2023 н.р. (III місце, спеціальність 075 Маркетинг Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 38.19 1. Член професійного об'єднання ГО «Об'єднання маркетологів України» (з 2021 р. – дотепер, посвідчення №0145, №0399) 2. Член Української асоціації логістики (з 2020 р. – дотепер, сертифікат ЛА №00144) 3. Член професійного об'єднання ГО «Прогресильні» (з 2023 р. – дотепер, сертифікати №0232/23, №0363/24, №0637/25, №0093/26) Стажування та підвищення кваліфікації за 5 років: 1. Міжнародна онлайн-програма підвищення професійної кваліфікації «VIRTUAL EXCHANGE: FORMS AND TECHNOLOGIES» з 10 лютого 2026 року по 31 березня 2026 року (Україна-Північна Македонія, Київський національний університет технологій та дизайну, International Balkan University, 6 кр. ЄКТС, сертифікат As-26-520 від 31.03.2026 р.) 2. Міжнародна онлайн тренінгова програма “AI Mindset in Entrepreneurial Spaces” з 09 червня 2025 року по 18 липня 2025 року (Україна-Литва, Європейський інститут інновацій та технологій, Public Security Academy of the Mykolas Romeris University, Lithuania, 6 кр. ЄКТС, сертифікат TRAIN-2025-241 від 18.07.2025 р.) 3. Курс «Наука×III: нова парадигма» з 24 листопада 2025 року по 28 листопада 2025 р. (Україна, Український офіс дослідницької доброчесності та ГО «Прогресильні», 1 кр. ЄКТС, сертифікат НШІНП/25-0123) 4. Серія вебінарів та тренінгів «Віртуальні тури в
--	--	--	--	--	--	--	--

							освіті» з 11 листопада 2025 року по 20 листопада 2025 року (Україна-Німеччина, Ukrainian-German Digital Teaching Network, ГО «Прогресивні», 2 кр. ЄКТС, сертифікат 0605591804ОВ від 21.11.2025 р.) 5. Навчання за програмою вебінару «Академічна доброчесність: виклики, проблеми та перспективи» 20 березня 2025 р. (Україна, НУ «Запорізька політехніка», 0,5 кр. ЄКТС, сертифікат АР №5705/1293-25) 6. Курс «Великий курс про ІІІ в освіті» з 26 травня по 09 червня 2025 р. (Україна, ГО «Прогресивні» за підтримки Міністерства цифрової трансформації України та Міністерства освіти та науки України, 1,5 кр. ЄКТС, сертифікат ВКШО № 0277). 7. ДЗВО «Університет менеджменту освіти», Центральний інститут післядипломної освіти, 6 кр. ЄКТС (свідоцтво СП 35830447/2316-23) 8. Курс підвищення кваліфікації «Бренд науковця у цифровому світі», 1 кр. ЄКТС (сертифікат №1240) та ін.
99494	Лозова Ганна Матвіївна	доцент, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Київський державний торговельно-економічний університет, рік закінчення: 1999, спеціальність: , Диплом магістра, Національна академія державного управління при Президентові України, рік закінчення: 2020, спеціальність: 281 Публічне управління та адмініструванн я, Диплом кандидата наук ДК 019176, виданий 11.06.2003, Аттестат доцента 2ДЦ 021331, виданий 23.12.2008	23	ОК 1. Методологія та організація економічних наукових досліджень (з основами інтелектуальної власності)	38.1 1. Lozova G., Kushchinska O., Spasichenko O., Kanishchenko O. Intellectual capital as a factor of Ukraine's competitiveness in the conditions of war. Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет». 2023. Вип. 1. Т. 2. С. 139–150. DOI: https://doi.org/10.32434/2415-3974-2022-17-1-139-150 2. Лозова Г. М., Багрій І. П. Реформування національної системи правової охорони інтелектуальної власності України в контексті євроінтеграції. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2024. Випуск 1 (48). С. 111–121. DOI: https://doi.org/10.17721/tpre.2024.48.11 3. Лозова Г. М.,

							Клименко В. В. Географічні зазначення як каталізатор розвитку регіональних кластерів та модернізації логістики. Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко- технологічний університет». 2026. № 1. С. 130–138. DOI: http://dx.doi.org/10.32434/2415-3974-2026-23-1-130-138 4. Лозова Г. М., Клименко В. В., Башловка К. А. Еволюція теорії міграції в XIX-XXI столітті. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2025. Випуск 1 (50). С. 86– 101. DOI: https://doi.org/10.17721/tpre.2025.50.9zb50_09.pdf 5. Лозова Г. М., Клименко В. В., Панова Л. І. А. Подолання гендерної нерівності у сфері інтелектуальної власності в умовах євроінтеграції України. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2023. Випуск 2 (47). С. 106– 117. DOI: https://doi.org/10.17721/tpre.2023.47.1038.3 1. Методологія та організація економічних наукових досліджень (з основами інтелектуальної власності) : навч. посіб. / Т. Затонацька, Білоус Т.М., Герасименко О.О., Лозова Г.М. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2026. 297 с. (17 д.а.) 2. Маркетинг та управління інтелектуальною власністю: Навчально- методичний комплекс для студентів спеціальності «Право», освітньої програми «Інтелектуальна власність», освітнього рівня «Магістр»/ Упорядник Г.М. Лозова. – К.: ТОВ «ТРОПЕА», 2024. – 60 с. 3. Навчально- методичний комплекс з дисципліни Інтелектуальна власність у цифровій економіці: для студентів спеціальності «Право» освітньої програми «Інтелектуальна власність», ОС «Магістр», К.: ТОВ «НВП «Інтерсервіс»,
--	--	--	--	--	--	--	---

							2025. -64 с. 4. Лозова Г.М. Вплив мобінгу на відтворення та ефективність людського капіталу в умовах воєнної економіки.// Комплексний розвиток національної та світової економіки в умовах сучасних трансформацій: колективна монографія / Кол. авторів. Полтава: ПП "Астроя", 2026. 304 с. С.87-102. 5. Лозова Г.М., Кожолянко І.А. Розвиток цифрової грамотності працівників як складова цифрової трансформації.// Професійний розвиток працівників: сучасний стан та напрями вдосконалення у світлі концепції навчання протягом життя : монографія / за ред. В.В. Вірченка. - 2-ге вид. до 80-річчя Економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка. - Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. – 248 с.- С. 98-116. 6. Затонацька Т.Г., Лозова Г.М., Білоус Т.М., Герасименко О.О. «Методологія та організація наукових досліджень з основами інтелектуальної власності». Рекомендовано до друку вченою радою економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 11 від 18.04.2023 р.) 7. Підготовлено розділ «Теорія виробництва» в навчальному посібнику «Мікроекономіка»/ Мікроекономіка: підручник/ За заг.ред. А.І. Ігнатюк. Київ: Видавництво Ліра-К, 2023, 420 с. 38.4 1. «Методичні рекомендації до написання та захисту курсової роботи з дисципліни «Інтелектуальна власність» для студентів 3 курсу освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 051 «Економіка» освітньої програми «Економіка та економічна політика» / Упорядники В.В. Вірченко, О.В. Красота, Г.М. Лозова, Н.В.
--	--	--	--	--	--	--	--

Савчук. – Київ : ЦП
«Компринт», 2022. – 34
с.

2. Ринок інтелектуальної власності: Навчально-методичний комплекс для студентів спеціальності «Економіка», освітньої програми «Економіка та економічна політика», освітнього рівня «Бакалавр»/ Упорядник Г.М. Лозова. – К.: ТОВ «ТРОПЕА», 2023. – 58 с.

3. Маркетинг та управління інтелектуальною власністю: Навчально-методичний комплекс для студентів спеціальності «Право», освітньої програми «Інтелектуальна власність», освітнього рівня «Магістр»/ Упорядник Г.М. Лозова. – К.: ТОВ «ТРОПЕА», 2024. – 60 с.

4. Економічна історія та історія економічної думки України: Навчально-методичний комплекс «Економічна історія та історія економічної думки України» для студентів економічних спеціальностей освітнього рівня «Бакалавр» / Упорядники А.О.Маслов, І.В. Назаров, Г.М.Лозова. К.: ТОВ «ТРОПЕА», 2024. 90 с.

38.10
1. Міжнародний проект
« Export consultant
development program»,
що проводився
Marketing Institute,
Estonia;
Entrepreneurship and
Export promotion office,
Ukraine. Отримала
сертифікат № 108789,
31.08.2022 р.

2. Міжнародний тренінгово-консультаційний курс «Стале та стійке підприємництво» (SURE), що здійснювалася в межах програми міжнародної допомоги «EU4Business конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП»² що співфінансується Європейським Союзом та урядом Німеччини через німецьку урядову компанію Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Навчальний курс розроблено

							Міжнародною організацією праці (МОП) та німецькою урядовою компанією Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Термін навчання: жовтень-листопад 2022 р. 38.12 1. Лозова Г.М. Використання географічних зазначень для розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Зелений бізнес: життя заради майбутнього: Матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених / за ред.Г.І.Купалової. К. ЦП Компринт, 2026. 188 с. С. 21–24 (тези конференції) 2. Lozova H. Evolution of the intellectual property paradigm in the era of digital challenges. Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management : Proceedings of international scientific and pedagogical internship (February 16 –March 29, 2026, Riga, Latvia). Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2026. 346 p. 3. Лозова Ганна, Клименко Вікторія, Кожолянко Ігор. Регіональна трансформація ринку транспортно-логістичних послуг України в період воєнної агресії//Конкурентоспроможність національної економіки: матеріали XX Міжнародної науково-практичної конференції/ за заг. ред. проф. Г.М. Филук : Київ, 2022. 231 с. С.124-129. 4. Лозова Г.М. Мисник Н.Р. Захист прав інтелектуальної власності та боротьба із фальсифікованими лікарськими засобами в Україні// Законодавство України у сфері інтелектуальної власності та його правозастосування: національні, європейські та міжнародні виміри: матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених та студентів з проблем інтелектуальної
--	--	--	--	--	--	--	---

[illegible]

							матеріали III Міжнародного форуму / за заг. ред. проф. А. І. Ігнатюк : Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. Міжнародний форум EFVM 3.0 «Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління. ВІД ВІДНОВЛЕННЯ ДО ЗРОСТАННЯ». – 1125 с. Дослідницька секція «Парадигмальні зрушення в економічній теорії XXI ст.». 198 с.- С.93-96. 9. Лозова Г.М., Панова Л.І.А. Аналіз соціально-економічних бар'єрів для розвитку жінок у сфері прав інтелектуальної власності в Україні // Законодавство України у сфері інтелектуальної власності та його правозастосування: національні, європейські та міжнародні виміри: матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених та студентів з проблем інтелектуальної власності (12.10.2023, м.Київ) : ел. збірник / КНУ імені Т. Шевченка, НДІ інтелектуальної власності НАПрН України, УКРНОІВІ. Київ, 2023. 265 с. -С.77-81 10. Лозова Г., Клименко В. Страхування прав інтелектуальної власності як механізм захисту інновацій у транспортному секторі // Фінансовий бізнес: стійкість, інклюзивність і соціальна відповідальність: збірник тез доповідей XV Міжнародної науково-практичної конференції Грудневі читання. За заг. ред. Н.В. Приказюк. Київ, 2024. Вип. XV. 202с. С.92-94. 38.13 1. Викладає дисципліни «Методологія та організація політико-економічних наукових досліджень I Methodology and Organization of Political and Economic Research», «Commercialization of Intellectual Property Rights» англійською мовою. 2. Розробила іноземною мовою навчально-методичне забезпечення дисципліни «Commercialization of Intellectual Property
--	--	--	--	--	--	--	---

							Rights» (робочу програму дисципліни, матеріали лекцій, презентацій, тести та контрольні роботи). 3. Читала англійською мовою дисципліну «Commercialization of Intellectual Property Rights» (лекції та семінари) для студентів 4 курсу, бакалаврів, спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», освітньої програми «Торгівля, логістика та екологічне підприємництво» 4. Розроблено англомовну вибіркову дисципліну «INTANGIBLE ASSETS OF A BUSINESS ORGANIZATION», PART 1 «MODULE COMMERCIALIZATION OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS», 051 Economics, Bachelor, Education program «Business Economics» та методичне забезпечення до неї (робочу програму дисципліни, матеріали лекцій, презентацій, тести та контрольні роботи). 38.14 1.Здійснювала керівництво науковою роботою студентки Сушло Тетяни, 3 курс бакалаврату, ОП ЕЕП, що брала участь у 1 турі конкурсу студентського наукових робіт по спеціалізації «Інтелектуальна власність», що проводила кафедра економічної теорії, макро- і мікроекономіки 23 березня 2023 року. Студентка посіла 3 місце на конкурсі. 2. Здійснювала керівництво науковою роботою студентки Дерев'янчук Катерини, 3 курс бакалаврату, ОП ЕЕП, що брала участь у 1 турі конкурсу студентського наукових робіт по спеціалізації «Інтелектуальна власність», що проводила кафедра економічної теорії, макро- і мікроекономіки 23 березня 2023 року. Студентка посіла 3 місце на конкурсі 3. Здійснювала керівництво науковою роботою студентки Кульчицької Вероніки, 3 курс бакалаврату, ОП ЕЕП, що брала участь у 1 турі конкурсу студентського наукових
--	--	--	--	--	--	--	--

							робіт по спеціалізації «Інтелектуальна власність», що проводила кафедра економічної теорії, макро- і мікроекономіки 20 лютого 2026 року. Студентка посіла 2 місце на конкурсі. 38.19 1. Член професійного об'єднання ГО «Об'єднання маркетологів України» Стажування та підвищення кваліфікації за останні 5 років: 1. Міжнародне науково-педагогічне стажування «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління» з 16 лютого 2026 року по 29 березня 2026 року (Латвія-Україна, Балтійський науково-дослідний інститут трансформації економічного простору, Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 6 кр. ЄКТС / 180 год, сертифікат від 29.03.2026 р.) 2. Курс підвищення кваліфікації та розвитку педагогічних компетентностей викладачів у лютому 2022 року (Україна, Центр соціального розвитку КНУ імені Тараса Шевченка, UGEN, SoftServe, Coca-Cola HBC, Genesis, Sigma Software, Yalantis, 0,5 кр. ЄКТС / 15 год, сертифікат № 156-22 від 07.02.2022 р.) 3. Курс для викладачів та координаторів курсу «Створення та розвиток ІТ-продукту» у липні 2022 року (Україна, 1 кр. ЄКТС / 30 год, сертифікат від 29.07.2022 р.) 4. Курс підвищення кваліфікації та розвитку педагогічних компетентностей викладачів «KNU Educators' week by Genesis» у серпні 2022 року (Україна, КНУ імені Тараса Шевченка, Genesis, 1 кр. ЄКТС / 30 год, сертифікат від 05.08.2022 р.) 5. Проєкт із розвитку співпраці бізнесу та освіти «Uni-Biz Bridge: soft skills» у листопаді 2022 року (Україна, UGEN, сертифікат № 555 від 22.11.2022 р.) 6. Програма розвитку експортних
--	--	--	--	--	--	--	---

							консультантів «Export consultant development program» у серпні 2022 року (Естонія-Україна, Marketing Institute, Офіс з розвитку підприємництва та експорту, 13,5 кр. ЄКТС / 404 год, сертифікат № 108789 від 31.08.2022 р.) 7. Тренінгово-консультаційний курс «Стале та стійке підприємництво» (SURE) у жовтні–листопаді 2022 року (Німеччина-Україна, програма EU4Business, Міжнародна організація праці, GIZ GmbH) 8. Курс підвищення кваліфікації «Штучний інтелект: майбутнє освіти» у листопаді 2024 року (Україна, 1 кр. ЄКТС / 30 год, сертифікат ШІ 1072 від 23.11.2024 р.) 9. Тренінг «Бюджетування та звітність у грантових проєктах» у лютому 2024 року (Україна, Фонд Східна Європа, проєкт «Фенікс» за фінансової підтримки ЄС, сертифікат) 10. Тренінг «Гендерний аналіз як інструмент гендерної політики» у лютому 2024 року (Україна, проєкт «Мережа гендерних аналітичних центрів», сертифікат) 11. Воркшоп «Фандрейзинг: як знайти ресурси для соціальної ідеї» в межах модуля програми Erasmus+ Jean Monnet 09 квітня 2024 року (Україна, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», 0,3 кр. ЄКТС / 8 год, сертифікат № 101047780/99-2024 від 09.04.2024 р.) 12. Міжнародна зимова школа Жана Моне «Менеджмент академічних проєктів та ефективна комунікація» у січні 2024 року (Україна, Національний університет харчових технологій, 0,8 кр. ЄКТС / 24 год, сертифікат JM 169-2023D від 22.01.2024 р.) 13. Програма підвищення кваліфікації «Етико-психологічне забезпечення реалізації куратором ЗВО завдань освітньо-професійної соціалізації та патріотичного виховання студентів» у
--	--	--	--	--	--	--	--

							січні 2024 року (Україна, КНУ імені Тараса Шевченка, 1 кр. ЄКТС / 30 год, сертифікат KU 02070944/000095-24 від 22.01.2024 р.) 14. Програма підвищення кваліфікації «Практика підтримки ментального здоров'я» з 25 по 27 листопада 2024 року (Україна, КНУ імені Тараса Шевченка, 0,5 кр. ЄКТС / 15 год, сертифікат № KU 02070944/001691-24 від 27.11.2024 р.) 15. Програма підвищення кваліфікації «Резильєнтність: навички стресостійкості в житті сучасної людини» 12 грудня 2024 року (Україна, КНУ імені Тараса Шевченка, 0,5 кр. ЄКТС / 15 год, сертифікат № KU 02070944/002124-24 від 12.12.2024 р.) 16. Літня школа «Європейська зелена політика та сталі фінанси: адаптація випускників українських університетів для роботи на ринку праці в умовах переходу до сталого економіки» у червні 2024 року (Україна, 1 кр. ЄКТС / 30 год, сертифікат GreenFinEDU-2024-3- 104 від 25.06.2024 р.) 17. Літня школа «Політика ЄС щодо соціальної економіки: зайнятість, соціальні питання, інклюзивне підприємництво» у червні 2024 року (Україна, Академія праці, соціальних відносин і туризму, 1 кр. ЄКТС / 30 год, сертифікат ECONOMY4ALL-2024- 3-099 від 25.06.2024 р.) 18. Літня школа «EU AntiCor: Антикорупційна політика ЄС, уроки для України» 14 червня 2024 року (Україна, Державний торговельно- економічний університет, 0,7 кр. ЄКТС / 20 год, сертифікат EU-AC- 2024-SC-61 від 14.06.2024 р.) 19. Міжнародна зимова школа Жана Моне та курс підвищення кваліфікації «Менеджмент академічних проєктів та ефективна комунікація-2025» 17 січня 2025 року
--	--	--	--	--	--	--	---

							(Україна, Національний університет харчових технологій, 0,8 кр. ЄКТС / 24 год, сертифікат JM 251-2025 J від 17.01.2025 р.) 20. Програма підвищення кваліфікації «Етико-психологічне забезпечення реалізації куратором ЗВО завдань освітньо-професійної соціалізації та патріотичного виховання студентів» у січні 2024 року (Україна, КНУ імені Тараса Шевченка, 1 кр. ЄКТС / 30 год, сертифікат KU 02070944/000095-24 від 22.01.2024 р.)
56510	Баюра Дмитро Олександрович	Професор, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Київський університет ім. Тараса Шевченка, рік закінчення: 1992, спеціальність: географія, Диплом доктора наук ДД 008978, виданий 22.12.2010, Диплом кандидата наук КН 013407, виданий 26.02.1997, Атестат доцента 02ДЦ 011434, виданий 16.02.2006, Атестат професора 12ПР 009916, виданий 31.10.2014	28	ОК 15. Соціальна відповідальність бізнесу	38.1 1. Kaminskyi A., Baiura D., Nehrey M. ESG investing strategy through COVID-19 turmoil: ETF-based comparative analysis of risk-return correspondence. Intellectual Economics. 2022. Vol. 16, No. 2. P. 5–23. DOI: https://doi.org/10.13165/IE-22-16-2-06 2. Баюра Д. О., Мамій К. В. Корпоративна соціальна відповідальність як складова сучасних бізнес-моделей компаній. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2024. Вип. 1 (48). С. 9–17. DOI: https://doi.org/10.17721/tpe.2024.48.2 3. Baiura D., Tsybulskiy D. Strategic partnership between government and high-tech enterprises: experience and prospects. Theoretical and Applied Issues of Economics. 2025. Vol. 1 (50). P. 18–26. DOI: https://doi.org/10.17721/tpe.2025.50.2 4. Baiura D., Tsybulskiy D. Fuzzy cognitive maps for high-tech companies' resilience modeling. Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics. 2026. № 1 (228). P. 14–18. URL: https://econom.bulletin.knu.ua/en/issue/view/756/632 5. Баюра Д., Шморгуненко В. Роль лідерства в управлінні організаційними змінами під час війни: стратегії мотивації та прийняття рішень в кризових умовах. Ефективна економіка. 2026. № 1. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/

							КНУ імені Тараса Шевченка, 2025 р. Заочна форма навчання. 2. Баюра Д.О. Політика ІРО: навчально-методичний комплекс для студентів освітнього ступеня «магістр» економічних спеціальностей. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2025. 35 с. (2,5 др. арк.). 3. Баюра Д.О. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з дисципліни «Корпоративне управління» для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності 051 «Економіка» освітньо-професійної програми «Економіка бізнесу» / уклад. Д.О. Баюра, Т.В. Кравченко. Київ, 2022. 24 с. 4. Баюра Д.О. Корпоративне управління: Навч. посіб. – К.: ТОВ «Дейлі принт», 2019, - 320 с. 5. Професійна та корпоративна етика : навч. посіб. / В. Г. Нападиста, О. В. Шинкаренко, М. М. Рогожа, Д. О. Баюра та ін. ; за наук. ред. В. І. Панченко. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2019. 368 с. 6. Методичні рекомендації щодо оцінки ефективності заходів корпоративної соціальної відповідальності/ Global Compact Network Ukraine. Київ, 2013. 22 с. (у співавторстві робочої групи). Представництво ООН в Україні/ Ініціатива Глобального договору ООН. 38.6 Науковий керівник аспіранта (Вергелеса Вадима Владиславовича), що подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка» з галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», тема дисертаційного дослідження: «Стратегії розвитку бізнесу в угодах злиття та поглинання», 2026 р. 38.7 1. Рецензент дисертаційної роботи Лейфури Миколи Валентиновича на тему «Економіко-математичне моделювання вартості
--	--	--	--	--	--	--	--

