

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Уманський національний університет садівництва
Освітня програма	30509 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг

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

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

Використані скорочення:

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

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	268
Повна назва ЗВО	Уманський національний університет садівництва
Ідентифікаційний код ЗВО	00493787
ПІБ керівника ЗВО	Непочатенко Олена Олександрівна
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	www.udau.edu.ua

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

<https://registry.edbo.gov.ua/university/268>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	30509
Назва ОП	Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Повна загальна середня освіта, Фаховий молодший бакалавр, ОКР «молодший спеціаліст», Молодший бакалавр
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	кафедра маркетингу
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	кафедри економіки; математики та фізики; інформаційних технологій; обліку і оподаткування; підприємництва та бізнес-технологій; соціально-гуманітарних та правових дисциплін; менеджменту; фізичного виховання і психолого-педагогічних дисциплін; української та іноземних мов
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	Уманський національний університет садівництва, вул. Інститутська, 1, м. Умань, Черкаська область, 20305
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	398317
ПІБ гаранта ОП	Пенькова Оксана Георгіївна
Посада гаранта ОП	професор 0,5ст
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	oxana.penkova@udau.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(067)-745-22-21
Додатковий телефон гаранта ОП	<i>відсутній</i>

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
заочна	3 р. 10 міс.
очна денна	3 р. 10 міс.

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

Підготовка здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» в Уманського національного університету садівництва розпочалася з 2004 року. Відповідно до Наказу МОН України № 1151 від 06.11.2015р. «Про затвердження переліку галузей знань та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» вперше в 2016 році було розроблено ОП «Маркетинг», яка щорічно вдосконалювалась з урахуванням тенденцій розвитку теорії і практики маркетингу, запитів роботодавців до компетенцій випускників ОП і результатів їх навчання, зауважень і пропозицій здобувачів та представників академічної спільноти, досвіду реалізації подібних програм провідними вітчизняними та закордонними ЗВО, приведення у відповідність Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти після його затвердження 05.12.2018 р. За період реалізації ОП «Маркетинг» зазнала істотних змін у частині змісту, переліку дисциплін, компетентностей та програмних результатів навчання. Останню оновлену ОП було затверджено Вченою радою УНУС (протокол № 6 від 11.04.2024 р.) і введено в дію з 01.09.2024 р. наказом ректора №01-16/7/од від 11.04.2024 р. Зміст ОК ОП сфокусований на сучасних професійних та наукових досягненнях в галузі економічних дисциплін, враховує специфіку маркетингової діяльності підприємств, установ та організацій різних форм власності, з поглибленим вивченням її специфіки в аграрній сфері економіки. В основу розроблення і реалізації ОП «Маркетинг» покладено студентоцентризований підхід, спрямований на поглиблення практичних знань студентів, посилення компетентнісної складової навчання, що є підґрунтям для становлення конкурентноздатного випускника.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2024 - 2025	75	17	21	0	0
2 курс	2023 - 2024	75	31	1	0	0
3 курс	2022 - 2023	84	9	3	0	0
4 курс	2021 - 2022	75	9	4	0	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	35894 Маркетинг
перший (бакалаврський) рівень	30509 Маркетинг
другий (магістерський) рівень	28769 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	34717	28500
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	34717	28500
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж	0	0

право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)		
Приміщення, здані в оренду	527	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>Освітньо-професійна програма 2024 р..pdf</i>	oPM3hVBFoSPmnknRPY41z7+IYhdzYIRi2cajJ3oeliQ=
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план 2024.pdf</i>	rIN+dMxVFFmKKD7dJuNLwOGAdSEzD7fCu24fMU29t84=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензія ПОСП УТК.pdf</i>	cx/3peCmWLtr/Im+lFc3rx/azvSxg71XbGJLeScsvg=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензія ТОВ БСА.pdf</i>	CsInM1nmYVkJPu++zfmECN/MG3zpGBQ1+7FTv+JWsXHo=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензія ТОВ Укрзернотрейд Макс.pdf</i>	GSPpc1PGDe1j+uzFauCctxFIa4KZxYS5IkcaDx+hSso=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензія-відгук_НУ Львівська політехніка.pdf</i>	x1DSPF7+jHyvV7VQhSEvM+2ZvpLWzhCnfkUjWosyGpE=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямом (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>Рецензія УАМ.pdf</i>	Cy1b+C1DWHoZry8kzCtQRQ2JqPF3YWmllMO4DSmWsa0=

1. Проектування освітньої програми

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

Визначені в Стандарті вищої освіти України спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня програмні результати навчання досягаються включеними до ОП обов'язковими освітніми компонентами, методами навчання здобувачів вищої освіти та оцінювання їх навчальних досягнень, про що свідчить таблиця з додатків звіту

самооцінювання. В робочих програмах навчальних дисциплін визначено результати навчання, які забезпечуються в межах конкретних освітніх компонентів. А саме: ПРН 1 досягається ОК 16,17,23,25,28,35,36; ПРН 2 – ОК 1,8,10,11,13,16,21,23-26,35,36; ПРН 3 – ОК 34-36; ПРН 4 – ОК 9,13,14,18,19,21,23-27,29,31,35,36; ПРН 5 – ОК 1,8,10,16,17,20,23,31,35,36; ПРН 6 – ОК 5,13-15,17,18,21,25-29,31,35,36; ПРН 7 – ОК 9,23,24,28,32,35,36; ПРН 8 – ОК 24,26,28,32,35,36; ПРН 9 – ОК 8,10,11,14,17,18,22,23,25,26,29,35,36; ПРН 10 – ОК 7,9,19,24,28,35,36; ПРН 11 – ОК 5,18,22,24,26-28,31,32,35,36; ПРН 12 – ОК 4,19,23,34-36; ПРН 13 – ОК 19,22,27,35,36; ПРН 14 – ОК 18,21,29,34-36; ПРН 15 – ОК 1,3,6,12,28; ПРН 16 – ОК 4,17,24,33-36; ПРН 17 – ОК 2,7,35,36; ПРН 18 – ОК 1,3,12. Досягнення результатів навчання, визначених стандартом, забезпечується шляхом залучення до реалізації ОПП кадрів належної кваліфікації, які мають великий досвід науково-педагогічної діяльності (таблиця 2 додатку звіту самооцінювання), а також наявною розвинутою матеріально-технічною базою університету та базами практичної підготовки, що представляють собою конкурентоспроможні підприємства, в тому числі аграрного сектору (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/studentu/praktichna-pidgotovka.html>).

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

Зміст освітньої програми не враховує вимоги відповідних професійних стандартів.

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

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

Для максимального врахування інтересів та потреб здобувачів вищої освіти та випускників ОП відділом моніторингу якості освіти УНУС систематично проводиться їх опитування щодо зауважень, пропозицій та рекомендацій (<https://mon.udau.edu.ua/ua/anketuvannya/dlya-studentiv.html>, <https://mon.udau.edu.ua/ua/anketuvannya/dlya-vipusknikiv.html>); на web-сайті УНУС щорічно з першого січня по перше лютого проводиться громадське обговорення проєктів ОП (<https://mon.udau.edu.ua/ua/obgovorennya-osvitnih-program.html?rg=9a7e1c748dedb9388a3731e1da0f01ea>), що дає можливість надати пропозиції до ОП як здобувачам вищої освіти, так і випускникам ОП; представник здобувачів вищої освіти входить до складу групи з розробки та періодичного перегляду ОП.