							компаній у процесі злиттів та поглинання з урахуванням ESG-факторів», поданої на здобуття ступеня доктора філософії у галузі знань 05 за спеціальністю 051 «Економіка» (м.Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 1.06.2026). URL: https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=336463 2. Рецензент дисертаційної роботи Панасюк Юлії Мирославівни на тему «Маркетингове консультування в умовах прийняття гнучких екстрених рішень», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» (м. Київ, кафедра маркетингу і бізнес-адміністрування, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 05.09. 2026). URL: https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=336587 3. Постійна участь в якості рецензента у роботі Спеціалізованої Вченої ради Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана. 38.8 1. Головний редактор фахового Збірника наукових праць «Теоретичні та прикладні питання економіки», Київський національний університет імені Тараса Шевченка (з 2024 р. - дотепер). 2. Член редакційних колегій наукових фахових видань: «Економічний вісник НТУУ «КПІ» (з 2012 по 2026 р.), «Підприємництво та інновації» Міжнародного університету фінансів (з 2012 р. по 01.07.2026 р.). 38.10 Експерт Звіту міжнародного проєкту «Бачення циркулярного майбутнього України» (Проект ЄС «Прямуємо разом», 13.01.2024). URL: http://www.recpc.org/wp-content/uploads/2024/03/EU4E-Agenda-CE-foresight-Report-3-Future-Visions-Ukr.pdf. 38.14
--	--	--	--	--	--	--	---

							Науковий керівник здобувача вищої освіти (Шевчук Андрій), який переміг у першому турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт 2024/2025 н.р., спеціальність «Економіка бізнесу» (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 29 травня 2025 р). 38.19 Член Громадської спілки «Українське об'єднання ринків капіталу» (UCMA) з 25 лютого 2021 р - дотепер. Стажування та підвищення кваліфікації за 5 років: 1.Учасник проєкту з розвитку співпраці бізнесу та освіти «Uni-Biz Bridge: Вектор практики» від UGEN (16-20.02.2026, 10 акад. год, 0,3 кр. ЄКТС, сертифікат №911). 2.Учасник проєкту «Innovating Education: взаємодія держави та IT-бізнесу» (Україна, Genesis, 6 акад. год., 0,2 кр. ЄКТС, сертифікат від 3 червня 2023 р.). 3. Учасник проєкту з розвитку співпраці бізнесу та освіти «Uni-Biz Bridge: Адаптивність та гнучкість викладача» від UGEN (29-31.08.2023, 8 год, сертифікат №359). 4. Стажування за програмою «Особливості розроблення та змістового наповнення навчальних програм вибіркових дисциплін, що забезпечують формування міжкультурної свідомості та компетентностей здобувачів вищої освіти» (Науково-методичний центр вищої та фахової освіти МОН України, 20–21 грудня 2022 р., 0,2 кр. ЄКТС, сертифікат СС 38282994/5088-22).
343594	Герасименко Оксана Олександрівна	доцент, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Київський інститут народного господарства, рік закінчення: 1987, спеціальність: Економіка праці, Диплом кандидата наук ДК 021204,	33	ОК 12. Управління персоналом	38.1. 1. Герасименко О. О., Павлощук О. О. Технології внутрішнього рекрутингу в міжнародних логістичних компаніях: стратегічні доміанти нової реальності. Наукові перспективи. 2022. № 4 (22). С. 112-122. DOI:

виданий
10.12.2003,
Атестат доцента
12ДЦ 017990,
виданий
24.10.2007

[https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-4\(22\)-112-122](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-4(22)-112-122).
2. Колот А. М., Герасименко О. О. Новітні формати організації трудової діяльності: природа, виклики, траєкторії розвитку. Економіка України. 2022. № 5 (726). С. 59-76. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.05.059>.
3. Колот А.М., Герасименко О.О. Темпоральні імперативи соціально-трудоного розвитку першої половини ХХІ століття. Економіка України. 2022. №11(732). С. 3-25. DOI: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.11.003>.
4. Колот А. М., Герасименко О. О. Темпоральність в координатах соціально-трудоного розвитку: природа та драйвери трансформації. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2022. С. 12-21. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2022/220-3/2>.
5. Колот А. М., Герасименко О. О. До філософії моральної економіки: концептологія людиноцентричності. Демографія та соціальна економіка. 2022. Частина I. № 3 (49). С. 65-88. 1,8 д.а./0,9 д.а.; Частина II. № 4 (50). С. 90-117. DOI: <https://doi.org/10.15407/dse2022.03.065>.
6. Колот А.М., Герасименко О.О. Модель зайнятості-ХХІ: трансформаційні ефекти цифровізації. Економіка та підприємництво. 2022. С. 124-148. DOI: 10.33111/EE.2022.49.KolotA_HerasymenkoO. URL: <https://ee.kneu.ua/archive/2022/49.11>.
7. Колот А. М., Герасименко О. О., Шатарська І. Ф. Оптимізація зайнятості в умовах цифровізації як форсайт-інструмент стратегічного планування розвитку робочих місць: сценарії для економіки України. Вчені записки. 2022. Випуск 29 (4). С. 6-26. DOI: 10.33111/vz_kneu.29.22.

04.00.001.006. URL: [https://vz.kneu.ua/archive/2022/29\(4\).01](https://vz.kneu.ua/archive/2022/29(4).01).

8. Герасименко О. О., Потапенко А. В. Домінанти мотивації персоналу в контексті трансформацій ринку праці України в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство [Електронний журнал]. 2023. Випуск 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-4>. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2350/2271>.

9. Затонацька Т., Герасименко О. Організаційне навчання як інструмент забезпечення компетентності персоналу: аспект ефективності. Modeling the development of the economic systems [Електронний журнал]. 2023. № 1. С. 169-174. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-24>. URL: <https://mdes.khmn.edu.ua/index.php/mdes/article/view/168>

10. Anatolii Kolot, Oksana Herasymenko, Anna Shevchenko, Ivan Ryabokon. Employment in the coordinates of digital economy: current trends and foresight trajectories. Neuro-Fuzzy Modeling Techniques in Economics. 2022. Vol. 11. P. 78-123. DOI: <http://doi.org/10.33111/nfmte.2022.078> (Scopus).

11. Колот А., Герасименко О., Шевченко А. Нові виклики для теорії та практики людського капіталу в умовах становлення «Індустрії 4.0»: компетентнісний аспект. Економіка та суспільство. 2023. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-8>.

12. Колот А. М., Герасименко О. О., Шевченко А. С., Бабій Ю. М. Екосистема людських ресурсів організацій як концептологія та прикладна платформа людиноцентризму. Проблеми економіки. 2023. №3. С. 282–294. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-3-282-294>.

13. Колот А. М., Герасименко О. О. Некономічні детермінанти

соціально-трудового розвитку-XXI. Соціально-трудо́ві відносини: теорія і практика. 2023. № 3. С. 14-28. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/slrrp.13\(1\).2023.02](http://dx.doi.org/10.21511/slrrp.13(1).2023.02). URL: <https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/social-and-labour-relations-theory-and-practice/issue-441/non-economic-determinants-of-social-and-labor-development-21st>.

14. Колот А. М., Герасименко О. О., Шевченко А. С. Екосистемність як новітній формат розвитку бренду роботодавця. Сталий розвиток економіки. 2024. № 1(48). С. 29-40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-48-4>.

15. Герасименко О. О., Степанюк Т. В. Цифровізація управління в організаціях: процес, інструменти, модель імплементації у практику. Наукові перспективи. 2024. № 1(43). С. 405-417. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-1\(43\)-405-417](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-1(43)-405-417).

16. Герасименко О. О., Демченко А. С. Компетентності сучасних менеджерів: дефініція, дизайн моделі, інструментарій удосконалення. Економіка та суспільство [Електронний журнал]. 2024. Випуск 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-101>.

17. Iryna Mazur, Alona Tiurina, Liliia Honchar, Oksana Herasymenko, Mykhailo Goncharenko. Tendencies and structural changes in entrepreneurship in Ukraine under war conditions. International Journal for Quality Research. 2024. Vol. 18, № 1. P. 299-314. DOI: <http://doi.org/10.24874/IJQR18.01-19> (Scopus).

18. Герасименко О. О. Соціальна відповідальність як інструмент менеджменту: домінанти в умовах воєнного стану в Україні. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2024. № 2 (225). С. 5-14. DOI:

<https://doi.org/10.17721/1728-2667.2024/225-2/119>. Герасименко О. О. Корпоративна культура в системі бренду роботодавця: квінтесенція, функціонал, складові. Бізнес-навігатор. 2025. Вип. 1(78). С. 291-296. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.78-48>.

20. Герасименко О. О. Стратегія управління персоналом: людиноцентричні практики в умовах воєнного стану в Україні. Наукові перспективи. 2025. № 4 (58). С. 507–519. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-4\(58\)-507-519](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-4(58)-507-519).

21. Герасименко О. О. Професійна кваліфікація «менеджер проєктів» у фокусі ринку праці. Бізнес-навігатор. 2026. Випуск 2(85). С. 534-539. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.85-83>.

22. Герасименко О. О. Самоменеджмент кар'єрного розвитку: організаційно-методичний інструментарій. Modern Economics. 2026. № 57. С. 32-40. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V57\(2026\)-0438.3](https://doi.org/10.31521/modecon.V57(2026)-0438.3).

1. Затонацька Т.Г., Білоус Т.М., Герасименко О.О., Лозова Г.М. Методологія та організація економічних наукових досліджень (з основами інтелектуальної власності): навч. посіб. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2026. 297 с. ISBN 978-966-933-433-6. URL: <https://ir.library.knu.ua/server/api/core/bitstreams/e4bae9b2-23b8-4611-a987-bf6082f5c8be/content>

38.4.

1. Герасименко О.О. Менеджмент персоналу. Практикум. Київ: 7БЦ, 2023. 200 с.

2. Ситницький М.В., Кухта П.В., Горбась І.М., Фірсова С.Г., Приймак В.М., Герасименко О.О. Методичні рекомендації до виконання, оформлення та захисту кваліфікаційної роботи магістра для студентів заочної форми навчання спеціальності

							073 «Менеджмент», освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій і адміністрування». Київ: Видавництво «Наукова столиця», 2023. 59 с. 3. Білорус Т.В., Герасименко О.О., Приймак В.М. Методичні рекомендації до виконання, оформлення і захисту курсової роботи з навчальної дисципліни «Управління персоналом» для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент організацій». Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2024. 37 с. URL: https://ir.library.knu.ua/handle/15071834/5053 4. Методичні рекомендації щодо організації та проведення переддипломної практики для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» спеціальності D3 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій» / Фірсова С.Г., Герасименко О.О., Оліх Л. А., Приймак В.М. Київ. 2026. 48 с. 38.7 1. Член разової спеціалізованої вченої ради (рецензент) із захисту дисертації Павленко Надії Михайлівни на тему: «Організаційне навчання персоналу IT-підприємств в умовах становлення «Індустрії 4.0»» (15.09.2023 р.). 2. Член разової спеціалізованої вченої ради (рецензент) із захисту дисертації Сичової Анастасії Олексіївни на тему: «Стратегічне управління брендом роботодавця» (09.05.2024 р.). 38.8. 1. Рецензент видання «Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка» (рецензент 2026 р.). 2. Член редакційної колегії видання «Соціально-трудові відносини: теорія та практика», Київ: КНЕУ (2021-2025 pp.).
--	--	--	--	--	--	--	---

38.10.
Участь у науковому дослідженні в межах українсько-швейцарського проєкту «Удосконалення пошуку роботи та професійного добору в умовах турбулентності ринку праці в Україні» (Jobs for You in Ukraine, J4UA). 2026. Сертифікат № 225092-2026-R-001

38.12.
1. Herasymenko O. O. Managemerial technologies for personnel optimization in unstoppable ecosystems. Modern Science: Innovations and Prospects. Proceedings of the 12th International Scientific and Practical Conference (Stockholm, 2022). Stockholm: SSPG Publish. P. 195–200. URL: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/08/MODERN-SCIENCE-INNOVATIONS-AND-PROSPECTS-21-23.08.22.pdf>.

2. Kolot A., Herasymenko O., Shevchenko A. Gig economy as a form of modern work practices: scientific discourse and practical aspects. Věda a perspektivy. 2023. № 2 (21). Pp. 9-23. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-2\(21\)-9-23](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-2(21)-9-23).

3. Herasymenko O. Traditional approaches and innovative metrics for measuring management efficiency. The VI International Scientific and Practical Conference «Modern ways of solving the problems of science in the world» (Warsaw, Poland, 13-15 February 2023). P. 153-156. URL: <http://repositc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/17043/1/MODERN-WAYS-OF-SOLVING-THE-PROBLEMS-OF-SCIENCE-IN-THE-WORLD.pdf>.

4. Herasymenko O. The future of labor market under conditions of digitalization: scientific discourse and expert assessments. European scientific congress. Proceedings of the 1st International scientific and practical conference (Madrid, Spain, 2023). Barca Academy Publishing, 2023. P. 387-392. URL: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/EUROPEAN-SCIENTIFIC->

								CONGRESS-20-22.02.23.pdf. 5. Herasymenko O., Potapenko A. Motivating as a priority of enterprise's personnel strategy under conditions of economic and political turmoil. The VII International Scientific and Practical Conference «Science, trends and modern methods of solving problems» (Lisbon, Portugal, 20-22 February 2023). P. 132-136. URL: https://eu-conf.com/ua/events/science-trends-and-modern-methods-of-solvingproblems/ 6. Herasymenko O. Organizational management structures: transformation determinants and development trajectories. The 6th International scientific and practical conference «Scientific progress: innovations, achievements and prospects» (Munich, Germany, 6-8 March 2023). MDPC Publishing, 2023. P. 303-309. URL: https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2023/03/SCIENTIFIC-PROGRESS-INNOVATIONS-ACHIEVEMENTS-AND-PROSPECTS-6-8.03.23.pdf. 7. Герасименко О.О. Компетентність менеджера: методи формування та інструменти діагностики на етапі вищої освіти. Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management: Proceedings of scientific and pedagogical internship (Riga, Latvia, February 13 – March 26, 2023). «Baltija Publishing», 2023. C. 75-77. 8. Herasymenko O. Competency-based approach to personnel management as a format for effective talent decisions. The 7th International scientific and practical conference «Science and innovation of modern world» (London, United Kingdom, 23-25 March 2023). Cognum Publishing House. P. 646-651. URL: https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2023/03/SCIENCE-AND-INNOVATION-OF-MODERN-WORLD-23-
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							25.03.23.pdf. 9. Герасименко О.О., Зиненко А.О., Моїсеєнко Д.О., Мохонько Д.В. Формула ефективного менеджменту: погляд через призму типології керівників. The 8th International scientific and practical conference «Scientific progress: innovations, achievements and prospects» (Munich, Germany, 1-3 May 2023). MDPC Publishing. С. 355-361. URL: https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2023/05/SCIENTIFIC-PROGRESS-INNOVATIONS-ACHIEVEMENTS-AND-PROSPECTS-1-3.05.23.pdf. 10. Герасименко О. О. Екосистемний підхід в управлінні людськими ресурсами організацій: концептуальні засади та механізм забезпечення. The 4th International scientific and practical conference «Contemporary challenges of society and ways to overcome them» (Tallinn, Estonia, January 30 - February 02, 2024). International Science Group. С. 118- 120. URL: https://isg-konf.com/uk/contemporary-challenges-of-society-and-ways-to-overcome-them/?utm_source=eSputnik-promo&utm_medium=email&utm_campaign=UA-Sbornik_materialov_konferencii_dostupen&utm_content=1056460363 та ін. 38.14 1. Науковий керівник здобувача вищої освіти (Потапенко Анни Вікторівни), яка зайняла призове місце (диплом 1 ступеню) у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт з «Управління персоналом і економіки праці» (спец. «Менеджмент», Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2022 р.); 2. Науковий керівник здобувача вищої освіти (Степанюк Тетяни Володимирівни), яка зайняла перше місце на І етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у
--	--	--	--	--	--	--	--

							2023/2024 навчальному році зі спеціалізації «Менеджмент інвестиційної та інноваційної діяльності» (спец. «Менеджмент», Київський національний університет імені Тараса Шевченка); 3. Робота у складі організаційного комітету та журі Всеукраїнської студентської олімпіади у 2023/2024 навчальному році зі спеціалізації «Менеджмент організацій і адміністрування» (Київський національний університет імені Тараса Шевченка); 4. Науковий керівник здобувача вищої освіти (Гришина Андрія Михайловича), який зайняв перше місце на I етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2025/2026 навчальному році зі спеціалізації «Менеджмент інвестиційної та інноваційної діяльності» (спец. «Менеджмент», Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 38.19. 1. Член громадської організації «Центр українсько-європейського наукового співробітництва» (з 2023 р. - дотепер, свідоцтво № 1231412). URL: https://cuesc.org.ua/dijs-ni-chleni/; 2. Член громадської організації «Міжнародна фундація науковців та освітян» (з 2023 р. - дотепер, свідоцтво № ES1471). Стажування та підвищення кваліфікації за 5 років: 1. Курс підвищення кваліфікації та розвитку педагогічних компетентностей викладачів (HR-бренд агенція UGEN та Центр соціального розвитку КНУ імені Тараса Шевченка за підтримки SoftServe, Coca-Cola HBC, Genesis, Sigma Software, Yalantis, 0,5 кр.ЄКТС, сертифікат № 43-22 від 07.02.2022 р.);
--	--	--	--	--	--	--	---

							2. Науково-педагогічне стажування «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління» (Балтійський науково-дослідний інститут проблем трансформації економічного простору, 13 лютого – 26 березня 2023 р., 6 кр. ЄКТС, сертифікат № С 20230327); 3. Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації за програмою «Технології доброчесного використання штучного інтелекту у сфері освіти та науки» (Полтавський державний аграрний університет, Центр українсько-європейського наукового співробітництва, 31 липня – 10 вересня 2023 р., 6 кр. ЄКТС (180 годин), свідоцтво № ADV-310726-PSAU від 10.09.2023); 4. Міжнародне підвищення кваліфікації (вебінар) «Трансфер освітніх технологій в країнах Європейського Союзу та Україні» (Науково-дослідний Інститут Люблінського науково-технологічного парку, Міжнародна фундація науковців та освітян (IESF). м. Люблін, Республіка Польща, 24-31 липня 2023 р., 1,5 кр. ЄКТС (45 годин), сертифікат ES №15097 від 31.07.2023); 5) Міжнародне дистанційне науково-педагогічне стажування «Управління науковими та освітніми проектами: міжнародний досвід» (Венеціанський університет Ка Фоскарі, Венеція, Італія, Міжнародна фундація науковців та освітян (IESF), 16 жовтня – 16 грудня 2023 р., 6 кр. ЄКТС (180 годин), сертифікат ES №17603 від 16.12.2023); 6) Вебінар на тему: «Освіта дорослих: досвід країн Європейського Союзу та України» (Науково-дослідний інститут Люблінського науково-технологічного парку та Міжнародна фундація науковців та освітян IESF, 06.07.2024–15.08.2024, 1,5 кр. ЄКТС
--	--	--	--	--	--	--	---

							(45 годин), сертифікат ES № 20687 від 15.08.2024 р.). 7) Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації «Формування професійної компетентності викладачів закладів вищої освіти в контексті сучасних суспільних викликів» (Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка та Центр українсько-європейського наукового співробітництва, 30 грудня – 9 лютого 2025 р., 6 кр. ЄКТС (180 годин), Свідоцтво про підвищення кваліфікації № ADV-301218-PSI від 09.02.2025). 8) Науково-педагогічне стажування на тему: «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління»(Балтійський науково-дослідний інститут проблем трансформації економічного простору, м. Рига, Латвійська Республіка, 10 листопада – 21 грудня 2025 р., 6 кредитів ЄКТС (180 годин), Наказ від 19.11.2025 р. № 2286-36, сертифікат Serija C 20251212). 9) Проєкт з розвитку співпраці бізнесу та освіти «Uni-Biz Bridge: вектор практики» від UGEN (16.02.2026 – 20.02.2026, 10 годин, сертифікат №797). 10) Міжнародне дистанційне науково-педагогічне підвищення кваліфікації на тему: «Використання можливостей штучного інтелекту при підготовці здобувачів вищої освіти: міжнародний досвід» (Міжнародна фундація науковців та освітян (Україна) та Інститут справ адміністрації публічної (ISAP, Польща), 17 березня 2026 р – 26 березня 2026 р., 1,5 кр. ЄКТС (45 годин), сертифікат ESN№25775).
49408	Затонацька Тетяна Георгіївна	професор, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Київський національний університет	31	ОК 4. Електронна комерція	38.1 1. Zatonatska T., Farenjuk Y., Juscus V., Martinkiene Ju., Maksymchuk O. The

				імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 1992, спеціальність: математика, Диплом доктора наук ДД 002364, виданий 10.10.2013, Диплом кандидата наук ДК 008411, виданий 08.11.2000, Атестат доцента 12/ДЦ 016664, виданий 19.04.2007, Атестат професора АП 000369, виданий 16.05.2018		Development of the E-Commerce Market in Poland in the Conditions of Intensification of Migration Processes. Marketing and Management of Innovations. 2024. Vol. 15(1). P. 160–177. DOI: https://doi.org/10.21272/mmi.2024.1-13 (WoS) 2. Zatonatska T., Wołowiec T., Dluhopolskyi O., Podskrebko O., Maksymchuk O. Using Data Science Tools in E-Commerce: Client's Advertising Campaigns vs. Sales of Enterprise Products. ITEST 2022. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. 2022. Vol 178. P. 346-359. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-35467-0_22 (Scopus) 3. Zatonatska T., Farenjuk Y., Zatonatskiy D., Dluhopolska T., Poltoratska A. The Influence of Migration Processes Caused by the Russian-Ukrainian War on the Development of E-Commerce in Ukraine. Selected Papers of the IX International Scientific Conference "Information Technology and Implementation" (IT&I-2022), Workshop Proceedings, Kyiv, Ukraine, November 30 - December 02, 2022. Vol 3384. P. 184-192. URL: https://ceur-ws.org/Vol-3384/ (Scopus) 4. Farenjuk Y., Zatonatska T., Dluhopolskyi O., Kovalenko O. Customer Churn Prediction Model: A Case of the Telecommunication Market. Economics. 2022. Vol. 10, No. 2. P. 109-130. DOI: https://doi.org/10.2478/eoik-2022-0021 (Scopus) 5. Suslenko V., Zatonatska T., Dluhopolskyi O., Kuznyetsova A. Use of Cryptocurrencies Bitcoin and Ethereum in the Field of E-commerce: Case Study of Ukraine. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2022. Vol. 1(42). P. 62-72. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.42.2022.3603 (WoS) 6. Затоначка Т.Г., Таюрський І. Формування конкурентної стратегії виходу на нові ринки українських електронних
--	--	--	--	--	--	--

							торговельних майданчиків. Причорноморські економічні студії. 2025. № 93, С. 21-28. DOI: https://doi.org/10.32782/bses.93-3 7. Т. Zatonatska, O. Artiushenko, A. Syzov, S. Dyachenko and K. Horiacheva, "Leveraging Artificial Intelligence in Public Procurement of Dual-Use Goods," 15th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Sibenik, Croatia, 2025, P. 407-412, DOI: 10.1109/ACIT65614.2025.11185737. (Scopus) 8. Zatonatska, T., Dluhopolskyi, O., Artiushenko, O., Lopes, I. C., Ignatyuk, A., & Liubkina, O. Comparative Analysis of Ensemble Machine Learning Models for Risk-Oriented Monitoring of Military Procurement. Journal of Risk and Financial Management, 2026, Vol. 19(3), P. 170. DOI: https://doi.org/10.3390/jrfm19030170 (ScopusQ2) 38.3 Затонацька Т.Г., Білоус Т.М., Герасименко О.О., Лозова Г.М. Методологія та організація економічних наукових досліджень (з основами інтелектуальної власності): навч. посіб. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2026. 297 с. ISBN 978-966-933-433-6. URL: https://ir.library.knu.ua/server/api/core/bitstreams/e4bae9b2-23b8-4611-a987-bf6082f5c8be/content?utm Затонацька Т.Г., Наумова М.О. Електронний бізнес: навч. посіб. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2026. 414 с. ISBN 978-617-8831-16-5. 38.4 1. Затонацька Т.Г. Методичні рекомендації щодо організації та проведення переддипломної практики для здобувачів вищої освіти ОС «Магістр» зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» освітня програма «Електронні торги, фінансовий аналіз та fintech» / Затонацька Т.Г., Ткаченко Н.В.,
--	--	--	--	--	--	--	--

								Гончаренко Н.І., Ваврін М.Р. Київ: Інститут післядипломної освіти Київського національного університету ім. Тараса Шевченка, 2024. 27 с. 2. Електронний бізнес: навчально-методичний комплекс для здобувачів освіти освітнього ступеня «Бакалавр» усіх економічних спеціальностей / упорядники Т. Г. Затонацька, М. О. Наумова, М. М. Лаврентьєв. Київ: ТОВ «КОМПРІНТ», 2026. 51 с. URL: https://ir.library.knu.ua/handle/15071834/14581 3. Інформаційний бізнес: навчально-методичний комплекс для здобувачів освіти освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності С1 “Економіка та міжнародні економічні відносини” освітньо-професійних програм «Економіка та управління бізнесом» і «Міжнародна економіка» та спеціальності D5 “Маркетинг” освітньо-професійної програми «Маркетинг» / упорядники Т. Г. Затонацька, М. О. Наумова, М. М. Лаврентьєв. Київ: ТОВ «КОМПРІНТ», 2026. 51 с. URL: https://ir.library.knu.ua/handle/15071834/14582 4. Електронна комерція: навчально-методичний комплекс для здобувачів освіти освітнього ступеня «Магістр» спеціальності С1 “Економіка та міжнародні економічні відносини” освітньо-наукової програми «Економічна кібернетика» / упорядники Т.Г. Затонацька, М.О. Наумова, М.М. Лаврентьєв. Київ: ТОВ «КОМПРІНТ», 2026. 40 с. URL: https://ir.library.knu.ua/handle/15071834/14580 5. Затонацька Т.Г., Ляшенко О.І., Федоренко І.К., Шпирко В.В. Методичні вказівки до виконання, оформлення та захисту курсових робіт для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» освітньо-професійної програми “Економічна кібернетика”. Київ: ТОВ
--	--	--	--	--	--	--	--	---

								«КОМПРИНТ», 2026. 38 с. 6. Ляшенко О.І., Ставицький А.В., Затонацька Т.Г., Харламова Г.О. Методичні рекомендації до виконання, оформлення та захисту кваліфікаційних робіт бакалавра для здобувачів освіти спеціальності С1 «Економіка та міжнародні економічні відносини» ОПП «Економічна кібернетика». Київ: МТ «РАЗ», 2026. 48 с. 7. Ставицький А.В., Затонацька Т.Г., Харламова Г.О. Методичні рекомендації до виконання, оформлення та захисту кваліфікаційних робіт магістра для здобувачів освіти ОНП «Економічна кібернетика». Київ: МТ «РАЗ», 2026. 48 с. 38.6 1. Наукове керівництво дисертаційною роботою аспірантки Мартинович Дар'ї Євгенівни на тему: «Моделювання впливу інструментів державної допомоги на розвиток стратегічних секторів національної економіки», що захищена за спеціальністю 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. Дата захисту: 27.01.2017. Шифр спеціалізованої вченої ради: Д 26.001.48. URL: https://ir.library.knu.ua/server/api/core/bitstream/967590dc-2776-41e0-a35c-1e4f3750543e/content 2. Наукове керівництво дисертаційною роботою аспірантки Богдан Ольги Дмитрівни на тему: «Розвиток інноваційного потенціалу аграрного сектора економіки України», що захищена за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Дата захисту: 07.03.2018. Шифр спеціалізованої вченої ради: Д 26.001.48. URL: https://ir.library.knu.ua/server/api/core/bitstream/e55a40c8-1643-46f3-840f-be63d1de3548/content 3. Наукове керівництво дисертаційною роботою аспіранта Возненка
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							Андрія Анатолійовича на тему: «Державне регулювання стратегічних секторів національної економіки», що захищена за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Дата захисту: 02.10.2019. Шифр спеціалізованої вченої ради: Д 26.853.01. URL: https://www.afu.kiev.ua/getfile.php?num=1&page_id=1008&utm_source=chatgpt.com 4. Наукове керівництво дисертаційною роботою аспіранта Лаврентьєва Максима Миколайовича на тему: «Державне регулювання економічного розвитку регіонів України», що захищена за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Дата захисту: 16.12.2019. Шифр спеціалізованої вченої ради: Д 26.001.48. URL: https://nrat.ukrintei.ua/searchdoc/0419U005500/ 5. Наукове керівництво дисертаційною роботою аспірантки Вольвач Олени Олександрівни на тему: «Формування та управління бізнес-портфелем електронних платіжних систем на ринку електронної комерції», що захищена за спеціальністю 073 – Менеджмент. Дата захисту: 19.04.2024. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 4950. 6. Наукове консультування докторської дисертації Дуки Анастасії Петрівни на тему: «Інвестиційне забезпечення інноваційно-індустріального розвитку національної економіки», що захищена за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Дата захисту: 01.02.2016. URL: https://www.google.com/url?q=https://nrat.ukrintei.ua/searchdoc/0516U000113/38.7 Виконуюча обов'язки
--	--	--	--	--	--	--	---

							члена 2-х спеціалізованих вчених рад: Д 26.001.13 Київського національного університету імені Тараса Шевченка за напрямом 08.00.03 “Економіка та управління національним господарством” та Д 26.853.01 ДННУ «Академія фінансового управління» за напрямом 08.00.03 “Економіка та управління національним господарством”. Перший опонент у захисті 2-х докторських дисертацій та у 17-ти разових спеціалізованих радах щодо захисту докторів філософії: 1. Голова разової спеціалізованої вченої ради щодо захисту дисертаційного дослідження Пахольчук Вадима Володимировича, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 072 “Фінанси, банківська справа та страхування”, на тему “Трансформація механізму фінансування Збройних Сил в умовах євроатлантичної інтеграції”. Дата захисту: 19.01.2023. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 659. https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=335586 2. Голова разової спеціалізованої вченої ради щодо захисту дисертаційного дослідження Шемахіної Ірини Вадимівни, виконаного для здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 “Економіка”, на тему “Конвергентно-дивергентний розвиток трансформаційних економік в умовах глобалізації”, Дата захисту: 21.12.2023. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 3008. https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=335979
--	--	--	--	--	--	--	--

								3. Голова разової спеціалізованої вченої ради щодо захисту дисертаційного дослідження Свідерської Євгеніївни, виконаного для здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 “Менеджмент”, на тему “Управління процесами виведення на ринок нових косметичних продуктів”. Дата захисту: 26.04.2024. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 5035. https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=336107 4. Голова разової спеціалізованої вченої ради щодо захисту дисертаційного дослідження Якимчук Богдана Богдановича, виконаного для здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 “Економіка”, на тему “Моделювання системи підтримки прийняття рішень у продуктовому ритейлі методами машинного навчання”. Дата захисту: 22.05.2024. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 5104. https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=336115 5. Голова разової спеціалізованої вченої ради щодо захисту дисертаційного дослідження Павленко Надії Михайлівни, виконаного для здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 073 “Менеджмент”, на тему “Організаційне навчання персоналу ІТ-підприємств в умовах становлення “Індустрії 4.0””. Дата захисту: 15.09.2024. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 1985. https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=335899 6. Голова разової спеціалізованої вченої ради щодо захисту дисертаційного дослідження майора Коваля Олеса Артуровича, виконаного для здобуття наукового
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							ступеня доктора філософії зі спеціальності 072 “Фінанси, банківська справа та страхування”, на тему “Фінансове забезпечення військового потенціалу України в умовах євроатлантичної інтеграції”. Дата захисту: 02.09.2024. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 6188. https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=336214 7. Голова разової спеціалізованої вченої ради щодо захисту дисертаційного дослідження Кириллова Олександра Олеговича, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 071 “Облік і оподаткування”, на тему “Обробка облікової інформації з використанням Business Intelligence”. Дата захисту: 19.02.2025. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 7512. https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=336244 8. Голова разової спеціалізованої вченої ради щодо захисту дисертаційного дослідження Артюшенко Олександра Олександровича, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 072 “Фінанси, банківська справа та страхування”, на тему “Застосування багатокритеріального підходу оцінки ефективності видатків Міністерства оборони України за напрямком забезпечення діяльності Збройних Сил України”. Дата захисту: 03.04.2025. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 7785. https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=336257 9. Голова разової спеціалізованої вченої ради щодо захисту
--	--	--	--	--	--	--	---

							дисертаційного дослідження Виноградової Дар'ї Володимирівни, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 "Економіка", на тему "Статистичне оцінювання соціально-економічних наслідків другого демографічного переходу в Україні та країнах Східної Європи". Дата захисту: 27.06.2025. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 9067. https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=336295 10. Голова разової спеціалізованої вченої ради щодо захисту дисертаційного дослідження Слесарєвої Анни Андріївни, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 292 "Міжнародні економічні відносини", на тему "Функціонування грошових сурогатів у формі криптовалюти як механізм сек'юритизації банківських активів". Дата захисту: 20.04.2026. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 12015. https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=336417 11. Рецензент разової спеціалізованої вченої ради щодо захисту дисертаційного дослідження Бутило Дениса Вікторовича, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 "Економіка", на тему "Моделювання ризику альтернативних інвестиційних активів". Дата захисту: 11.06.2024. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 5314. https://dir.ukrintei.ua/view/okd/907919cf72ee27ba4dd3e15b6efbe93b 12. Рецензент разової спеціалізованої вченої
--	--	--	--	--	--	--	---

								ради щодо захисту дисертаційного дослідження Дяків Андрія Олеговича, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 “Економіка”, на тему “Застосування блокчейн-технологій в трансформації бізнес-процесів”. Дата захисту: 17.06.2025. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 8624. https://scc.knu.ua/zdobuvach-phd?id=336276 13. Опонування у разовій спеціалізованій вченій раді щодо захисту дисертаційного дослідження Мазуренко Олексія Володимировича, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 072 “Фінанси, банківська справа та страхування”, на тему “Податкова конкурентоспроможність країни в умовах тінізації економіки”. Дата захисту: 19.09.2023. Сумський державний університет. https://sumdu.edu.ua/ra-zovi-spetsializovani-vcheni-rady-2023/ 14. Опонування у разовій спеціалізованій вченій раді щодо захисту дисертаційного дослідження Онопрієнко Катерини Володимирівни, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 “Економіка”, на тему “Організаційно-економічні засади розвитку системи освіти дорослих”. Дата захисту: 28.02.2024. Сумський державний університет. https://sumdu.edu.ua/ra-zovi-spetsializovani-vcheni-rady-2024/ 15. Опонування у разовій спеціалізованій вченій раді щодо захисту дисертаційного дослідження Жученко Світлани Василівни, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 072 “Фінанси, банківська справа та страхування”, на тему “Фінансування соціального та
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							доступного житла в контексті досягнення Цілей сталого розвитку”. Дата захисту: 07.03.2024. Сумський державний університет. https://sumdu.edu.ua/gazovi-spetsializovani-vcheni-rady-2024/ 16. Опонування у разовій спеціалізованій вченій раді щодо захисту дисертаційного дослідження Костецького Павла Васильовича, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 “Економіка”, на тему “Цифровізація суспільства та освіти у забезпеченні соціально-економічних трансформацій”. Дата захисту: 04.03.2024. Сумський державний університет. https://sumdu.edu.ua/gazovi-spetsializovani-vcheni-rady-2024/ 17. Перший опонент докторської дисертації Тріпак Мар’яна Миколайовича, виконану для здобуття ступеня доктора наук зі спеціальності 08.00.03 “Економіка та управління національним господарством”, на тему “Економічна парадигма інституціоналізації інклюзивної освіти”. Дата захисту: 29.07.2024. Західноукраїнський національний університет. Спеціалізована вчена рада: Д 58.082.05. https://www.wunu.edu.ua/science/scientific-council/abstracts-dissertations-reviews/d58-082-05-science/26084-trpak-marjan-mikolajovich.html 18. Опонування у разовій спеціалізованій вченій раді щодо захисту дисертаційного дослідження Маліброди Святослава Богдановича, виконаного для здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 29 “Міжнародні відносини” за спеціальністю 292 “Міжнародні економічні відносини”, на тему “Оцінювання впливу міжнародної міграції на національні економіки”. Дата захисту: 02.04.2025.
--	--	--	--	--	--	--	--

							Національний університет «Львівська політехніка». Шифр разової спеціалізованої вченої ради: 177. https://lpnu.ua/gadaphd/177 19. Опонент докторської дисертації Коваленка Євгена Володимировича, виконану для здобуття ступеня доктора наук зі спеціальності 08.00.03 “Економіка та управління національним господарством”, на тему “Державна економічна політика забезпечення енергетичної безпеки”. Дата захисту: 07.11.2025. Сумський державний університет. Спеціалізована вчена рада: Д 58.082.05. https://essuir.sumdu.edu.ua/items/25b76892-acb4-4aaa-89a8-216894f8e74a 38.8 1. Головна редакторка журналу «Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка» (2025 - дотепер) https://econom.bulletin.knu.ua 2. Член редакційної колегії фахових журналів «Наукові праці НДФІ» (2013-2026) та «Освітня аналітика» (2019-2026). 3. Член редакційної колегії журналу «Маркетинг та менеджмент інновацій» (включено до наукометричної бази Web of Science, 2018 - дотепер). https://orcid.org/0000-0001-9197-0560?utm 4. Рецензент статей журналів «Маркетинг та менеджмент інновацій», «Фінанси України», «Освітня аналітика», «Економіка» (Scopus), «Energies» (Scopus Q1, WoS), «Sustainability» (Scopus Q1, WoS) та матеріалів міжнародних конференцій ITTEST-2022. 38.9 Член галузевої експертної ради НАЗЯВО 07 “Управління та адміністрування” за спеціальністю 073 “Менеджмент” (2021-2023 рр.). 38.10 Участь у програмі
--	--	--	--	--	--	--	---

							академічної мобільності ISCAP - Porto Accounting and Business School of Polytechnic of Porto (Школа бухгалтерського обліку та бізнесу Політехнічного інституту Порту) (P PORTO 05), в рамках проєкту Erasmus + Міжнародна кредитна мобільність (2024-1-PT01-KA171-HED-000230774). 38.12 1. Участь у III Міжнародному фінансовому форумі «Modern finance: national stability, security, innovative leadership», за результатами якого отримано сертифікат № III-IFF-26/352 (Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, 13-17 травня 2026 р). 2. Участь у VIII Всеукраїнській науково-практичній конференції «Нові інформаційні технології управління бізнесом» (м.Київ, 12 лютого 2025). 3. Участь у 14th International Conference on “Advanced Computer Information Technologies (ACIT)” (Ceske Budejovice, Czech Republic, September 2024). 4. Участь у IX Міжнародній науково-методичній конференції «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці» (м.Чернівці, 24-25 квітня 2025). 5. Участь у 15th International Scientific Conference “Business and Management 2025” з доповіддю “Evaluation of Investment Projects According to ESG Criteria in the Energy Sector” / T. Zatonatska, G. Kharlamova, S. Bilan, O. Soboliev (Vilnius Gediminas Technical University, Вільнюс, Литва, 15–16 травня 2025 р.,). URL: https://vilniustech.lt/international-scientific-conference-business-and-management/agenda-2025/363885 6. Zatonatska, T., Farenjuk, Y., Albuquerque, A., Vorontsova, D., & Horiachev, Y. (2026). Marketing Strategy
--	--	--	--	--	--	--	--

							Development in Insurance Using Data Science. Marketing and Management of Innovations, 17(2), 1–18. https://doi.org/10.21272/mmi.2026.2-01 7. Zatonatska, T., Dluhopolskyi, O., Artiushenko, O., Lopes, I. C., Ignatyuk, A., & Liubkina, O. (2026). Comparative Analysis of Ensemble Machine Learning Models for Risk-Oriented Monitoring of Military Procurement. Journal of Risk and Financial Management, 19(3), 170. https://doi.org/10.3390/jrfm19030170(Scopus) 8. T. Zatonatska, O. Artiushenko, O. Liashenko, A. Syzov, S. Dyachenko and K. Horiacheva, "Leveraging Artificial Intelligence in Public Procurement of Dual-Use Goods," 2025 15th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Sibenik, Croatia, 2025, pp. 407-412, doi: 10.1109/ACIT65614.2025.11185737. (Scopus) 9. T. Zatonatska, A. Syzov, S. Dyachenko, O. Ostapenko and O. Koval, "Predicting the Impact of Investment in the Production of Dual-Use Goods on Economic Growth Using a Neural Network," 2025 15th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Sibenik, Croatia, 2025, pp. 396-406, doi: 10.1109/ACIT65614.2025.11185725. (Scopus) 10. Zatonatska, T.; Soboliev, O.; Artyukhov, A.; Zatonatskiy, D.; Balan, V.; Wołowiec, T.; Woźniak, D. Sustainable Energy Investments: ESG-Centric Evaluation and Planning of Energy Projects. Energies 2025, 18, 1942. https://doi.org/10.3390/en18081942 (Scopus Q1, WoS) 11. Zatonatska T., Farenjuk Y., Juscus V., Martinkiene Ju., Maksymchuk O. The Development of the E-Commerce Market in Poland in the Conditions of Intensification of Migration Processes. Marketing and Management of Innovations. 2024. Vol. 15(1). P. 160–177. DOI: https://doi.org/10.21272/mmi.2024.1-13 (WoS) 12. Zatonatska T.,
--	--	--	--	--	--	--	---

							Pakholchuk V., Syzov A., Vorontsova D. Implementation of Data Science Methods in Armed Forces Budgeting: Challenges and Opportunities. Selected Papers of the X International Scientific Conference "Information Technology and Implementation" (IT&I-2023). Conference Proceedings, Kyiv, Ukraine, November 20 - 21, 2023. Vol. 3624. P. 157-169. URL: https://ceur-ws.org/Vol-3624/ (Scopus).
							13. Zatonatska T., Liashenko O., Pakholchuk V., Zatonatskiy D. The Impact of Investments in Digital Development on Employment in the Information and Communications Technology (ICT) Sector. 2023. 13th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), Wroclaw, Poland. P. 347-351. DOI: https://doi.org/10.1109/ACIT58437.2023.10275644 (Scopus)
							14. Zatonatska T., Wołowiec T., Dluhopolskyi O., Podskrebko O., Maksymchuk O. (2023). Using Data Science Tools in E-Commerce: Client's Advertising Campaigns vs. Sales of Enterprise Products. In: Faure E., Danchenko O., Bondarenko M., Tryus Y., Bazilo C., Zaspa G. (eds) Information Technology for Education, Science, and Technics. ITEST 2022. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. 2022. Vol 178. P. 346-359. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-35467-0_22 (Scopus)
							15. Zatonatska T., Fareniuk Y., Shpyrko V. Churn Rate Modeling for Telecommunication Operators Using Data Science Methods. Marketing and Management of Innovations. 2023. Vol. 14(2). P. 163-173. DOI: https://doi.org/10.21272/mmi.2023.2-15 (WoS)
							16. Zatonatska T., Fareniuk Y., Zatonatskiy D., Dluhopolska T., Poltoratska A. The Influence of Migration Processes Caused by the Russian-Ukrainian War on the Development of E-Commerce in Ukraine. Selected Papers of the IX International Scientific

							Conference "Information Technology and Implementation" (IT&I-2022), Workshop Proceedings, Kyiv, Ukraine, November 30 - December 02, 2022. Vol 3384. P. 184-192. URL: https://ceur-ws.org/Vol-3384/ (Scopus) 17. Zatonatska T., Hubska M., Shpyrko V. Marketing Strategies in the Banking Services Sector with the Help of Data Science. Marketing and Management of Innovations. 2022. Vol. 2. P. 121-127. DOI: https://doi.org/10.21272/mmi.2022.2-11 (WoS) 18. Suslenko V., Zatonatska T., Dluhopolskyi O., Kuznyetsova A. Use of Cryptocurrencies Bitcoin and Ethereum in the Field of E-commerce: Case Study of Ukraine. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2022. Vol. 1(42). P. 62-72. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptr.1.42.2022.3603 (WoS) 19. Затоначька Т.Г., Таюрський І. Формування конкурентної стратегії виходу на нові ринки електронних торговельних майданчиків. Причорноморські економічні студії. 2025. 93, 21-28. DOI: https://doi.org/10.32782/bses.93-3 20. Затоначька Т.Г., Таюрський І. Системний підхід до модернізації процесів публічних закупівель на базі блокчейн і ШІ. Інвестиції: практика та досвід. 2025. 16, 306-311. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.16.30638.19 Член Європейської асоціації наукових редакторів (EASE), з 2025 р. – дотепер. URL: https://orcid.org/0000-0001-9197-0560, European Association of Science Editors Стажування та Підвищення кваліфікації за 5 років: 1. Тренінг «Галузевий аспект акредитації: міжнародний досвід» для членів галузевих експертних рад, організований Національним агентством із забезпечення якості
--	--	--	--	--	--	--	---

							вищої освіти спільно з Британським агентством QAA за підтримки British Council Україна, з 24 січня по 3 лютого 2022 р. (Україна, 30 годин (1 кредит ЄКТС), сертифікат 0052 (QAA)/2022 від 03.02.2022). 2. Участь у навчанні для викладачів та координаторів курсу «Створення та розвиток ІТ-продуктів», 25-29 липня 2022 (Україна, GENESIS, PFE, 30 годин). 3. Спікерка на всеукраїнській онлайн-конференції «Інтерактивне навчання. Результати наймасштабнішої співпраці ІТ-бізнесу та освіти 2022», 01 грудня 2022 (м.Київ, Genesis, 0,2 кредитів ЄКТС (6 годин), сертифікат від 01.12.2022). 4. Участь у конференції «Innovating Education: взаємодія держави та ІТ-бізнесу», 3 червня 2023 р. (м. Київ, Genesis, 6 годин, 0,2 кредитів ЄКТС (6 годин), сертифікат б/н від 03.06.2023). 5. Участь у воркшопі «Як ChatGPT може асистувати під час створення навчальної програми або освітньої траєкторії» від Олександри Тиркалової, 20 червня 2023 р. (Україна, University Partnerships Lead at Genesis (GENESIS), 2,5 години). 6. Проходження програми підвищення кваліфікації працівників закладів вищої освіти та акредитація інтегрувати курс «Маркетинг ІТ-продуктів» у своєму закладі вищої освіти, 24 липня – 04 серпня 2023 року (м.Київ, GENESIS, 2 кредити ЄКТС, сертифікат №082/082-2023). 7. Завершила інтенсив з оновлення сертифікації викладачів всеукраїнського курсу «Інтенсив: оновлення сертифікації / Створення та розвиток ІТ-продуктів», 09 липня 2025 року (Україна, Genesis, 1 кредит ЄКТС). Акредитований інтегрувати курс у своєму ЗВО до 1 вересня 2027 року. 8. Завершила інтенсив з оновлення сертифікації
--	--	--	--	--	--	--	--

						викладачів всеукраїнського курсу «Інтенсив: оновлення сертифікації / Маркетинг ІТ-продуктів», 11 липня 2025 року (Україна, Genesis, 1 кредит ЄКТС). Акредитований інтегрувати курс у своєму ЗВО до 1 вересня 2027 року. 9. Участь у «Educators Track: серії лекцій з цифрової майстерності від Genesis», з 22 липня 2025 року по 19 серпня 2025 року (Україна, GENESIS, 12 годин, сертифікат від 19 серпня 2025 року). 10. Курс «Академія ІІІ для освітян від Google», з 29.10.2025 по 21.11.2025 (Україна, ТОВ «Академія цифрового розвитку», 1 кр. ЄКТС, сертифікат № AIAFEC2-11222 від 02 грудня 2025 р.). 11. Завершила інтенсив з оновлення сертифікації викладачів всеукраїнського курсу «Інтенсив: оновлення сертифікації / Менеджмент у продуктовому ІТ», 28 грудня 2025 року (Україна, Genesis, 1 кредит ЄКТС). Акредитований інтегрувати курс у своєму ЗВО до 1 вересня 2027 року. 12. Участь у EY Academy of Business: Professors, з 23 по 26 березня 2026 року (Україна, EY, 10 академічних годин). 13. Стажування за програмою академічної мобільності ISCAP – Porto Accounting and Business School of Polytechnic of Porto у рамках проєкту Erasmus+ «Міжнародна кредитна мобільність» у 2-му семестрі 2025/2026 н.р., з 11 по 15 травня 2026 року (м. Порту, Португалія, Школа бухгалтерського обліку та бізнесу Політехнічного інституту Порту). 14. Стажування по програмі академічної мобільності, відповідно до направлення для викладання за міжнародною програмою обмінів Erasmus+, з 2.05.2026 по 9.05.2026 р. (Румунія, м. Сібіу, Академія сухопутних військ «Ніколає Белческу» (Nicolae Bălcescu Land Forces Academy)).	
72016	Нападиста	доцент,	Філософський	Диплом	25	ОК 16.	38.1

	Валентина Григорівна	Основне місце роботи	факультет	спеціаліста, Київський державний інститут культури ім. О.Є. Корнійчука, рік закінчення: 1984, спеціальність: культурно-освітня робота, Диплом спеціаліста, Київський інститут політології та соціального управління, рік закінчення: 1991, спеціальність: теорія соціально-політичних відносин, Диплом кандидата наук ДК 008900, виданий 13.12.2000, Атестат доцента ДЦ 010549, виданий 21.04.2005	Корпоративна культура та бізнес-етика	1. Нападиста В. Г. Корпоративна культура в культурологічному вимірі. Успіхи і досягнення в науці. 2025. № 10(20). С. 1037–1048. DOI: https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-10(20)-1037-1048 2. Нападиста В. Г. Академічна доброчесність в Україні: теорія та практика національного досвіду. Актуальні питання у сучасній науці. 2024. № 10(28). С. 827–839. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-10(28)-827-839 3. Нападиста В. Г. Ціннісні детермінанти у практичних вимірах освітніх реформ: сучасний український контекст. Вісник науки та освіти. Серія: Педагогіка. 2023. № 9(15). С. 561–572. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-9(15)-561-572 4. Нападиста В. Г., Рихліцька О. Д. Естетика повсякденності: тематичні варіації та перспективи дослідження. Українські культурологічні студії. 2022. № 1(10). С. 16–19. DOI: https://doi.org/10.17721/UCS.2022.1(10).03 5. Gastronomic identity in the context of mcdonaldization vs sushization of the world / V. Napadysta, Y. Levcheniuk, F. Vlasenko, D. Tovmash, T. Kotliarova, O. Rykhlitska. WISDOM. 2022. Vol. 3(23). P. 160–166. DOI: https://doi.org/10.24234/wisdom.v23i3.875 38.3 1. Нападиста В. Г. Етика як соціальний запит // Професійна та корпоративна етика : навч. посіб. / В. Г. Нападиста, О. В. Шинкаренко, М. М. Рогожа та ін. ; наук. ред. В. І. Панченко. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2019. С. 5–25. 2. Нападиста В. Г. Предмет етики // Етика. Естетика : навч. посіб. / за наук. ред. В. І. Панченко. Київ : Центр учбової літератури, 2014. С. 6–22. 38.4 Нападиста В. Г. Навчально-
--	----------------------	----------------------	-----------	--	---------------------------------------	--

							методичний комплекс дисципліни «Корпоративна етика» для студентів економічного факультету. Київ : Центр оперативної поліграфії KRIPRINT, 2026. 21 с. Нападиста В. Г. Навчально-методичний комплекс дисципліни «Професійна та корпоративна етика». Частина 1 для студентів економічного факультету. Київ : Центр оперативної поліграфії KRIPRINT, 2025. 20 с. Нападиста В. Г., Ярош-Дмитренко Л. О. Робоча програма навчальної дисципліни «Корпоративна культура та бізнес-етика» (денна форма навчання). Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2026. 38.12 1. Нападиста В. Г. Трансформація проблемного і тематичного поля професійної етики в добу ШІ. Публічне управління в Україні: історичний досвід та перспективи розвитку : матер. щоріч. Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 17 лютого 2026 р.). С. 65–67. URL: https://ipacs.knu.ua/pages/osn/2/news/2309/files/fa4cb8b8-e63e-466d-a80e-178b6f02ab22.pdf 2. Нападиста В. Г. Актуальні проблеми професійної етики в добу штучного інтелекту. Філософія людяності в освіті, науці та житті : матер. круглого столу (м. Київ, 24 квітня 2026 р.). С. 61–64. URL: https://dphs.univ.kiev.ua/files/ks2026.pdf 3. Нападиста В. Г. Культура доброчесності в контексті менеджменту інноваційної діяльності в закладах освіти. Менеджмент інноваційної діяльності закладу освіти щодо професійної підготовки конкурентоспроможних фахівців : матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 25 жовтня 2024 р.). Київ : ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти», 2025. С. 41–44. URL: https://drive.google.com/file/d/1S9BiTs1nisFmYLb7UMtn4Ef3cfW_ZLkb/view 4. Нападиста В. Г.
--	--	--	--	--	--	--	--

							Академічна доброчесність в стратегії освітніх реформ. Культурна місія університету в сучасних ціннісних трансформаціях : матер. наук.-практ. конф. (м. Київ, 06 грудня 2024 р.). С. 40–43. 5. Нападиста В. Г. Етика освіти як ціннісна підвалина освітньої діяльності. Філософія людяності в освіті, науці та житті : матер. круглого столу (м. Київ, 12 травня 2023 р.). Київ : ВАДЕКС, 2023. С. 45–48. URL: https://dspace.zsmu.edu.ua/bitstream/123456789/23121/1/%D1%8123-25.pdf Стажування та підвищення кваліфікації за 5 років: 1. Тренінг «Можливості Chromebook для освіти» за дистанційною формою навчання з 26 лютого 2026 року по 24 березня 2026 року (Україна, ТОВ «Академія цифрового розвитку» / Google for Education, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат № CHfE-2026-2333) 2. Навчання за програмою вебінару «Інтеграція NotebookLM в освітній процес» 04 березня 2026 року (Україна, 0,1 кр. ЄКТС / 3 год., сертифікат № 623040 NXT/03YA) 3. Міжнародна онлайн-програма підвищення кваліфікації «Сила соціальних мереж у професійному розвитку представників університету: особистий бренд, інструменти для освітніх продуктів, просування цінностей сталого розвитку» з 28 березня 2024 року по 20 червня 2024 року (Польща-Україна, Fundacja im. Zofii Zamenhof, Kyiv Business School, 6 кр. ЄКТС / 180 год.) 4. Літня наукова школа «Інформаційно-комунікативні технології та міжсекторальна взаємодія у сфері державної служби» з 18 червня 2024 року по 21 червня 2024 року (Україна, ННІ публічного управління та державної служби КНУ імені Тараса Шевченка, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат №210624-168)
--	--	--	--	--	--	--	---

							5. Міжнародна програма в межах проєкту «Україна-Молдова: Шлях до Євросоюзу» (модуль «Е-урядування та діджиталізація у публічному управлінні») з 22 квітня 2024 року по 26 квітня 2024 року (Україна-Молдова, 0,33 кр. ЄКТС / 10 год.) 6. Зимова наукова школа «Цифрові технології в професійній діяльності публічних службовців» з 20 лютого 2024 року по 23 лютого 2024 року (Україна, ННІ публічного управління та державної служби КНУ імені Тараса Шевченка, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат №ЗНШ-230224-218) 7. Міжнародна програма в межах проєкту «Україна-Молдова: Шлях до Євросоюзу» (модуль «Гендерна політика в публічному управлінні») з 12 лютого 2024 року по 16 лютого 2024 року (Україна-Молдова, 0,33 кр. ЄКТС / 10 год.) 8. Літня наукова школа «Професійна державна служба в Україні: сучасні виклики та орієнтири розбудови» з 20 червня 2023 року по 23 червня 2023 року (Україна, Навчально-науковий інститут публічного управління та державної служби КНУ імені Тараса Шевченка, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат № ЛШ-2023-130 від 23.06.2023 р.) 9. Навчання в межах проєкту з розвитку співпраці бізнесу та університетів «Uni-Biz Bridge» (розвиток soft skills викладача) з 11 липня 2022 року по 14 липня 2022 року (Україна, UGEN, 0,3 кр. ЄКТС / 10 год., сертифікат №760) 10. Освітня програма «KNU Educators' Week by Genesis» для викладачів КНУ імені Тараса Шевченка з 25 липня 2022 року по 05 серпня 2022 року (Україна, IT-компанія Genesis, КНУ імені Тараса Шевченка, 1 кр. ЄКТС / 30 год.) та ін.
391786	Біловодська Олена Анатоліївна	професор, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Сумський державний університет, рік закінчення: 2001,	19	ОК 2. Штучний інтелект у маркетинговій діяльності	38.1 1. Bilovodska O., Volevakh A. A multi-level AI-driven product policy model for retail chains as a conceptual framework for marketing

				спеціальність: 050104 Фінанси, Диплом доктора наук ДД 008698, виданий 20.06.2019, Атестат доцента 12/ДЦ 017695, виданий 21.06.2007, Атестат професора АП 002406, виданий 09.02.2021		consulting. Innovation and Sustainability. 2026. Vol. 6(1). P. 45-54. https://doi.org/10.31649/vis/1.2026.45 2. Bilovodska O., Kravchuk T., Ponomarenko I., Bliumska-Danko K., Kononenko A. Artificial intelligence for marketing product strategy in the online education market. Economics of Development. 2024. Vol. 23(3). P. 18-31. https://doi.org/10.57111/econ/3.2024.18. 3. Біловодська О.А., Журба В.О. Розвиток електронної комерції в умовах цифровізації логістичних процесів ринку роздрібної торгівлі в Україні та світі. Маркетинг і цифрові технології. 2026. № 1(10). С. 125-139. https://doi.org/10.15276/mdt.10.1.2026.10 4. Bilovodska O., Zhurba V. Prospects for e-commerce development under the digitalization of logistics processes: innovative technologies and global brand business models in retail. Economic bulletin of Cherkasy State Technological University. 2026. Vol. 27. Issue 1(78). P. 96-108. https://doi.org/10.24025/2306-4420.78(1).2026.351397 5. Біловодська О.А., Журба В.О. Концептуальні засади розвитку електронної комерції в умовах цифровізації та трансформації бізнес-моделей. Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: "Економічна". 2025. № 2(32). С. 37-48. http://doi.org/10.31474/1680-0044-2025-2(32)-37-48. 6. Golovnina E., Denysenko M., Bilovodska O., Levchenko O. Marketing innovations during martial law: a historical excursion and contemporary trends in branding strategies. Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: "Економічна". 2025. № 1(31). С. 46-53. http://doi.org/10.31474/1680-0044-2025-1(31)-46-53. 7. Bilovodska O., Boienko
--	--	--	--	--	--	--

O., Omelchenko V., Kostynets Iu., Ievseitseva O., Omelchenko H. Marketing Digital Strategy for Promoting Brand of Global Retailer Achieving Sustainability. Review of Economics and Finance. 2022. Vol. 20. P. 647-653. doi: <https://doi.org/10.55365/1923.x2022.20.75>.

8. Bilovodska O., Poretskova M. Barriers to Online Purchase: Case Study Consumer Behaviour in Fashion Industry E-Commerce. Economic Journal of Lesya Ukrainka Volyn National University. 2023. Vol. 2(34). P. 102-112. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-02-102-112>.

9. Bilovodska O., Hretchak N.-I. Features of consumer behaviour among zoomers in the health, fitness and sports mobile application market. Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет». 2023. № 2. С. 6-16. DOI: <http://dx.doi.org/10.32434/2415-3974-2023-18-2-6-16>.

10. Bilovodska O., Petrenko K. Investigating the interrelation between Ukrainian macroeconomic indicators and innovative digital marketing promotion instruments. MIND. 2023. Vol. 15. DOI: <https://doi.org/10.36228/MJ.15/2023.6>. URL : <https://mindjournal.wseh.pl/pl/artykul/numer-152023.html>.

38.3

1. Біловодська О.А., Сорочан Д.В. Сучасні проблеми маркетингу та шляхи їх вирішення у галузі машинобудування. 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні: монографія / [Старостіна А.О., Дьоміна О.М., Телетов О.С., Бочко О.Ю. та ін.] ; за заг. ред. А.О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. С. 44-55. URL: https://omu.marketing/wp-content/uploads/2022/04/1_go_monografiya_30_03_22.pdf.

2. Starostina, A., Kravchenko, V., Prygara, O., Bilovodska, O.,

Zhurylo, V. Risk Management Strategies of Generation Z Consumers in Online Shopping. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. 2025. Vol. 240. Springer, Cham, pp. 243-259. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_14 (Scopus).

3. Bilovodska O., Ivanchenko K., Ponomarenko I., Shatskaya Z., Budiakova O. Digital Promotion as Innovative Business Management Technologies of Retail Chains. Data-Centric Business and Applications. 2024. Vol. 195 (1): Semenov A., Yepifanova I., Kajanová J. (eds). Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. Springer, Cham, pp. 297-313. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-54012-7_13 (Scopus).

4. Біловодська О.А., Дьоміна О.М. Стратегія розподілення і збуту / Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник. Вид. 2-ге доп. та перероб. / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. С. 299-314. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21194638>

5. Біловодська О. А., Журило В. В. Маркетингова товарна політика: практикум: навч. посіб. 2-ге вид. перероб. та доповн. Київ: SBA Print, 2026. 212 с.

6. Біловодська О.А., Дьоміна О.М. Стратегія розподілення і збуту / Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник. Вид. 2-ге доп. та перероб. / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. С. 299-314. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21194638>

38.4

1. Журило В.В., Біловодська О.А. Техніка прямих продажів. Навчально-методичний комплекс Київ : Центр учбової літератури, 2024. 46 с. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21194725>

2. Біловодська О.А.,

							Легеза Д.Г. Робоча програма з навчальної дисципліни "Штучний інтелект у маркетинговій діяльності". Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2026 рр. (заочна форма навчання). URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/marketingz/sp/ 3. Легеза Д. Г., Біловодська О.А. Електронний курс «Штучний інтелект в маркетинговій діяльності» (Google Classroom). URL: https://classroom.google.com/c/ODQ1OTQxNTU1OTU1?cjc=mi23z3of 4. Легеза Д. Г., Біловодська О.А. Електронний курс «Маркетинг інновацій» (Google Classroom). URL: https://classroom.google.com/c/ODExNzMzMzg1NzEw?cjc=pv4kiw55 38.7 1. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Стратегії розвитку та управління торговельними мережами України в період російсько-української війни», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 Економіка (2026 р., м. Дніпро, Український державний університет науки і технологій), ОК 0826U001505 2. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Розвиток бренду компанії в умовах цифрової трансформації маркетингового середовища», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 Маркетинг (2026 р., м. Черкаси, Черкаський державний технологічний університет), ОК 0826U003610 3. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Економічні детермінанти цифрової трансформації логістичних процесів у структурі міжнародного ринку», поданої на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 Економіка (2026 р., м. Тернопіль, Західноукраїнський національний університет), ОК 0826U004110 4. Офіційний опонент
--	--	--	--	--	--	--	---

							дисертаційної роботи «Маркетингові технології та інструменти підвищення привабливості туристичних дестинацій», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» (2025 р., м. Черкаси, Черкаський державний технологічний університет), ОК 0825U003146
							5. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Цифровий маркетинг в економіці вражень», поданої на здобуття ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності)» (2025 р., м. Київ, Державний торговельно-економічний університет), ОК 0525U000291
							6. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Логістичне управління розвитком інтегрованих ланцюжків постачань», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р., м. Харків, НТУ «ХП»), ОК 0824U000129
							7. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Стратегічне управління брендом аграрного підприємства», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р., м. Суми, ШНАУ), ОК 0824U000745
							8. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Дослідження інструментарію впровадження бренд-стратегії університету», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 «Менеджмент» (2024 р., м. Суми, ШНАУ), ОК 0825U001312
							9. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Організаційно-економічне забезпечення логістичної діяльності машинобудівних підприємств», поданої на здобуття наукового

							ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка» (2023 р., м. Кременчук, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського), ОК 0825U000367 10. Офіційний опонент дисертаційної роботи «Розвиток інноваційної діяльності малих та середніх підприємств», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка» (2023 р., м. Харків, ХНЕУ), ОК 0823U100756 38.8 1. Член редакційної колегії фахового видання України категорії «А», рецензент «Innovative Marketing» (індексується SCOPUS, WoS та ін. 2017 р. – дотепер). https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/innovative-marketing#editorial-board 2. Член редакційної колегії фахового видання України категорії «А», рецензент «Problems and Perspectives in Management» (2017 – 2025 pp.). 3. Член редакційної колегії фахового видання України категорії «Б» «Економіка розвитку» (2022 р. – дотепер). https://ecdev.com.ua/uk/editorial-board 4. Член редакційної колегії фахового видання України категорії «Б» «Актуальні проблеми економіки» (2026 р. – до тепер). https://ecoscience.net/redaktsiina-kolehiia/ 5. Рецензент іноземного наукового видання «Applied System Innovation», "Systems", "Sustainability", "Applied system innovation" та ін. https://www.webofscience.com/wos/author/record/MZQ-6393-2025 та ін. 38.9 1. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми “Маркетинг” у Рівненському
--	--	--	--	--	--	--	--

							державному гуманітарному університеті (2026 р.). 2. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми “DATA-маркетинг та аналітика” у Національному університеті "Острозька академія" (2026 р.). 3. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми “Промисловий менеджмент” у Запорізькому національному університеті (2025 р.). 4. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми “Маркетинг” у Полтавському державному аграрному університеті (2025 р.). 5. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти освітніх програм “Маркетинг” у Черкаському державному технологічному університеті (2025 р.). 6. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг освітньої програми «Маркетинг» в Національному університеті “Запорізька політехніка” (2024 р.). 7. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг освітньої програми «Маркетинг» в Уманському
--	--	--	--	--	--	--	---

							національному педагогічному університеті імені Павла Тичини (2023 р.). 8. Керівник експертної групи проведення акредитаційної експертизи підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг освітніх програм «Маркетинг» та «Інтернет-маркетинг» в НУ «Львівська політехніка» (2023 р.). 9. Член Галузевої експертної ради 07 Управління та адміністрування Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (2019-2022 рр.). https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2022/06/%D0%93%D0%95%D0%A0-07.pdf https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2020/01/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB_12_29.10.19.pdf. 38.12 1. Біловодська О.А., Сізова В.В. Генеративний штучний інтелект як драйвер інноваційності та конкурентоспроможності підприємницьких структур. Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 27-28 травня 2026 р.). С. 306-308. URL: https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozdily/Naukovo_Doslidna_Chastyna/Docs/2026/1_Zbirnik_26_vipravenii_obkl.pdf 2. Біловодська О.А., Шпак М.О. Систематизація метрик веб-аналітики як інструменту конкурентної розвідки корпоративних сайтів. Економіка та публічне управління: нові виклики та рішення : матер. III всеукр. наук.-практ. конф. (м. Харків, 11-12 червня 2026 р.). С. 658-662. URL: https://khai.edu/vseukrainska-naukovo-prakticna-konferencia-molodih-ucenih-ta-
--	--	--	--	--	--	--	--

							ucnivskoi-molodi-ekonomika-ta-publicne-upravllinna-novi-vikliki-ta-risenna 3. Біловодська О.А., Пічик К.В., Некрасова О.С. Впровадження штучного інтелекту в Україні: здобутки і напрямки розвитку. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу: матер. ІІ міжн. наук-практ. конф. у 2 т. Т. 2 (м. Київ, 17-19 квітня 2024 р.) С. 322-325. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/communities/c57d54ba-729a-4a40-8931-9ab411e71311. DOI: https://doi.org/10.35668/978-966-518-846-9 4. Біловодська О.А., Кравчук Т.В. Особливості типів штучного інтелекту. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. MicroCAD-2024 : тези доп. XXXII міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 22-25 травня 2024 р.). С.720. URL: https://web.kpi.kharkov.ua/microcad/materials-microcad-2024/. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21225708 5. Біловодська О., Білуха М. Використання штучного інтелекту в розробці продуктової стратегії ринкового суб'єкта. Маркетингові технології в управлінні національним та міжнародним бізнесом на зламі епох: виявлення тенденцій та подолання викликів: матер. міжнар. наук.-практ. конф. в рамках міжн. форуму EFBM 3.0 «Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління. Від відновлення до зростання» (м. Київ, 23 травня 2024 р.). С. 12-13. URL: https://www.efbm.org/mcct3/. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21225076 6. Bilovodska O. Using AI technologies in education: ways and practical cases. Marketing and Logistics in the Management System: challenges of digital globalization : materials of the 15th International Scientific and Practical Conference in Memory of Prof. Yevhen Krykavskyi (Lviv, October 17 - 18, 2024). P. 26-27. URL: https://science.lpnu.ua/ml-
--	--	--	--	--	--	--	--

conference/proceedings.
DOI:
<https://doi.org/10.5281/zenodo.21225234>

7. Біловодська О.А., Довгань Б.О. Застосування штучного інтелекту в розробленні дизайну упаковки товару: інструменти, етапи, приклади. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матер. V міжн. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 24 квітня 2025 р.). С. 261-262. URL:
<http://umsf.dp.ua/component/content/article/2-uncategorised/4095-інноваційні-рішення-в-економіці,-бізнесі,-суспільних-комунікаціях-та-міжнародних-відносинах?Itemid=101>

8. Біловодська О., Журба В. Застосування штучного інтелекту в оборонно-промисловому комплексі. Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін: тези доп. III міжн. наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 09 травня 2025 р.). С. 32-34. DOI:
<https://doi.org/10.5281/zenodo.21243384>

9. Біловодська О.А., Хархардіна В.А. Штучний інтелект як інструмент оптимізації логістичних і збутових рішень. Сучасні тенденції розвитку економіки та обліку: наукові горизонти : зб. тез доп. IV всеукр. наук.-практ. конф. (м. Дрогобич, 26 березня 2026 р.). С. 155-157. URL:
<https://donntu.edu.ua/wp-content/uploads/2026/04/zbirnyk-2026.pdf>

10. Журило В.В., Біловодська О.А., Блюмська-Данько К.В. Споживчі бар'єри використання технологій штучного інтелекту у процесі прийняття купівельних рішень. Інформаційні технології в освіті, науці й техніці: тези доп. VIII міжнар. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 24-25 червня 2026 р.). С. 565-567. URL:
<https://doi.org/10.5281/zenodo.21493752> та ін.

38.13
Обов'язкова фахова освітня компонента «Внутрішній

							маркетинг» (Internal Marketing) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг ОНП Маркетинг денної та заочної форм навчання 38.14 1. Член журі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт здобувачів закладів вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітніми рівнями бакалавр, магістр (Хмельницький національний університет, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2017-2018 рр., 2020-2025 рр.). 2. Член журі III Міжнародного конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями вищої освіти (м. Хмельницький Хмельницький національний університет, 2026 р.) 3. Член журі Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 051 «Економіка» (Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, 2023-2026 рр., https://krnukonkurs.kdu.edu.ua/guri.php). 4. Член журі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 076 Підприємництво та торгівля (за напрямками досліджень «Організація торгівлі», «Логістика», «Комерційна логістика», «Торговельне підприємництво» (НУ «Запорізька політехніка», 2025 р.). 5. Науковий керівник здобувачів вищої освіти, які перемогли у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2025/2026 н.р. (I місце,
--	--	--	--	--	--	--	---

							спеціальність Логістика Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 6. Науковий керівник здобувачів вищої освіти, які перемогли у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2024/2025 н.р. (III місце, спеціальність 075 Маркетинг Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 7. Науковий керівник здобувача вищої освіти, який переміг у II турі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 Маркетинг за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти (I місце, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2024 р.). 8. Науковий керівник здобувача вищої освіти, який переміг у II турі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 Маркетинг за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти (I місце, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2023 р.). 9. Науковий керівник здобувача вищої освіти, що переміг у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2023/2024 н.р. (III місце, спеціальність 075 Маркетинг Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 10. Науковий керівник здобувачів вищої освіти, які перемогли у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2022/2023 н.р. (III місце, спеціальність 075 Маркетинг Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 38.19
--	--	--	--	--	--	--	---

							1. Член професійного об'єднання ГО «Об'єднання маркетологів України» (з 2021 р. – дотепер, посвідчення №0145, № 0399) 2. Член Української асоціації логістики (з 2020 р. – дотепер, сертифікат ЛА № 00144) 3. Член професійного об'єднання ГО «Прогресильні» (з 2023 р. – дотепер, сертифікати № 0232/23, № 0363/24, № 0637/25, № 0093/26) Стажування та підвищення кваліфікації за 5 років: 1. Міжнародна онлайн-програма підвищення професійної кваліфікації «VIRTUAL EXCHANGE: FORMS AND TECHNOLOGIES» з 10 лютого 2026 року по 31 березня 2026 року (Україна-Північна Македонія, Київський національний університет технологій та дизайну, International Balkan University, 6 кр. ЄКТС, сертифікат As-26-520 від 31.03.2026 р.) 2. Міжнародна онлайн тренінгова програма “AI Mindset in Entrepreneurial Spaces” з 09 червня 2025 року по 18 липня 2025 року (Україна-Литва, Європейський інститут інновацій та технологій, Public Security Academy of the Mykolas Romeris University, Lithuania, 6 кр. ЄКТС, сертифікат TRAIN-2025-241 від 18.07.2025 р.) 3. Курс «Наука×ШІ: нова парадигма» з 24 листопада 2025 року по 28 листопада 2025 р. (Україна, Український офіс дослідницької доброчесності та ГО «Прогресильні», 1 кр. ЄКТС, сертифікат НШІНП/25-0123) 4. Серія вебінарів та тренінгів «Віртуальні тури в освіті» з 11 листопада 2025 року по 20 листопада 2025 року (Україна-Німеччина, Ukrainian-German Digital Teaching Network, ГО «Прогресильні», 2 кр. ЄКТС, сертифікат 0605591804ОВ від 21.11.2025 р.) 5. Навчання за програмою вебінару «Академічна
--	--	--	--	--	--	--	--

						добročесність: виклики, проблеми та перспективи» 20 березня 2025 р. (Україна, НУ «Запорізька політехніка», 0,5 кр. ЄКТС, сертифікат АР №5705/1293-25) 6. Курс «Великий курс про ІІІ в освіті» з 26 травня по 09 червня 2025 р. (Україна, ГО «Прогресивні» за підтримки Міністерства цифрової трансформації України та Міністерства освіти та науки України, 1,5 кр. ЄКТС, сертифікат ВКШІО № 0277). 7. ДЗВО «Університет менеджменту освіти», Центральний інститут післядипломної освіти, 6 кр. ЄКТС (свідоцтво СП 35830447/2316-23) 8. Курс підвищення кваліфікації «Бренд науковця у цифровому світі», 1 кр. ЄКТС (сертифікат №1240) та ін.
339754	Каніщенко Олена Леонідівна	професор, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Київський ордена Леніна державний університет ім. Т.Г.Шевченка, рік закінчення: 1982, спеціальність: політична економія, Диплом доктора наук ДД 006754, виданий 02.07.2008, Атестат професора 12ПР 006662, виданий 14.04.2011	40	ОК 5. Управління логістичними операціями 38.1 1. Біловодська О.А., Каніщенко О.Л., Борецький Д.С. Економічний зміст збутової стратегії та її реалізація в умовах воєнних викликів і адаптації маркетингових та логістичних рішень. Актуальні проблеми економіки. 2026. №7. С.610- 628. https://doi.org/10.32752/1993-6788-2026-1-301-610-628 2. Kanishchenko O., Chupryna N., Kuznietsova N., Volodymyrov V., Chernysheva O., Zhuravel V. Management of logistics transformation of the educational process. Економічний вісник ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет». 2023. №2. С.66-73. http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2023-2/Kanishchenko.pdf 3. Kafka S., Vardanyan T., Liulchak Z., Kanishchenko O., Kotova M. Development of Omnichannel Logistics Strategies in International Trade. Theoretical and Practical Research in Economic Fields. 2026. Vol.17(3). P. 903-914. https://doi.org/10.14505/tpref.v17.3(39).19 (Scopus)

4. Kanishchenko O., Chupryna N., Kuznietsova N. Ukraine's new international economic strategy: Ecologization of production. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu*. 2022. № 96 (1): P. 45-54.
<https://znwsb.publisherspanel.com/resources/html/article/details?id=232271>
5. Liulchak Z., Ostapenko I., Boiko O., Kanishchenko O., Vlasenko Y. Inclusive Marketing as a Strategic Tool for Company's Development in a Socially Oriented Economy. *International Review of Management and Marketing*. 2025. 15(6). p.202–210.
<https://doi.org/10.32479/irmm.20118>
6. Kanishchenko O. The Impact of Marketing Tools on the Recyclables Circulation in the Circular Economy. *Theoretical and Practical Research in Economic Fields*. 2024. Vol 15. No 4. P. 1051-1062.
[https://doi.org/10.14505/tpref.v14.4\(32\).20](https://doi.org/10.14505/tpref.v14.4(32).20)
7. Kanishchenko O., Kanishchenko O., Katsiuba S. et.al. Wartime Transformation of Advertising Discourse in Ukraine: A Cultural Perspective on Civilian Soft Power. *Journal of Contemporary Central and Eastern Europe*. 2025.
<https://doi.org/10.1080/25739638.2025.2559385> (Scopus)
8. Kanishchenko O. Research of Educational technologies in qualitative professional training of economists. *Економічний вісник ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*. 2022. №1. С. 20-27. <http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2022-1/Harmider.pdf>
- 38.3
1. Канищенко О.Л. Управління міжнародним маркетингом : навчальний посібник / О. Л. Канищенко. Київ : Видавництво Ліра-К, 2026. 196 с.
2. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір : підручник / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. 484 с (П. 8.7, 8.7. Інтернаціоналізація

							маркетингової діяльності С. 424-436). 3. Економічна освіта і наука в Шевченковому університеті в дискурсі минувшини, сучасності та майбуття : монографія / В. А. Бугров, А. І. Ігнатюк, В. Д. Базилевич та ін. ; за заг. ред. А. І. Ігнатюк. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2024. 477 с. (Розділ 10, С. 341-373) 4. 30 років незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні: монографія / Старостіна А.О., Дьоміна О.М. Каніщенко О.Л. та ін.; за заг. ред А.О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. – 339 с. (С. 291-301). 38.4 1. Starostina A.O., Rudenko N.V., Kanishchenko O.L. Zhurylo V.V., Derbenova Y.V., Lozova G.M. Strategic Analysis of National and International Markets. Teaching methodical complex for Master`s degree students of Business Administration and Consulting. Kyiv. NVP Interservice Publishing House, 2025, 80 p. 2. Робоча програма навчальної дисципліни «Управління логістичними операціями» для студентів галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальності D5 Маркетинг освітнього рівня Магістр ОП Маркетинг (обов'язкова дисципліна, заочна форма навчання). 3. Конспект лекцій з навчальної дисципліни "Управління логістичними операціями" для студентів галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальності D5 Маркетинг освітнього рівня Магістр ОП Маркетинг (обов'язкова дисципліна, заочна форма навчання) https://drive.google.com/drive/folders/1Oc-fgp02yO8kvCkUx5Kyq8tv2b6zwwikq?usp=sharing 38.6 Шморгун І.Ю., диплом доктора філософії, захист 29.08.2025 р. 38.8
--	--	--	--	--	--	--	--

							Член редколегії фахових журналів категорії Б: Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ, м. Дніпро (з 2021 року - дотепер) . URL: https://ek-visnik.dp.ua/uk/redaktsij-na-kolehiia-ta-vlasnyk-zhurnalu/ Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки, м.Луцьк (з 2022 року - дотепер) . URL: https://echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/uk/Editorial%20Board 38.11 Міжнародна компанія ТОВ “КНАУФ Гіпс Київ”: проведення тренінгу для представників дилерських мереж і організація регулярних виїзних занять для студентів з тематики міжнародної логістики і управління логістичними операціями. 38.12 1. Каніщенко О., Чуприна Н.М. Концепції управління ефективністю маркетингових проєктів. III Міжнародна науково-практична конференція “Соціально-економічний розвиток у контексті викликів сьогодення” (16 серпня 2025 р.) м. Одеса. https://researcheurope.org/conf-99/ 2. Каніщенко О., Кацюба С. Управління маркетинговими комунікаціями в умовах інтернаціоналізації бізнесу. Третя Міжнародна науково-практична конференція «Бренд-комунікації: проблеми та рішення» (4 травня 2025 р.). Київ, КНУТІШ (Інститут журналістики). 3. Kanishchenko O., Chupryna N. ESG principles in marketing activities of industrial enterprises under military ecocide: the case of Ukraine. IX International Scientific Conference Prospects for the Development of Entrepreneurship from a Global Perspective. Session 3: Innovations and Technological Challenges in Enterprises. April 9, 2025. University of Lodz, Poland 4. Каніщенко О.Л., Середа В.І., Харченко Б.С. Управління
--	--	--	--	--	--	--	---

							міжнародним бізнесом в умовах ескалації геополітичних конфронтацій. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка, облік, фінанси, управління і право: теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку» (16 липня 2024 р.). ЦФЕНД, Київ-Тампере. С. 4-7 5. Каніщенко О.Л., Руденко Н.В. Трансформація міграційних процесів: наслідки геополітичних впливів. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: виклики цифрової глобалізації: тези доповідей XV Міжнародної науково-практичної конференції, пам'яті професора Євгена Крикавського. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024. С. 150-160. https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings 6. Каніщенко О.Л., Харченко Б.С. Трансформація моделей споживчої поведінки на нішевих ринках. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: виклики цифрової глобалізації: тези доповідей XV Міжнародної науково-практичної конференції, пам'яті професора Євгена Крикавського. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2024. С. 396-398. https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings 7. Kharchenko B., Kanischenko O. Shift in consumer motivation in the luxury watch market in the period of global uncertainty. Scientific discussion. Praha, Czech Republic. 2025. Vol 1. No 103. P. 41-45 https://scientific-discussion.com/wp-content/uploads/2025/08/Scientific-discussion-No-103-2025.pdf 38.13 «Методологія та організація економічних наукових досліджень» (англійською мовою) для студентів 1 курсу магістратури денної форми навчання спеціальності «Бізнес адміністрування» (лекцій – 16 годин, семінарських занять –
--	--	--	--	--	--	--	---

							18 годин); «Стратегічний аналіз національних і міжнародних ринків» (англійською мовою) для студентів 2 курсу аспірантури спеціальності «Маркетинг» (лекцій – 12 годин, семінарських занять – 12 годин); «Методологічні і практичні аспекти міжнародного маркетингу» (англійською мовою) для студентів 2 курсу PhD спеціальності «Маркетинг» (лекцій – 18 годин, семінарських занять – 12 годин) 38.14 Науковий керівник здобувачки вищої освіти, яка перемогла у І турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2024/2025 н.р. (II місце, спеціальність Маркетинг Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 38.15 Член журі МАН, секція «Менеджмент і маркетинг» (2023-2026 рр.) 38.19 ГО “Об’єднання маркетологів України”, одна із засновників та член правління (з 2021 року - дотепер). Стажування та підвищення кваліфікації: 1. Krakow university of economics/ European League of Professional evelopment. International postgraduate practical internship “New and innovative teaching methods”. May 05-June 13, 2025. 180 teaching hours (6 credits ECTS). Certificate № 5879/MSAP/2025 2. Спілка рекламистів України. Освітньо-професійна програма «Бренд комунікації: формування та інтеграція», Україна, 5-19 травня 2023 р. (сертифікат № 17в, 60 годин/ 2 кредити ЕКСТ). 3. Спілка рекламистів України. Освітньо-професійна програма «Маркетингові комунікації: інтегрована система, що розвивається», Україна, 13-17 березня 2023 р. (сертифікат 27в, 60 годин/ 2 кредити
--	--	--	--	--	--	--	--

							ЕКСТ 4. Спілка рекламістів України. Освітньо-професійна програма «Івент- маркетинг: сучасні реалії», Україна, 23.01- 3.02 2023 р. (сертифікат № 14в, 45 годин/ 1,5 кредитів ЕКСТ).
252917	Ярош- Дмитренко Людмила Олексіївна	доцент, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом магістра, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050103 Міжнародна економіка, Диплом кандидата наук ДК 010532, виданий 30.11.2012, Атестат доцента АД 016793, виданий 18.02.2025	16	ОК 9. Управління рекламною діяльністю	38.1 1. Руденко Н., Ярош- Дмитренко Л., Падалка К. Адаптація маркетингових комунікаційних стратегій банків до поведінкових змін споживачів в умовах воєнного стану. Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. Том 3 № 47. 2026. 147–158. DOI: https://doi.org/10.29038/2786-4618-2026-03-147-158 2. Kochkina N., Mashchenko S., Prygara O., Yarosh-Dmytrenko L., Gatto G. War as a Catalyst: Ukraine’s Inspiring Narrative for “Made In Ukraine” Pharmaceuticals in the German Market. Access to Justice in Eastern Europe. 2023. Vol. 4(21). Art. a000473. DOI: https://doi.org/10.33327/AJEE-18-6.4-a000473 3. Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О., Коробенко О. М. Стратегія позиціонування інноваційних товарів у контексті сталого споживання. Ефективна економіка. 2025. Вип. 4. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.4.90 4. Журило В. В., Ярош- Дмитренко Л. О. Трансформація ставлення українських споживачів до соціальної відповідальності бізнесу під впливом воєнної агресії. Ефективна економіка. 2025. № 3. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.3.46 5. Starostina A., Zhurylo V., Sereda V. et al. Transformation of Consumer Motivations in the Ukrainian Market of High Technology Products. Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research. 2022. Vol. 12, spec. iss. 28. P. 168–172. 38.3 1. Журило В. В., Пригара О. Ю., Ярош- Дмитренко Л. О.

Формування споживчої лояльності на ринку інноваційних товарів // 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні : монографія / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. С. 186–206.

2. . Ярош-Дмитренко Л. О. Маркетингове планування, Інтерактивні технології в навчальному процесі // Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Ліра-К, 2024. С. 315–324, 469–476.

3. Міжнародна економіка: практикум : навч. посіб. / В. В. Вірченко, А. О. Старостіна, О. Л. Канищенко та ін. ; за ред. В. В. Вірченка, А. О. Старостіної. Київ : Ліра-К, 2024. 348 с. (Авт. внесок: Тема 8).

4. Bilovodska O., Prygara O., Rudenko, N., Yarosh-Dmytrenko L., Bliumska-Danko K., Ponomarenko I. University Rankings and Students' Perception of Educational Quality as Drivers of Reputation and Enrollment Strategy in Service Marketing. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. 2026. Vol 272. Springer, Cham, pp. 193–210. https://doi.org/10.1007/978-3-032-06608-4_10 38.4

1. Старостіна А. О., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Міжнародний бізнес-маркетинг : навч.-метод. комплекс забезпечення викладання навч. дисципліни для студентів ОП «Міжнародна економіка» першого (бакалаврського) рівня. Київ : НВП Інтерсервіс, 2022. 42 с.

2. Innovation strategies in international business : methodological and learning handbook for Master's degree students of International Economics / A. O. Starostina, O. Yu. Prygara, M. V. Petrovsky, L. O. Yarosh-Dmytrenko. Kyiv : Interservice, 2022. 49 p.

3. Маркетинг послуг : навч.-метод. комплекс

							забезпечення викладання навч. дисципліни для студентів ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня / А. О. Старостіна, Н. В. Руденко, О. Ю. Пригара, Л. О. Ярош-Дмитренко. Київ : Професіонал, 2025. 28 с. 4. Маркетинг : навч.-метод. комплекс забезпечення викладання навч. дисципліни для студентів ОПП «Міжнародна економіка» та ОПП «Фінансовий бізнес» першого (бакалаврського) рівня / А. О. Старостіна, Н. В. Руденко, О. Ю. Пригара, Л. О. Ярош-Дмитренко. Київ : Професіонал, 2025. 38 с. 5. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи магістра для здобувачів галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг», ОНП «Бізнес-адміністрування і консультування» з можливістю подвійного дипломування з університетом Мачерата, Італія / А. О. Старостіна, В. В. Журило, О. А. Біловодська, Н. В. Руденко, Л. О. Ярош-Дмитренко. Київ : SBA Print, 2026. 83 с. 6. Ярош-Дмитренко Л. О. Робоча програма з дисципліни «Управління рекламною діяльністю» (заочна форма навчання). Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2026. URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/marketingz/sp/ 7. Нападиста В. Г., Ярош-Дмитренко Л. О. Робоча програма з дисципліни «Корпоративна культура і бізнес-етика» (заочна форма навчання). Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2026. URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/marketingz/sp/ 38.12 1. Prygara O. Yu., Yarosh-Dmytrenko L. Marketing strategies for business resilience during wartime in Ukraine: overcoming challenges // Economic
--	--	--	--	--	--	--	---

and Social Development : Book of Proceedings of the 96th Int. Scient. Conf. (Varazdin, 1–2 June 2023). Varazdin, 2023. P. 176–186.

2. Ярош-Дмитренко Л. О. Диджиталізація маркетингової діяльності підприємств на B2B ринку // Маркетингові технології в управлінні національним та міжнародним бізнесом на зламі епох: виявлення тенденцій та подолання викликів : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. в рамках Форуму EFBM 3.0 (м. Київ, 2024 р.) / за заг. ред. А. І. Ігнатюк. Київ, 2024. URL: https://www.efbm.org/wp-content/uploads/2024/05/Матеріали_конференції_Маркетингові-технології-в-управлінні-1.pdf

3. Журило В. В., Ярош-Дмитренко Л. О. Корпоративна соціальна відповідальність як ключовий напрямок розвитку українського бізнесу в сучасних умовах // Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції : зб. тез VIII всеукр. наук.-практ. конф. (м. Дубляни, 2024 р.) / за заг. ред. А. О. Линдюка, І. І. Гаврилюк. Дубляни, 2024. С. 164–168.

4. Growth Through Loss: Leadership, Resilience, and Strategic Adaptation of Ukrainian Women Refugees / N. Kochkina, M. Floris, L. Yarosh-Dmytrenko, G. Gatto // Academy of Management Proceedings. 2025. Vol. 2025, no. 1. DOI: <https://doi.org/10.5465/AMPROC.2025.20849ab> stract.

5. Ярош-Дмитренко Л. О. Штучний інтелект як інструмент трансформації креативних підходів до реклами // Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, жовтень 2025 р.). Київ, 2025. С. 207–208.

6. Ярош-Дмитренко Л. О., Герасименко Т. В. Внутрішній маркетинг у розвитку організаційної культури державних установ: практики

							країн ЄС та напрями адаптації в Україні. International Scientific and Practical Conference «Science Development: Challenges and Opportunities in a Global Context»: Conference Proceedings (Boston, USA, September 4, 2026). Boston, USA: Golden Quill Publishing, 2026. P. 54 – 57. DOI: https://doi.org/10.64076/GQP-04.09.2026.00938.13 1. Обов’язкова фахова освітня компонента «Креативні рекламні технології» (Creative Advertising Techniques) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 (075) Маркетинг ОП «Маркетинг» денної форми навчання — 120 годин, у тому числі 18 годин лекцій, 20 годин семінарів. 2. Вибіркова фахова освітня компонента «Креативні рекламні технології» (Creative Advertising Techniques) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 051 Економіка ОП «Міжнародна економіка» денної форми навчання — 180 годин, у тому числі 28 годин лекцій, 16 годин семінарів, консультацій — 3. 3. Вибіркова фахова освітня компонента «Креативні рекламні технології» (Creative Advertising Techniques) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг ОНП «Бізнес-адміністрування і консультування» денної форми навчання — 180 годин, у тому числі 28 годин лекцій, 20 годин семінарів, консультацій — 3. 4. Обов’язкова фахова освітня компонента «Start-up маркетинг» (Start-up Marketing) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг ОНП «Бізнес-адміністрування і консультування» денної форми навчання — 180 годин, у тому числі 28 годин лекцій,
--	--	--	--	--	--	--	---

							28 годин семінарів. 38.19 Член професійного об'єднання ГО «Об'єднання маркетологів України» (з 2021 р. - дотепер). Стажування та підвищення кваліфікації за 5 років: 1. Міжнародне науково-педагогічне стажування «Theory and practice of scientific and pedagogical approaches in education» з 14 лютого 2022 року по 14 березня 2022 року (Латвія, ISMA University of Applied Sciences, 6 кр. ЄКТС / 180 год., сертифікат № 1-22/191-22 від 14.03.2022 р.) 2. Програма підвищення кваліфікації «Інтенсив: оновлення сертифікації / Маркетинг ІТ продуктів від Genesis» у 2023 році (Україна, ІТ-компанія Genesis, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат з правом інтеграції курсу у ЗВО) 3. Навчання за програмою підвищення кваліфікації «Сучасний освітній процес: від викликів до забезпечення якості» з 13 вересня 2024 року по 15 вересня 2024 року (Україна, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат б/н) 4. Курс підвищення кваліфікації «Tech Summer for Educators: AI Edition» до 13 серпня 2024 року (Україна, SoftServe Academy, сертифікат серії FJ № 20805/2024 від 13.08.2024 р.) 5. Міжнародне науково-педагогічне стажування «Дидактично-дослідницька діяльність у сучасному університеті: тенденції, виклики, напрями перетворень» за двосторонньою угодою з КНУ імені Тараса Шевченка з 12 серпня 2024 року по 20 вересня 2024 року (Польща, м. Білосток, Білостоцький університет, 6 кр. ЄКТС / 180 год., сертифікат № 49 від 20.09.2024 р.) 6. Програма підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників «Професійний розвиток педагога в умовах освітніх трансформацій» з 08 липня 2025 року по 10 липня 2025 року (Україна, 1 кр. ЄКТС /
--	--	--	--	--	--	--	---

							30 год., сертифікат ПК 38282994/6097-25 від 10.07.2025 р.) 7. Навчання за програмою підвищення кваліфікації «Сучасний освітній процес: від викликів до забезпечення якості 2.0» з 05 вересня 2025 року по 07 вересня 2025 року (Україна, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат б/н) 8. Програма підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників «Професійний розвиток педагога в умовах освітніх трансформацій» з 16 грудня 2025 року по 18 грудня 2025 року (Україна, 1 кр. ЄКТС / 30 год., сертифікат ПК 38282994/10514-25 від 22.12.2025 р.) 9. Навчання за програмою тренінгу «Google ШІ-інструменти для викладачів КНУ імені Тараса Шевченка: персоналізація навчання студентів» з 26 червня 2026 року по 30 червня 2026 року (Україна, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 0,5 кр. ЄКТС / 15 год., сертифікат № AI-KNU-2026/0208 від 30.06.2026 р.) та ін.
341619	Руденко Наталя Валентинівна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Київський університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 2008, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом магістра, Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка, рік закінчення: 2020, спеціальність: 014 Середня освіта, Диплом кандидата наук ДК 048784, виданий 07.10.2008, Атестат доцента 12/ДЦ 027169, виданий 20.01.2011	26	ОК 14. Бізнес-комунікації	38.1 1. Руденко Н., Ярош-Дмитренко Л., Падалка К. Адаптація маркетингових комунікаційних стратегій банків до поведінкових змін споживачів в умовах воєнного стану. Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. Том 3, № 47. 2026. 147–158. DOI: https://doi.org/10.29038/2786-4618-2026-03-147-158/ 2. Герасименко Т. В., Руденко Н. В., Ярош-Дмитренко Л. О. Організаційна культура державних установ: чинники формування та розвитку. Актуальні проблеми економіки. 2026. № 7(301). С. 673–681. DOI: https://doi.org/10.32752/1993-6788-2026-1-301-673-681 3. Transformation of Consumer Motivations in the Ukrainian Market of High Technology

							Products / A. Starostina, V. Zhurylo, V. Sereda, O. Kuzioma, N. Rudenko, L. Yarosh-Dmytrenko. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. 2022. Vol. 12, spec. iss. 28. P. 168–172. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120228/papers/A_29.pdf
							4. Bilovodska, O., Prygara, O., Rudenko, N., Yarosh-Dmytrenko, L., Blumska-Danko, K., Ponomarenko, I. University Rankings and Students' Perception of Educational Quality as Drivers of Reputation and Enrollment Strategy in Service Marketing. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies, 2026, vol 272. Springer, Cham, pp. 193–210. https://doi.org/10.1007/978-3-032-06608-4_10
							5. Digitalization of Innovation Networks: Theoretical and Empirical Issues / V. Omelyanenko, I. Pidorycheva, H. Shevtsova et al. // 2023 46th MIPRO ICT and Electronics Convention (MIPRO) : proceedings (Opatija, Croatia, 2023). Opatija, 2023. P. 109–113. DOI: https://doi.org/10.23919/MIPRO57284.2023.10159948
							6. Digital Infrastructure Business Model: Innovation Ecosystem Framework / O. Omelianenko, V. Omelyanenko, O. Kudrina et al. // 2024 47th MIPRO ICT and Electronics Convention (MIPRO) : proceedings (Opatija, Croatia, 2024). Opatija, 2024. P. 973–976. DOI: https://doi.org/10.1109/MIPRO60963.2024.10569769
							7. Руденко Н. В., Заваденко О. М. Перспективи виходу українського бізнесу в креативних індустріях на європейський ринок. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». 2024. № 29. С. 23–27. DOI: https://doi.org/10.20535/2307-5651.29.2024.30880738.3
							1. Руденко Н. В., Самодай В. П., Машина

							Ю. П. Оцінка брендингу та застосування цифрових маркетингових технологій у компанії Microsoft // 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні : монографія / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. С. 248–265. URL: https://www.researchgate.net/publication/362677660 2. Самодай В. П., Машина Ю. П., Руденко Н. В. Сучасні тенденції впливу фінансових криз на трансфер технологій та інновацій у світовій економіці // Інновації і трансфер технологій: методи, моделі та механізми управління : колект. монографія / за ред. В. А. Омеляненка. Суми : Ін-т стратегій інновац. розвитку і трансферу знань, 2023. Розд. 6. С. 149–180. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.7785703 3. Біловодська О.А., Руденко Н.В., Пашук Л.В. Контроль маркетингу, організаційні структури маркетингу та маркетинг персоналу / Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник. Вид. 2-ге доп. та перероб. / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. С. 338-352. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.21194518 4. Старостіна А. О., Руденко Н. В., Кравченко В. А. Основні узагальнені результати 8-го академічного маркетингового дослідження поведінки покупців «Штучний інтелект в електронній комерції: погляди та досвід студентської молоді». Київ : ГО «Об'єднання маркетингологів України», 2024. 15 с. URL: https://omu.marketing/osnovni-uzagalneni-rezultaty-8-go-akademichnogo-marketyngovogo-doslidzhennya-povedinky-pokupcziv-shtuchnyj-intelekt-v-elektronnij-komercziyi-poglyady-ta-dosvid-studentskoyi-molodi/ 5. Підготовка професіоналів з управління національним і міжнародним бізнесом:
--	--	--	--	--	--	--	---

навчання для успіху / А. О. Старостіна, О. Л. Каніщенко, О. Ю. Пригара, Н. В. Руденко // Економічна освіта і наука в Шевченковому університеті в дискурсі минувшини, сучасності та майбуття : монографія / за заг. ред. А. І. Ігнатюк. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2024. С. 341–373. ISBN 978-966-933-271-4.

6. Руденко Н. В., Середа В. І. Розділи 16–17 // Міжнародна економіка : практикум : навч. посіб. / В. В. Вірченко, А. О. Старостіна, О. Л. Каніщенко та ін. ; за ред. В. В. Вірченка, А. О. Старостіної. Київ : Ліра-К, 2024. 348 с.

7. Ukraine's Cultural Evolution: Unveiling Profound Shifts Through the Lens of War-Driven Migration / N. Kochkina, M. Floris, L. Yarosh-Dmytrenko, N. Rudenko // Handbook of Cross-Cultural Management / ed. by A. Presbitero, V. Taras. Cheltenham : Edward Elgar Publishing, 2026. P. 2–32. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781035331048.00008> (Scopus).

38.4
Старостіна А.О., Журило В.В., Біловодська О.А., Руденко Н.В., Ярош-Дмитренко Л.О.
Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи магістра для здобувачів галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг», ОНП «Бізнес-адміністрування і консультування» з можливістю подвійного дипломування з університетом Мачерата, Італія. / А. О. Старостіна, В. В. Журило, О. А. Біловодська, Н. В. Руденко, Л. О. Ярош-Дмитренко. Київ : SBA Print, 2026. 84 с. ISBN 978-617-8919-86-3

Strategic Analysis of National and International Markets : teaching methodical complex for Master's degree students of Business Administration and Consulting / A. O. Starostina, N. V. Rudenko, O. L. Kanishchenko, V. V. Zhurylo et al. Kyiv : NVP Interservice Publishing House, 2025. 80 p. ISBN

								978-966-999-510-0. Маркетинг : навч.-метод. комплекс забезпечення викладання навч. дисципліни / А. О. Старостіна, Н. В. Руденко, О. Ю. Пригара, Л. О. Ярош-Дмитренко. Київ : Професіонал, 2025. 38 с. ISBN 978-611-01-3544-3. Руденко Н. В. Робоча програма з дисципліни «Бізнес-комунікації» (заочна форма навчання). Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2025. URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/marketingz/sp/. Руденко Н. В. Електронний навчально-методичний комплекс з дисципліни «Бізнес-комунікації» для здобувачів вищої освіти ОПІ «Маркетинг» (Google Classroom). URL: https://classroom.google.com/c/ODc3Njg5MjQ3NTI1?hl=ru&cjc=m2s3mc4j. 38.10 11-21.11.2024 NAWA Job Shadowing Nicolaus Copernicus University in Torun (Poland). Certificate from 21/11/2024 38.14 Науковий керівник здобувача вищої освіти (Мішина Олександра), який переміг у II турі Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 Маркетинг за першим (бакалавр) та другим (магістр) рівнями вищої освіти (I місце, Хмельницький національний університет, 2025 р.). 38.19 Член профспілки економічного факультету КНУ імені Тараса Шевченка (з 2018 р. - дотепер) Член професійного об'єднання ГО «Об'єднання маркетологів України» Стажування та підвищення кваліфікації за 5 років: 1. Міжнародний дистанційний курс підвищення кваліфікації «Teaching and research in a contemporary university: challenges, solutions and perspectives» з 06 березня 2023 року по 14 квітня 2023 року (Польща, University of Bialystok (UwB), 6 кр.
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							ЄКТС / 180 акад. год., сертифікат № 54 від 14.04.2023 р.) 2. Програма підвищення кваліфікації «Основи тестології та розробки тестових завдань» (щодо розроблення та експертизи завдань ЄФВВ предметного тесту з економіки та міжнародної економіки) у квітні– травні 2023 року (Україна, МОН України, НМЦ вищої та фахової передвищої освіти, 1 кр. ЄКТС / 30 акад. год., сертифікат б/н від червня 2023 р.) 3. Курс «Розроблення професійних стандартів» у квітні 2024 року (Україна, Національне агентство кваліфікацій, 1,5 кр. ЄКТС / 45 акад. год., сертифікат № 1031 від 11.04.2024 р.) 4. Програма підвищення кваліфікації «Економічна взаємозалежність країн і військові конфлікти. Бізнес у ХХІ столітті» в межах проекту Еразмус+ Модуль Жан Моне EuSANU (№ 101126795) з 08 квітня 2024 року по 07 червня 2024 року (Україна, ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», 2 кр. ЄКТС / 60 акад. год., сертифікат № 4353) 5. Програма науково- педагогічного стажування «Стратегічна автономія та конкурентоспроможніс ть ЄС в новій глобальній економіці» в межах проекту Еразмус+ Модуль Жан Моне EuCompet (№ 101176059) з 11 листопада 2024 року по 24 лютого 2025 року (Україна, ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», 2 кр. ЄКТС / 60 акад. год., сертифікат № 4892) 6. Освітньо-професійна програма підвищення кваліфікації «Маркетингові дослідження: новітні тренди та технології» з 11 листопада 2024 року по 15 листопада 2024 року (Україна, 1 кр. ЄКТС / 30 акад. год., сертифікат № 15В) 7. Професійно-освітня програма підвищення кваліфікації «Особистий бренд: формування та розвиток» з 16 червня
--	--	--	--	--	--	--	--

							2025 року по 19 червня 2025 року (Україна, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 1 кр. ЄКТС / 30 акад. год., сертифікат № 31) 8. Програма підвищення кваліфікації «Економічна взаємозалежність країн і військові конфлікти. Бізнес у XXI столітті: 3.0» з 02 лютого 2026 року по 27 квітня 2026 року (Україна, ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», 2 кр. ЄКТС / 60 акад. год., сертифікат № 7030) та ін.
94766	Старостіна Алла Олексіївна	професор, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Київський орденна Леніна державний університет ім. Т.Г. Шевченка, рік закінчення: 1976, спеціальність: політекономія, Диплом доктора наук ДД 000958, виданий 08.12.1999, Аттестат професора ПР 000189, виданий 15.11.2000	46	ОК 3. Маркетингове консультування	38.1 1. Starostina A., Panasiuk Y. Marketing consulting and flexible emergency decision-making under conditions of uncertainty: An empirical review of Ukrainian business. Ekonomichnyi visnyk Derzhavnoho vyshchoho navchalnoho zakladu “Ukrainskyi derzhavnyi khimiko-teknologichnyi Universytet”. 2025. Vol. 2. P. 218–223. DOI: 10.32434/2415-3974-2025-22-2-218-223. 2. Starostina A., Panasiuk Yu. Brand deletion as a flexible emergency decision in the BANI world. Bulletin of Mariupol State University. Series: Economics. 2025. Vol. 15(30). P. 70–83. DOI: 10.34079/2518-1394-2025-15-30-70-83. 3. Starostina A. O., Panasiuk Yu. M. Qualitative stochastic modeling of the process of making flexible emergency decisions in conditions of uncertainty. Economic Bulletin of the Ukrainian State University of Chemical Technology. 2024. Vol. 20(2). P. 125–130. DOI: 10.32434/2415-3974-2024-20-2-125-130. 4. Prygara O., Nagachevska T., Starostina A., Kuzioma O., Moskalyuk N. Strategy for Promoting Innovative Products in International Markets. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. 2023. Vol. 13(1). P. 222–228. DOI: www.doi.org/10.33543/1301 5. Starostina A., Kravchenko V., Petrovsky M. An Innovative Technique to Define Marketing

Research Objective. TEM Journal. 2022. Vol.11(2). P. 955–963. <https://doi.org/10.18421/tem112-59>

6. Starostina, A., Kochkina, N., Adami, C. Economic Intelligence Index and Trade Flow Analysis. Journal of International Studies. 2022. Vol.15(2), pp. 9-23. DOI: 10.1454/2071-8330.2020/15-2/1.

7. Starostina A., Zhurylo V., Sereda V., Kuzioma O., Rudenko N., Yarosh-Dmytrenko L. Transformation of Consumer Motivations in the Ukrainian Market of High Technology Products. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. 2022. Vol. 12(2), SI. P. 168–172. <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000830963300029>

8. Starostina A., Adami K., Yukhymchuk S. Consumer behavior model for organic products an empirical study of UK market. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Економіка. 2026. № 1(228). С. 141–149. <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2026/228-1/15>

9. Starostina A., Kravchenko V., Stepanets O. Technological, Scientific and Social Drivers of Open Innovations in the Context of Military and Socio-economic Crisis: Ukraine's Experience, Zeszyty, Naukowe WSB w Poznaniu, 2024. Vol. 100. Issue (2024). P.23-38. <https://doi.org/10.58683/dnswsb.583>

10. Starostina A., Kravchenko V., Prygara O., Bilovodska O., Zhurylo V. Risk Management Strategies of Generation Z Consumers in Online Shopping. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. 2025. Vol. 240. Springer, Cham, pp. 243-259. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_14 (Scopus).

38.3

1. Старостіна А.
Маркетингові

								дослідження національних та міжнародних ринків. Підручник. Київ: ТОВ “Видавництво Ліра-К”, 2026. 316 с. 2. Старостіна А. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір. Підручник. За заг. ред. А.О. Старостіна. Київ: ТОВ “Видавництво Ліра-К”, 2024. 484с. 3. 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні: монографія / [Старостіна А.О., Дьоміна О.М., Телетов О.С., Бочко О.Ю. та ін.] ; за заг. ред. А.О. Старостіної. Київ: Інтерсервіс, 2022. 339 с. URL: https://omu.marketing/wp-content/uploads/2022/04/1_go_monografiya_30_03_22.pdf. 38.4 1. Старостіна А.О., Дербеньова Я.В. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з навчальної дисципліни «Стратегічний аналіз міжнародних ринків» для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання ОПП «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг освітнього ступеню «магістр». Київ , 2026. 30 с. https://h1.nu/1EcEU 2. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи магістра для здобувачів вищої освіти денної форми навчання ОНП «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг». / А. О. Старостіна, В. В. Журило, О. А. Біловодська. Київ : SBA Print, 2026. 86 с. ISBN 978-617-8919-85-6. 3. Старостіна А.О., Журило В.В., Біловодська О.А., Руденко Н.В., Ярош-Дмитренко Л.О. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи магістра для здобувачів галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг», ОНП «Бізнес-адміністрування і консультування» з можливістю подвійного дипломування з
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							університетом Мачерата, Італія. / А. О. Старостіна, В. В. Журило, О. А. Біловодська, Н. В. Руденко, Л. О. Ярош- Дмитренко. Київ : SBA Print, 2026. 84 с. ISBN 978-617-8919-86-3 4. Старостіна А. О., Журило В. В., Біловодська О. А. Методичні рекомендації до організації та проведення виробничої (переддипломної) практики для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання галузі знань Д «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності Д5 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг». Київ : SBA Print, 2026. 51 с. 5. Старостіна А.О. Робоча програма з навчальної дисципліни "Маркетингове консультування". Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2025-2026 рр. (заочна форма навчання). URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/marketingz/sp/ 6. Старостіна А.О. Робоча програма з навчальної дисципліни "Маркетингове консультування" (денна форма навчання). Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2024-2026 рр. https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/%d0%bc%d0%bo%d1%80%d0%ba%d0%b5%d1%82%d0%b8%d0%bd%d0%b3/%d1%81%d1%82%d1%80%d1%83%d0%ba%d1%82%d1%83%d1%80%d0%bo-%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%bo%d0%bc%d0%b8/ 7. Старостіна А.О. Електронний курс «Маркетингове консультування». URL: https://classroom.google.com/c/NzkyNjg3MTMwNjg2?cjc=6nicjpqb 8. Starostina A.O., Rudenko N.V., Kanishchenko O.L., Zhurylo V.V., Derbenova Y.V. Strategic Analysis of National and International Markets. Teaching methodical complex for Master`s degree students of Business Administration and Consulting. Kyiv. NVP Interservice Publishing House, 2025. 80 p. 9. Starostina A.O.,
--	--	--	--	--	--	--	---

							Prygara O. Yu., Petrovsky M. V., Yarosh-Dmytrenko L. O. Методичні рекомендації “Innovation strategies in international business” Київ: НВП Інтер-сервіс. 2022. 48 с. 38.6 Наукове керівництво дисертаційною роботою “Стратегія диверсифікації міжнародної діяльності підприємств металургійної галузі України”, що захищена зі спеціальності 051 Економіка, 2022 р., https://dir.ukrintei.ua/view/okd/c52b88b141c3b31953741e1329889ed9; Наукове керівництво дисертаційною роботою “Маркетингове консультування в умовах прийняття гнучких екстрених рішень”, що захищена зі спеціальності 075 Маркетинг, 2026 р., https://dir.ukrintei.ua/view/okd/e83335ebeod52c4693e071024e3baa9e 38.8 Член редакційних колегій фахових видань категорії Б: «Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Економіка» (з 2000 р.- дотепер) https://econom.bulletin.knu.ua/uk/edboard; «Збірник наукових праць Українського державного хіміко-технологічного університету» (з 2015 р.- дотепер) https://ek-visnik.dp.ua/uk/redaktsijna-kolehiia-ta-vlasnyk-zhurnalu/ «Вісник Одеського національного університету. Серія Економіка” (до червня 2026 р.) Виконання функцій наукового керівника ініціативної теми кафедри «Інноваційні стратегії суб’єктів господарювання в умовах реалізації моделі сталого розвитку України у повоєнний період» 38.10 Керівник програми подвійного дипломування Business Administration and Consulting /Global Politics and International Relations між Київським національним університетом імені Тараса Шевченка та Університетом Мачерата (Італія)
--	--	--	--	--	--	--	--

							згідно з Угодою між відповідними університетами від 29 травня 2013 року та додаткових угод від 9 грудня 2014 року та 23 квітня 2018 року до тепер. 38.12 1. Старостіна А. О., Панасюк Ю. М. Маркетингове консультування в умовах турбулентних змін бізнес-середовища. Об'єднані наукою: перспективи міждисциплінарних досліджень: збірник матеріалів IX Всеукраїнської 9 науково-практичної конференції (Київ, 17–18 листопада 022 р.). Київ, 2022. С. 145–146. 2. Старостіна А.О., Кравченко В.А. Звіт за результатами 2-го щорічного опитування щодо проблем використання ІІІ-LLM у вищих навчальних закладах. ГО «Об'єднання маркетологів України», Київ, 2024. 32 с. URL: https://omu.marketing/akademichni-marketyngovi-doslidzhennya/ 3. Старостіна А.О., Кравченко В.А і інші. Фінальний звіт за результатами 2-го щорічного опитування щодо проблем використання в університетах України штучного інтелекту на основі великої мовної моделі (ІІІ-LLM), червень –серпень 2024 р. ГО «Об'єднання маркетологів України», Київ, 2024. 41 с. URL: https://omu.marketing/akademichni-marketyngovi-doslidzhennya/ 4. Старостіна А.О., Кравченко В.А. Звіт за результатами експертного опитування щодо стану академічних маркетингових досліджень в університетах України. ГО «Об'єднання маркетологів України», Київ, 2024. 40 с. URL: https://omu.marketing/akademichni-marketyngovi-doslidzhennya/ 5. Старостіна А.О., Кравченко В.А. Звіт за основними результатами 5-го академічного маркетингового дослідження: «Споживча поведінка молодих інтернет-покупців в умовах
--	--	--	--	--	--	--	---

							карантинних обмежень». ГО «Об'єднання маркетологів України», Київ, 2024. 26 с. URL: https://omu.marketing/akademichni-marketyngovi-doslidzhennya/ 6. Старостіна А. О., Кравченко В. А. Звіт за основними результатами 6-го академічного маркетингового дослідження: «Споживча поведінка студентської молоді на «Великих Розпродажах»: реальні та потенційні покупки». ГО «Об'єднання маркетологів України», Київ, 2024. 51 с. URL: https://omu.marketing/akademichni-marketyngovi-doslidzhennya/ 7. Старостіна А.О., Кравченко В.А. Звіт за основними результатами 7-го академічного маркетингового дослідження поведінки покупців. ГО «Об'єднання маркетологів України», Київ, 2024. 30 с. URL: https://omu.marketing/akademichni-marketyngovi-doslidzhennya/ 8. Старостіна А. О., Руденко Н.В., Кравченко В. А. Основні узагальнені результати 8-го академічного маркетингового дослідження поведінки покупців «Штучний інтелект в електронній комерції: погляди та досвід студентської молоді» (січень 2024 р.). ГО «Об'єднання маркетологів України», Київ, 2024. 15 с. URL: https://omu.marketing/akademichni-marketyngovi-doslidzhennya/ 38.14 - переможці І туру у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг» (м. Київ) – І місце, 2023-2026 рр.; - переможець І туру у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг» (м. Київ) – ІІ місце, 2026 р. Член журі І туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 075 Маркетинг Київський
--	--	--	--	--	--	--	--

							національний університет імені Тараса Шевченка, 2022-2026 рр.) 38.19 1. Засновник і голова правління ГО «Об'єднання маркетологів України» (з 2021 р – і дотепер). 2. Член Всеукраїнської асоціації економістів – міжнародників (з 2015 р. - дотепер) Стажування та підвищення кваліфікації за 5 років 1. Міжнародна зимова школа «Україна-ЄС: кроки до вступу» (2025 р., сертифікат №107JST04-CE01-435, 60 годин/ 2 кредити ЄКТС); 2. Upper-intermediate English course (B2) (2025 р., 120 годин/ 4 кредити ЄКТС).
339754	Каніщенко Олена Леонідівна	професор, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Київський ордена Леніна державний університет ім. Т.Г.Шевченка, рік закінчення: 1982, спеціальність: політична економія, Диплом доктора наук ДД 006754, виданий 02.07.2008, Атестат професора 12ПР 006662, виданий 14.04.2011	40	ОК 1. Методологія та організація економічних наукових досліджень (з основами інтелектуальної власності)	38.1 1. Harmider L., Ivanova M., Kanischenko O. Research of Educational technologies in qualitative professional training of economists (Дослідження освітніх технологій у якісній професійній підготовці економістів). Економічний вісник ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», 2022, №1, С. 20-27. https://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2022-1/Harmider.pdf 2. Каніщенко О.Л., Чуприна Н.М., Доценко Г.Є., Журавель В.В, Худомака М.А. Дослідження умов трансформації освітнього процесу в умовах військової агресії. Економічний вісник ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», 2024, №2, С.48-54. http://dx.doi.org/10.32434/2415-3974-2024-20-2-48-54 3. Lozova A., Kanishchenko O., Kushchinska O., Spasichenko O. Intellectual capital as a factor of Ukraine's competitiveness in the condition of war. Економічний вісник ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», 2023, №1, С. 139-149 4. Каніщенко О., Циганкова Т., Мисько

Д. Методологія управління репутаційним іміджем міжнародної компанії. Міжнародна економічна політика, вип. 44 (1), 2026. с. 82-102.
<https://doi.org/10.33111/iep.2026.44.05>

5. Kanischenko O. Inclusive marketing as a strategic tool for company's development in a socially oriented economy. International review of management and marketing. 2025. Vol. 15, No 6. P. 202-210.
<https://www.econjournal.s.com/index.php/irmm/article/view/20118/9345>

6. Kanischenko O. Kanischenko O. Katsiuba S. et.al. Wartime Transformation of Advertising Discourse in Ukraine: A Cultural Perspective on Civilian Soft Power. Journal of Contemporary Central and Eastern Europe. 2025.
<https://doi.org/10.1080/25739638.2025.2559385>
 Scopus Q1

7. Kanischenko O. The Impact of Marketing Tools on the Recyclables Circulation in the Circular Economy. Theoretical and Practical Research in Economic Fields. Vol 15. No 4 (2024). P. 1051-1062.
 DOI:
[https://doi.org/10.14505/tpref.v14.4\(32\).20](https://doi.org/10.14505/tpref.v14.4(32).20)

8. Research of Educational technologies in qualitative professional training of economists. Економічний вісник ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет». 2022. №1. С. 20-27. <http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2022-1/Harmider.pdf>

9. Kanishchenko O., Chupryna N., Kovalova M., Kuznietsova N. Marketing research on the adaptation of industrial enterprises of Ukrainian the condition of martial law. Наукові записки Національного університету «Острозька академія» : серія «Економіка». Острог : Вид-во НаУОА, 2025. № 39(67). С. 51-56.
[https://ecj.oa.edu.ua/assets/files/NZ_ek_Vyp_39\(67\).pdf](https://ecj.oa.edu.ua/assets/files/NZ_ek_Vyp_39(67).pdf)

38.3

10. Канищенко О.Л. Управління міжнародним маркетингом :

							навчальний посібник / О. Л. Каніщенко. Київ : Видавництво Ліра-К, 2026. 196 с. 11. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір : підручник / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. 484 с (П. 8.7, 8.7. Інтернаціоналізація маркетингової діяльності С. 424-436). 12. Каніщенко О.Л., Гармидер Л.Д. Контroversивність визначення міжнародного маркетингу в умовах сучасної глобалізації. 30 років незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні: монографія / Старостіна А.О., Дьоміна О.М. Каніщенко О.Л. та ін.; за заг. ред А.О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. 339 с. (С. 291-301) 13. Каніщенко О.Л., Пригара О.Ю., Руденко Н.В., Старостіна А.О., ін. Підготовка професіоналів з управління національним і міжнародним бізнесом: навчання для успіху Економічна освіта і наука в Шевченковому університеті в дискурсі минулщини, сучасності та майбуття : монографія / В. А. Бугров, А. І. Ігнатюк, В. Д. Базилевич та ін. ; за заг. ред. А. І. Ігнатюк. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2024. 477 с. (Розділ 10, С. 341-373) 38.4 14. Starostina A.O., Rudenko N.V., Kanishchenko O.L. Zhurylo V.V., Derbenova Y.V., Lozova G.M. Strategic Analysis of National and International Markets. Teaching methodical complex for Master`s degree students of Business Administration and Consulting. Kyiv. NVP Interservice Publishing House, 2025. 80 p.(ОНП PhD D5 Маркетинг) 15. Робоча програма навчальної дисципліни «Методологія і організація економічних наукових досліджень(з основами інтелектуальної власності) для студентів галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальності D5 Маркетинг
--	--	--	--	--	--	--	--

							освітнього рівня Майстр ОП Маркетинг (обов'язкова дисципліна) 16. Working program of educational discipline “Methodology and organization of economic scientific research including Intellectual property” for students of educational area D Management, administration and law, educational program D5 Marketing, specialty Business Administration (Masters, compulsory) 38.6 Аспірант Шморгун І.Ю. отримав диплом доктора філософії, захист 29.08.2025 р. 38.8 Член редколегії фахових журналів категорії Б: Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ, м. Дніпро, (з 2021 року - дотепер) . URL: https://ek- visnik.dp.ua/uk/redaktsij- na-kolehiia-ta-vlasnyk- zhurnalu/ Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки, м.Луцьк (з 2022 року - дотепер) . URL: https://echas.vnu.edu.ua /index.php/echas/uk/Ed itorial%20Board 38.11 Міжнародна компанія ТОВ “КНАУФ Гіпс Київ”: проведення тренінгу для представників дилерських мереж і організація регулярних виїзних занять для студентів з тематики міжнародної логістики і управління логістичними операціями. 38.12 1. Kharchenko B., Kanishchenko O. Shift in consumer motivation in the luxury watch market in the period of global uncertainty. Scientific discussion, 2025. Vol 1.No 103. P. 41-45 https://scientific- discussion.com/wp- content/uploads/2025/o 8/Scientific-discussion- No-103-2025.pdf 2. Kanishchenko O., Chupryna N. ESG principles in marketing activities of industrial enterprises under military ecocide: the case of Ukraine. IX International Scientific Conference Prospects for the Development of Entrepreneurship from a Global Perspective.
--	--	--	--	--	--	--	---

								Session 3: Innovations and Technological Challenges in Enterprises (April 9, 2025). University of Lodz, Poland 3. Канищенко О., Кацюба С. Управління маркетинговими комунікаціями в умовах інтернаціоналізації бізнесу. Третя Міжнародна науково-практична конференція «Бренд-комунікації: проблеми та рішення» (14 травня 2025 р.). Київ, КНУТІП (Інститут журналістики). 4. Канищенко О., Чуприна Н.М. Мотиваційні пріоритети здобувачів освіти в умовах військового стану. Круглий стіл «Нові реалії повоєнного суспільства України: управління, бізнес, гостинність, культура» (09-10 квітня 2025 року). ННІ «Український державний хіміко-технологічний університет» УДУНТ, м. Дніпро, Україна. 5. Канищенко О., Чуприна Н.М. Концепції управління ефективністю маркетингових проєктів. ІІІ Міжнародна науково-практична конференція “Соціально-економічний розвиток у контексті викликів сьогодення” (6 серпня 2025 р.) м. Одеса. https://researcheuropa.org/conf-99/ 6. Канищенко О.Л., Чуприна Н., Кузнецова Н. Міжнародний маркетинг в умовах геополітичних конфронтацій. Маркетингові технології в управлінні національним та міжнародним бізнесом на зламі епох: формування тенденцій та подолання викликів. Матеріали ІІІ Міжнародного форуму EFBM 3.0 «Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління. Від відновлення до зростання» / за заг. ред. проф. А. І. Ігнатюк : Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. С. 46-47. 7. Канищенко О.Л., Харченко Б.С. Трансформація моделей споживчої поведінки на нішевих ринках. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: виклики цифрової глобалізації: тези доповідей XV
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							Міжнародної науково-практичної конференції, пам'яті професора Євгена Крикавського. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024. С. 396-398. https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings 8. Канищенко О. Л., Чуприна Н.М. Маркетингове обґрунтування відновлення проєктів об'єктів нерухомості. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали V-ої Міжнародної науково-практичної конференції (16-17 травня 2024 р.). / За заг. редак. проф. Ткаченко А.М. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. С 363-366 9. Канищенко О.Л., Серєда В.І., Харченко Б.С. Управління міжнародним бізнесом в умовах ескалації геополітичних конфронтацій. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка, облік, фінанси, управління і право: теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку» (16 липня 2024 р.). ЦФЕНД, Київ-Тампере. С. 4-7. 38.13 «Методологія та організація економічних наукових досліджень» (англійською мовою) для студентів 1 курсу магістратури денної форми навчання спеціальності «Бізнес адміністрування» (лекцій – 16 годин, семінарських занять – 18 годин); «Стратегічний аналіз національних і міжнародних ринків» (англійською мовою) для студентів 2 курсу аспірантури спеціальності «Маркетинг» (лекцій – 12 годин, семінарських занять – 12 годин); «Методологічні і практичні аспекти міжнародного маркетингу» (англійською мовою) для студентів 2 курсу PhD спеціальності «Маркетинг» (лекцій – 18 годин, семінарських занять – 12 годин)
--	--	--	--	--	--	--	--

							38.14 Науковий керівник здобувачки вищої освіти, яка перемогла у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2024/2025 н.р. (II місце, спеціальність Маркетинг Київський національний університет імені Тараса Шевченка). 38.15 Член журі МАН, секція «Менеджмент і маркетинг» (2023-2026 рр.) 38.19 ГО «Об'єднання маркетологів України», одна із засновників та член правління (з 2021 р. і дотепер). Стажування та підвищення кваліфікації: 1. Krakow university of economics/ European League of Professional evelopment. International postgraduate practical internship “New and innovative teaching methods”. May 05-June 13, 2025. 180 teaching hours (6 credits ECTS). Certificate № 5879/MSAP/2025 2. Спілка рекламистів України. Освітньо-професійна програма «Бренд комунікації: формування та інтеграція», Україна, 5-19 травня 2023 р. (сертифікат № 17в, 60 годин/ 2 кредити ЕКТС). 3. Спілка рекламистів України. Освітньо-професійна програма «Маркетингові комунікації: інтегрована система, що розвивається», Україна, 13-17 березня 2023 р. (сертифікат 27в, 60 годин/ 2 кредити ЕКТС) 4. Спілка рекламистів України. Освітньо-професійна програма «Івент-маркетинг: сучасні реалії», Україна, 23.01-3.02 2023 р. (сертифікат № 14в, 45 годин/ 1,5 кредитів ЕКТС).
52812	Длігач Андрій Олександрович	доцент, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», рік	27	ОК 10. Стратегічне управління / Strategic Management (викладається англійською мовою)	38.1 1. Длігач А. О., Пономарьов Р. О. Вплив на поведінку користувачів послуг в умовах індустрії 4.0. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2026. Том 3, № 5. С. 566-576.

				закінчення: 1995, спеціальність: 7.03050701 маркетинг, Диплом спеціаліста, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», рік закінчення: 1995, спеціальність: 7.04030101 прикладна математика, Диплом доктора наук ДД 005826, виданий 29.09.2016, Диплом кандидата наук ДК 004298, виданий 13.10.1999, Атестат доцента 12ДЦ 027705, виданий 14.04.2011		https://doi.org/10.60022/3(5)-66S 2. Dligach, A. The Human Capital Gap in Wartime Ukraine: Business Adaptation and the State–Business–Education Model for Recovery. Ianna Journal of Interdisciplinary Studies. 2026. Vol. 8, No. 2, pp. 132–145. (Scopus Q2) https://doi.org/10.5281/zenodo.20454565 https://iannajournalofinterdisciplinarystudies.com/index.php/1/article/view/1482 3. Dligach, A.. Economic transformation and the institutional environment for entrepreneurship in times of change, using Ukraine as an example. Journal of Project Management. 2025. Vol. 11, pp. 181-192. (Scopus Q2, Web of Science) https://doi.org/10.5267/jjpm.2025.10.001 4. Dligach, A., Stavyttsky, A. The Global Economic Model in Crisis: An Analysis of the Obstacles to the Sustainable Development Goals. Sustainability. 2025. Vol. 17, Issue 19, pp. 8537. (Scopus Q2) https://doi.org/10.3390/su17198537 5. Длігач А. О., Гвоздей Н. І., Білошкурський М. В. Аналіз інноваційних моделей адаптивного управління на промислових підприємствах: теоретичні засади та практичні аспекти застосування (Dligach, A., Gvozdej, N., Biloshkurskyi, M. Analysis of innovative models of adaptive management in industrial enterprises: Theoretical foundations and practical application). Філософія та управління (Philosophy and Governance). 2025. No 1(5), pp. 66-75. https://www.eu-scientists.com/index.php/fag/article/view/79 6. Dligach, A., Stavyttsky, A. Resilience Factors of Ukrainian Micro, Small, and Medium-Sized Business. Economies. 2024. Vol. 12, Iss. 12, 319, pp. 2-25. (Scopus Q2) https://doi.org/10.3390/economies12120319 7. Goi, V., Ahieieva, I., Mamonov, K., Pavliuk, S. and Dligach, A. The Impact of Digital
--	--	--	--	--	--	---

							Technologies on the Companies' Strategic Management. Economic Affairs. 2023. Vol. 68, No. 02, pp. 1291-1299, June 2023. (Scopus) https://doi.org/10.46852/0424-2513.2.2023.338 . 8. Dligach, A., Tegipko, S., Zamula, I., Arestenko, T. and Vasiuta, V. Marketing Communication during the Crisis: Strategies for Customer Recovery and Retention. Economic Affairs. 2023. Vol. 68, No. 04, pp. 2239-2247. (Scopus) https://doi.org/10.46852/0424-2513.4.2023.3238.3 1. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір: підручник / За заг. ред. А. О. Старостіної. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. 484 с. (ISBN 978-617-520-673-7. [Розділи підручника: Длігач А.О. Стратегія ціноутворення; Розробка стратегії ціноутворення; Бренд-менеджмент; Системно- рефлексивне управління та маркетинг; Інструменти стратегічного управління.] 2. Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки та управління в умовах глобальних змін: колективна монографія. Полтава: ПП "Астрія", 2026. 243 с. [Стаття у розділі 4. "Маркетинг": Длігач А.О. Поведінкова економіка в системно-рефлексивному управлінні бренд-комунікаціями: модель 5А. С. 181-190.] https://doi.org/10.64076/CFER-25.06.2026.01038.4 1. Длігач А.О. Робоча програма з навчальної дисципліни «Стратегічне управління / Strategic Management». Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2025 (ОП «Маркетинг», Магістр, денна та заочна форми навчання). URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/маркетинг/структура-програми/ 2. Длігач А.О. Робоча програма з навчальної дисципліни «Стратегічне управління / Strategic Management». Київ: КНУ імені Тараса
--	--	--	--	--	--	--	--

							Шевченка, 2025 (ОП «Міжнародна економіка», Магістр, денна та заочна форми навчання). https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/international-economy/структура-програми/ 3. Длігач А.О. Робоча програма з навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг / Strategic Marketing». Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2025 (ОП «Економічна кібернетика», Магістр, денна форма навчання). URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/economic-cybernetics/sp/ 4. Длігач А.О. Робоча програма з навчальної дисципліни «Теорія та практика бізнес-консалтингу». Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2025 (ОП «Бізнес-консалтинг», Магістр, денна форма навчання). URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/business_consulting_dual/sp-2/ 5. Длігач А.О. Робоча програма з навчальної дисципліни «Міжнародне ціноутворення» Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2025 (ОП «Міжнародна економіка», Бакалавр, денна форма навчання). URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/undergraduate_courses/international-economics/sp/ 6. Длігач А.О. Робоча програма з навчальної дисципліни «Ринки країн світу». Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2025 (ОП «Маркетинг», Бакалавр, денна форма навчання). URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/undergraduate_courses/marketyng/sp/ 7. Длігач А.О. Робоча програма з навчальної дисципліни «Маркетингова цінова політика». Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2025 (ОП «Маркетинг», Бакалавр, денна форма навчання). URL: https://econom.knu.ua/educational-programs/undergraduate
--	--	--	--	--	--	--	--

							—courses/marketing/sp/ 38.8 Член редакційної ради міжнародного професійного журналу «Маркетинг і реклама» (при Спільці рекламистів України) (з 2025 р. – дотепер). 38.10 1. Участь у міжнародному дослідницькому проекті від Бізнес-школи Університету Норд (NUBS, Норвегія) в рамках конкурсу Наукової ради Норвегії "Дослідницький проект для молодих учених" (FRIPRO): Nord University Business School “Accountability and Result-ability of International Economic Support to Ukraine from Democratic Non-EU Countries during Wartime” (ARIES), 2024-2025 pp., (м. Bodø, Норвегія) 2. Участь у міжнародному науково-освітньому проекті від Бізнес-школи Університету Норд (NUBS, Норвегія). Nord University Business School разом із The Norwegian Network for Research on Ukraine (UKRAINETT). International conference programme "Managing Societal Crises: Challenges and Coping Strategies", report “Business Climate and Economic Reforms in Ukraine: From Recovery to Growth. Challenges and opportunities for Ukraine 2025” // Discussion sessions "Digitalization and resilience of Ukrainian business during the war" and “Resilience in Crisis: Financial Position of Ukrainian Small and Medium Enterprises and the Role of the Government Credit Support Programmes”. Вересень 2024 р. (м. Bodø, Norway) 3. Участь у виконанні міжнародного дослідницького грантового проекту “Assessment of the War’s Impact on Small and Medium Enterprises and Business Environment and Development of Solutions, including Cluster Analysis” / “Оцінка впливу війни на малий і середній бізнес та бізнес-середовище та розробка рішень для його покращення.
--	--	--	--	--	--	--	---

						Проведення кластерного аналізу” від UNDP – United Nations Development Programme / ПРООН в Україні. Терміни проведення дослідження: 01.01.2025 – 30.11.2025 4. Участь у виконанні міжнародного дослідницького грантового проекту “Strategy for Expanding Economic Opportunities for the Population of Ukraine” / “Стратегія розширення економічних можливостей населення України” від UNDP – United Nations Development Programme / ПРООН в Україні. Терміни проведення дослідження: 01.01.2025 – 30.09.2025 р. 5. Участь у виконанні міжнародного дослідницького грантового проекту “Influence of the Deinstitutionalization Reform” / “Вплив реформи деінституціалізації” from UNICEF – United Nations Children’s Fund / ЮНІСЕФ – Дитячий фонд ООН. Терміни проведення дослідження: 01.01.2025 – 31.12.2025 р. 38.12 1. Зелена книга розвитку та підтримки українського експорту / за ред. А. О. Длігача [та ін.] ; Проект ReACT4UA, GIZ, UNDP. Київ, 2025. 138 с. URL: https://drive.google.com/file/d/1jPpyRV9olfEnDgnaereQR2vyBnJMwVVg/ 2. Біла книга розвитку та підтримки українського експорту / за ред. А. О. Длігача [та ін.] ; Проект ReACT4UA, GIZ, UNDP. Київ, 2025. 144 с. URL: https://drive.google.com/file/d/1A7ndwmONB2MigS59RlekQvPq4zY1o0Mo 3. Assessment of the Impact of the War on Micro-, Small-, and Medium-sized Enterprises in Ukraine : Report / United Nations Development Programme in Ukraine, Ministry of Economy of Ukraine. Kyiv : UNDP, 2024. 84 p. URL: https://www.undp.org/ukraine/publications/asse
--	--	--	--	--	--	---

								micro-small-and-medium-enterprises-ukraine 4. Ukraine Industrial Country Diagnostics 2023 : Report / United Nations Industrial Development Organization ; co-authored by A. Dligach [et al.]. Kyiv : UNIDO, 2024. 356 p. URL: https://www.unido.org/sites/default/files/unido-publications/2024-08/UNIDO%20Industrial%20Diagnostic%20Study_Ukraine_2024.pdf 5. Challenges and opportunities for Ukraine 2025. Міжнародна конференція “Managing Societal Crises: Challenges and Coping Strategies” (17 вересня 2024, Bodo, Норвегія). Nord University. 6. Міжнародна науково-практична конференція «Маркетингові технології в управлінні національним та міжнародним бізнесом на зламі епох: формування тенденцій та подолання викликів» в рамках Міжнародного форуму EFVM 3.0. Пленарне засідання. Секція 1. Український маркетинг в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення. Доповідь “Стратегія модернізації економіки України в глобальному контексті”. 23 травня 2024 р., КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ. 38.13 1. Обов’язкова фахова освітня компонента «Стратегічне управління» (Strategic Management) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг ОП «Маркетинг» денної та заочної форм навчання 2. Обов’язкова фахова освітня компонента «Стратегічне управління» (Strategic Management) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 051 Економіка ОП «Міжнародна економіка» денної та заочної форм навчання 38.19
--	--	--	--	--	--	--	--	---

[illegible]

							економічного розвитку і торгівлі України). 4. Співзасновник Центру економічного відновлення України. 5. Засновник та голова Центру соціальних змін і поведінкової економіки. 6. Засновник бізнес-спільноти Board (2100+ власників бізнесів). 7. Провідний експерт з формування стратегій бізнес-проривів та екосистем. Досвід стратегічного управління та маркетингу: понад 2000 проектів з 1995 року для компаній в 7 країнах. 8. Кращий тренер та консультант з маркетингу і стратегічного управління в Україні за професійними рейтингами (Ukrainian Marketing Awards, Trade Master та ін.) Стажування та підвищення кваліфікації : 1. Міжнародне науково-педагогічне стажування (підвищення кваліфікації) «Implementation Of Innovations In Economics And Management: Experience Of The Czech Republic» з 14 квітня 2026 року по 29 травня 2026 року (Чехія, м. Острава, European Institute for Innovation Development, 6 кр. ЄКТС / 180 год., сертифікат № esp-2026-12 від 29.05.2026 р.) 2. Міжнародне науково-педагогічне стажування (підвищення кваліфікації) «Implementation of Innovations In Social Sciences: Experience Of The Czech Republic» з 11 лютого 2026 року по 30 березня 2026 року (Чехія, м. Острава, European Institute for Innovation Development, 6 кр. ЄКТС / 180 год., сертифікат № soc-2026-06 від 30.03.2026 р.) 3. Міжнародне науково-педагогічне стажування (підвищення кваліфікації) «Effective Use of Artificial Intelligence By Scientists In Their Professional Activities» з 20 квітня 2026 року по 29 травня 2026 року (Польща, м. Варшава, East European
--	--	--	--	--	--	--	---

								Association of Scientists, 6 кр. ЄКТС / 180 год., сертифікат № 2004 2905-150 від 29.05.2026 р.) 4. Міжнародне науково-педагогічне стажування (підвищення кваліфікації) «Modern Teaching Methods And Innovative Technologies In Higher Education: European Experience And Global Trends» з 15 травня 2026 року по 30 червня 2026 року (Болгарія, м. Пловдив, Академія національної та інформаційної безпеки, 6 кр. ЄКТС / 180 год., сертифікат № BG/ANIS/193-2026 від 30.06.2026 р.) 5. Міжнародне науково-педагогічне стажування (підвищення кваліфікації) «Innovative Approaches To Teaching Management and Economics in the Context of Digital Transformation» з 11 квітня 2026 року по 13 червня 2026 року (Польща, м. Переворськ, Higher School of Social and Economic Studies in Przeworsk, 6 кр. ЄКТС / 180 год., сертифікат № IAR-WSSG 407/2026 від 13.06.2026 р.) 6. Центр іноземних мов Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Мовні курси на програмі англійської мови для наукових і професійних цілей. Кваліфікаційний екзамєн на здобуття рівень мовної компетентності складений на рівні B2 (аудіювання B1, читання C1, письмо B2, мовлення B2) Сертифікат КНУ з володіння англійською мовою № 5260 від 23.06.2026 р.) 7. Міжнародне наукове стажування за освітньою програмою «International Relations Programme LSE IDEAS – Grand Strategy UA: Education for Victory» у листопаді – грудні 2024 року. London School of Economics and Political Science (Велика Британія, м. Лондон), 111,5 год., сертифікат (проходження програми) від 02.12.2024 р., сертифікат (години) від 27.05.2026 р. 8. Міжнародне
--	--	--	--	--	--	--	--	---

						наукове стажування за дослідницькою програмою «Relevance and efficiency of international economic support of Ukraine by democratic non-EU countries in the times of military turmoil» (ARIES) у вересні 2024 року та протягом 2025 року (Норвегія, м. Буде, Nord University Business School) (сертифікат від 10.04.2026 р.) 9. Наукове стажування (тренінговий курс) «Структура дослідницьких наукових статей у індексованих журналах та особливості їх подачі в журнали» у межах сесій 2–4 травня 2023 року (Україна, ГО «Східно-Європейська спілка науковців») (0,1 кр. ЄКТС / 3 год.)
75748	Журило Вікторія Володимирівна	доцент, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом спеціаліста, Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут", рік закінчення: 1999, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 063932, виданий 22.12.2010, Атестат доцента АД 002248, виданий 23.04.2019	22	ОК 13. Бренд-менеджмент / Brand Management (викладається англійською мовою) 38.1 1. Журило В., Біловодська О., Середа В., Янцеловський О. Стратегія соціально-відповідального маркетингу в управлінні брендами нікотиновмісної продукції міжнародної компанії в умовах сталого розвитку. Актуальні проблеми економіки. 2026. № 8(302). С. 193-208. DOI: https://doi.org/10.32752/1993-6788-2026-1-302-193-208 2. Журило В. В., Чепурний С., Сойма С. Вплив брендингу на рішення споживачів: аналіз важливих аспектів та тенденцій. Економіка та суспільство. 2023. № 56. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-150 3. Журило В. В. Оцінка та аналіз показників споживчої лояльності у маркетинговій діяльності компанії. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2022. № 1 (34). С. 87–95. URL: http://www.easterneurore-bm.in.ua/index.php/vipusk-34-2022 4. Журило В. В., Ярош-Дмитренко Л. О. Трансформація ставлення українських споживачів до соціальної відповідальності бізнесу під впливом воєнної агресії. Ефективна економіка. 2025. № 3. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.3.46

5. Online Shopping Perceived Risks During The Covid-19 Pandemic: On The Student's Case For The Apparel And Footwear / A. Starostina, V. Kravchenko, V. Zhurylo, M. Tepliuk, O. Domina. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. 2022. Vol. 3, No. 44. P. 100–108. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.44.2022.3771>

6. Transformation of Consumer Motivations in the Ukrainian Market of High Technology Products / A. Starostina, V. Zhurylo, V. Sereda, O. Kuzioma, N. Rudenko, L. Yarosh-Dmytrenko. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. 2022. Vol. 12, Issue 2, Spec. Iss. XXVIII. P. 168–173.

38.3

1. Журило В. В. Ринкова поведінка споживачів // Маркетинг. Світовий досвід та український вимір : підручник / за заг. ред. А. О. Старостіної. 2-ге вид., доп. та перероб. Київ : Ліра-К, 2024. С. 86–98.

2. Журило В. В., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Формування споживчої лояльності на ринку інноваційних товарів // 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні : монографія / А. О. Старостіна, О. М. Дьоміна, О. С. Телетов та ін. ; за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. С. 186–206.

3. Starostina, A., Kravchenko, V., Prygara, O., Bilovodska, O., Zhurylo, V. Risk Management Strategies of Generation Z Consumers in Online Shopping. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. 2025. Vol. 240. Springer, Cham, pp. 243-259. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_14 (Scopus).

4. Біловодська О. А., Журило В. В. Маркетингова товарна політика: практикум : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. та доповн. Київ : SBA Print, 2026. 212 с.

5. Міжнародна

							економіка: практикум : навч. посіб. / В. В. Вірченко, А. О. Старостіна, О. Л. Каніщенко, В. В. Журило та ін. ; за ред. В. В. Вірченка, А. О. Старостіної. Київ : Ліра-К, 2024. 348 с. (Авт. внесок: Тема 8). 38.4 1. Журило В. В., Біловодська О. А. Техніка прямих продажів : навч.-метод. комплекс забезпечення викладання навч. дисципліни для здобувачів вищої освіти спец. 075 «Маркетинг». Київ : Центр учбової літератури, 2024. 46 с. 2. Кочкіна Н. Ю., Журило В. В., Ярош-Дмитренко Л. О. Міжнародна товарна політика : навч.-метод. комплекс забезпечення викладання навч. дисципліни для здобувачів вищої освіти ОП «Міжнародна економіка» першого (бакалаврського) рівня. Київ : Інтерсервіс, 2024. 32 с. 3. Strategic Analysis of National and International Markets : teaching methodical complex for Master's degree students of Business Administration and Consulting / A. Starostina, N. Rudenko, O. Kanishchenko, V. Zhurylo et al. Kyiv : NVP Interservice Publishing House, 2025. 80 p. ISBN 978-966-999-510-0. 4. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи магістра для здобувачів галузі знань Д «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності Д5 «Маркетинг», ОНП «Бізнес-адміністрування і консультування» з можливістю подвійного дипломування з університетом Мачерата, Італія / А. О. Старостіна, В. В. Журило, О. А. Біловодська, Н. В. Руденко, Л. О. Ярош-Дмитренко. Київ : SBA Print, 2026. 83 с. 5. Старостіна А. О., Журило В. В., Біловодська О. А. Методичні рекомендації до організації та проведення виробничої (переддипломної) практики для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання галузі знань Д «Бізнес,
--	--	--	--	--	--	--	--

							адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг». Київ : SBA Print, 2026. 51 с. 38.12 1. Журило В. В., Ярош-Дмитренко Л. О. Корпоративна соціальна відповідальність як ключовий напрямок розвитку українського бізнесу в сучасних умовах // Трансформаційні зміни національної економіки в умовах євроінтеграції : зб. тез VIII всеукр. наук.-практ. конф. (м. Дубляни, 2024 р.) / за заг. ред. А. О. Линдюка, І. І. Гаврилюк. Дубляни, 2024. С. 164–168. URL: https://surl.li/ecirfy 2. Дербеньова Я., Журило В. Artificial Intelligence As A Driver Of Consumer Behavior Transformation // Modern trends in the development of financial and innovation-investment processes in Ukraine : materials of the IX Intern. Scient. and Pract. Conf. (Vinnytsia, March 12–13, 2026). Vinnytsia : VNTU, 2026. P. 339–341. 3. Журило В. В., Біловодська О. А., Блюмська-Данько К. В. Споживчі бар'єри використання технологій штучного інтелекту у процесі прийняття купівельних рішень // Інформаційні технології в освіті, науці і техніці (ІТОНТ-2026) : тези доп. VIII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 24–25 червня 2026 р.). Черкаси : ЧДТУ, 2026. С. 562–567. 4. Журило В. В. Цифрова трансформація споживчої поведінки: роль технології штучного інтелекту // Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 23 жовтня 2025 р.) / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Ліра-К, 2025. С. 169–171. 5. Zhurylo V., Prygara O. Navigating market challenges and uncovering market opportunities during wartime in Ukraine // Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління : матеріали III Міжнар. форуму / за заг. ред. А. І. Ігнатюк. Київ : Ліра-
--	--	--	--	--	--	--	---

К, 2024. С. 34–36.

6. Журило В. В. Комунікативні особливості персональних продажів // Актуальні проблеми економіки, фінансів, менеджменту і права : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф. : у 2 ч. Житомир : ЦФЕНД, 2022. Ч. 1. С. 39–41.

7. Журило В. В. Трансформація поведінки українських споживачів під впливом російської агресії // Актуальні питання економіки, фінансів, обліку, менеджменту і права: теорія і практика : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф. Житомир : ЦФЕНД, 2023. С. 55–57.

38.13

1. Обов'язкова фахова освітня компонента «Бренд-менеджмент» (Brand Management) для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) (або: другого (магістерського)) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг ОПП «Маркетинг» заочної форми навчання

2. Обов'язкова фахова освітня компонента «Ринкова поведінка споживачів» (Consumer Behavior) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг ОПП «Бізнес-адміністрування і консультування» денної форми навчання

38.19

Членкиня професійного об'єднання ГО «Об'єднання маркетологів України» (з 2021 р. – дотепер) Стажування та підвищення кваліфікації за 5 років:

1. Проєкт «Uni-Biz Bridge: Вектор практики» з 16 лютого 2026 року по 20 лютого 2026 року (Україна, UGEN, 10 акад. год. / 0,33 кр. ЄКТС, сертифікат №911 від 20.02.2026)

2. Онлайн-курс «Здійснення продажів: створення й запуск магазинів електронної комерції, а також керування ними» у 2023 році (США-Україна, освітня платформа Coursera, 21 акад. год. / 0,7 кр. ЄКТС, сертифікат

							BFXEYPZS4UP3) 3. Онлайн-курс «Оцінка успішності: маркетингова аналітика та вимірювання результатів кампаній» у 2023 році (США-Україна, освітня платформа Coursera, 24 акад. год. / 0,8 кр. ЄКТС, сертифікат 7EJSULXK4JFG) 4. Онлайн-курс «Залучення клієнтів за допомогою цифрового маркетингу» у 2023 році (США-Україна, освітня платформа Coursera, 21 акад. год. / 0,7 кр. ЄКТС, сертифікат 42F646VQLRMR) 5. Онлайн-курс «Основи цифрового маркетингу та електронної комерції» у 2023 році (США-Україна, освітня платформа Coursera, 17 акад. год. / 0,56 кр. ЄКТС, сертифікат VPQ3GQ5ZC947) 6. Онлайн-курс «Від уподобань до потенційних клієнтів: взаємодія з клієнтами онлайн» у 2023 році (США-Україна, освітня платформа Coursera, 26 акад. год. / 0,86 кр. ЄКТС, сертифікат KZ6237QZLCQG) 7. Навчання за програмою онлайн-курсу «SMS-фундамент» у квітні 2025 року (Україна, платформа відкритих онлайн-курсів Prometheus, сертифікат № foba3e57cf894ed9af6b46d909afa475 від 30.04.2025 р.) 8. Курс «Розроблення професійних стандартів» у квітні 2024 року (Україна, Національне агентство кваліфікацій, 1,5 кр. ЄКТС / 45 год., сертифікат № 954 від 11.04.2024 р.) 9. Стажування за програмою «KNU Educator's Week by Genesis» у 2022 році (Україна, ІТ-компанія Genesis та Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 1 кр. ЄКТС, сертифікат № 161knuewbg від 2022 р.)
341634	Дербеньова Яна Валеріївна	доцент, Основне місце роботи	Економічний факультет	Диплом бакалавра, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення:	7	ОК 7. Стратегічний аналіз міжнародних ринків	38.1 1. Дербеньова Я.В., Пригара О.Ю. та ін. Трансформація корпоративної соціальної відповідальності в контексті глобальних

				2013, спеціальність: 050103 Міжнародна економіка, Диплом магістра, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 2015, спеціальність: 8.03050301 міжнародна економіка, Диплом кандидата наук ДК 055766, виданий 26.02.2020		соціально-економічних змін. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія “Економіка”. 2026. № 2(229), С. 40-50. https://doi.org/10.17721/1728-2667.2026/229-2/4 2. Дербеньова Я.В., Буткевич О.В. та ін. Екологічний маркетинг у світовій торгівлі та логістиці: інтеграція принципів сталого розвитку як стратегічний орієнтир брендів на міжнародних ринках. Економічні горизонти. 2025. №3 (32). С. 37- 48 DOI: https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(32).2025-334855 3. Дербеньова Я.В., Гуляєва Л.П., Писаренко Н.В. та ін. Рейнжиніринг бізнес- процесів на засадах регіонального маркетингу як інструмент транскордонного співробітництва з ЄС. Наукові інновації та передові технології. 2024. № 2(30). С.271- 289. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-2(30)-271-289 4. Дербеньова Я.В., Громоздова Л.В. та ін. Маркетингово- логістична модель стратегічного управління збутовою діяльністю підприємств на міжнародному ринку. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 11(17). С. 209-223. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-11(17)-209-222 5. Derbenova Y., Starostina A., Sharoian F. Strategies to diversify international activity of Ukrainian metallurgical enterprises. Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics. 2023. P. 141-147. DOI: https://doi.org/10.17721/1728-2667.2023/222-1/17 6. Дербеньова Я.В., Зеліч В.В. та ін. Теоретико- методологічні засади розробки маркетингової стратегії підприємства (український досвід). Академічні візії. 2023. Вип.15. С.1-11. DOI: http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7542410 38.3
--	--	--	--	--	--	--

							1. Дербеньова Я.В., Коваленко Д.П. Digital-маркетинг. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір: підручник. Вид.2-ге доп та перероб. / За заг. ред. А.О. Старостіної. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. С.394-407 2. Derbenova Y., Kashyna A., Makhortov Y., Didactics of vocational education in development: teaching the fundamentals of the theory and methodology of hotel marketing in the system of professional training in Ukraine. European Science: Monography. 2025. 8 (sge41-08), 148–186. https://doi.org/10.30890/2709-2313.2025-41-08-033 38.4 1. Старостіна А.О., Дербеньова Я.В. Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з навчальної дисципліни «Стратегічний аналіз міжнародних ринків» для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання ОПП «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг освітнього ступеню «магістр». Київ , 2026. 30 с. https://h1.nu/1EcEU 2. Starostina A.O., Rudenko N.V., Kanishchenko O.L. Zhurylo V.V., Derbenova Y.V. Strategic Analysis of National and International Markets. Teaching methodical complex for Master`s degree students of Business Administration and Consulting. Kyiv. NVP Interservice Publishing House, 2025. 80p. 3. Старостіна А.О., Журило В.В., Дербеньова Я. В. Методичні рекомендації до організації та проведення виробничої практики для здобувачів вищої освіти галузі знань 07 “Управління та адміністрування спеціальності 075 “Маркетинг”ОПП “Маркетинг”. Київ. "Інтерсервіс", 2022. 48 с. 4. Дербеньова Я. В. Кочкіна Н.В. Креативні рекламні технології. Навчально-методичний комплекс дисципліни для здобувачів вищої
--	--	--	--	--	--	--	--

							освіти галузей знань 05 Соціальні та поведінкові науки та 07 Управління та адміністрування. Київ : НВП «Інтерсервіс», 2023. 82 с. 38.12 1. Дербеньова Я.В. Виклики та виміри соціальної відповідальності українського бізнесу в умовах війни. Стратегічне управління бізнесом на зламі епох: тенденції та виклики : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 23 жовтня 2025 року/ КНУ ім.Тараса Шевченка. Київ, 2025. С.119-121. 2. Дербеньова Я.В. Виклики для української промисловості в умовах необхідності переходу до сталого розвитку. Об'єднані наукою: перспективи міждисциплінарних досліджень: матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених/ КНУ ім.Тараса Шевченка. Київ, 2025. С. 354-357. 3. Дербеньова Я.В. Factors for increasing customer retention in the mobile app market. Шевченківська весна 2025: Економіка: 36. матеріалів Міжнародної наук.-практ. конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. Київ, 2025. С. 606. 4. Дербеньова Я.В. Тенденції контент-маркетингу в світовому та вітчизняному бізнес-середовищі. Шевченківська весна 2024: Економіка. Стратегії економічного зростання: погляд у майбутнє для України: 36. матеріалів Міжнародної наук.-практ. конференції студентів, аспірантів та молодих вчених / За заг. ред. Л.А. Анісімової: Київ, Інтерсервіс, 2024. Вип. XXII. С. 212 5. Дербеньова Я.В. Маркетингові технології в управлінні національним та міжнародним бізнесом на зламі епох: формування тенденцій та подолання викликів. Матеріали III Міжнародного форуму Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління / за заг. ред. проф. А. І. Ігнатюк : Київ,
--	--	--	--	--	--	--	---

							Видавництво Ліра-К, 2024. С. 28-29 6. Дербеньова Я.В. Business challenges in a dynamic global environment. Ефективне управління економікою на світовому, державному та регіональному рівнях : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 19-20 квітня 2024 р. Львів-Торунь : Liha-Pres, 2024. С. 160-163 38.13 Обов'язкова фахова освітня компонента "Ринкова поведінка споживачів" (Consumer Behavior) для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг ОНП Бізнес-адміністрування і консультування денної форми навчання. Обов'язкова фахова освітня компонента "Маркетинг" (Marketing) для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 051 Економіка ОНП Economics денної форми навчання. 38.19 Член професійного об'єднання ГО «Об'єднання маркетологів України» (з 2021 р. - і дотепер) Стажування та підвищення кваліфікації 1. Проєкт з розвитку співпраці бізнесу та освіти «Uni-Biz Bridge: Вектор практики» від UGEN 16.02.2026 по 20.02.2026. Сертифікат № 652. 10 годин/ 0,3 кредити ЄКТС 2. «Інтенсив: оновлення сертифікації. Маркетинг ІТ продуктів від Genesis», акредитація на інтеграцію курсу у своєму ЗВО. Сертифікат за кодом. 25.09.2025 230dc4b8706dcce55de9b36249a41126. 30 годин/ 1 кредит ЄКТС. 3. Проходження програми удосконалення навичок викладача «Uni-Biz Bridge: Skills in focus» від UGEN». Сертифікат № 756. 25-28.02.2025 р. Загальний обсяг: 7 годин/ 0,2 кредити
--	--	--	--	--	--	--	---

								ЄКТС. 2025 р. 4. Курс «Від початківця до експерта в ІІІ» від Netpeak Group та Міністерства цифрової трансформації. Сертифікат № AIAFEC2-9302. 29.10-21.11.2025 р. Загальний обсяг: 8 годин/ 0,3 кредити ЄКТС. Міжнародне науково-педагогічне стажування на тему «Дидактично-дослідницька діяльність у сучасному університеті: тенденції, виклики, напрями перетворень», Бялостоцький університет за двосторонньою угодою з КНУ імені Тараса Шевченка (м. Бялосток, Польща). Сертифікат №47. 180 годин (6 кредитів) 12 серпня – 20 вересня 2024 р. 5. Програма “Розроблення професійних стандартів” Національного агентства кваліфікацій. Сертифікат №1016. 11.04.2024 р. Обсяг 45 годин/ 1,5 кредиту ЄКТС. 6. Підвищення кваліфікації «Етико-психологічне забезпечення реалізації куратором ЗВО завдань освітньо-професійної спеціалізації та патріотичного виховання студентів». Загальний обсяг: 30 годин/ 1 кредит ЄКТС . 2024 р. 7. Програма підвищення кваліфікації працівників закладів вищої освіти «Маркетинг ІТ-продуктів від Genesis». Сертифікат № №024/081-2023. 15.04-26.04.2024. Загальний обсяг: 60 годин/ 2 кредити ЄКТС. 8. Підвищення кваліфікації за темою: Економіка відновлення міст. КНЕУ імені Вадима Гетьмана. Сертифікат серія 202303051 № 062. 05.03.2023 р. Обсяг 30 год. / 1 кредит ЄКТС. 2023 р. 9. Міжнародне науково-педагогічне стажування «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців з економіки та управління» (м. Рига, Латвія). Сертифікат №
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							С 20221116. Обсяг 180 год./ 6 кредитів ЄКТС. 2022 р. 10. Підвищення кваліфікації без відриву від виробництва за програмою KNU Educators' Week by Genesis на базі КНУ імені Тараса Шевченка. Сертифікат № 79knuewbg. 25.07-05.08.2022 р. Обсяг 30 год. /1 кредит ЄКТС. 2022 р.
--	--	--	--	--	--	--	--

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

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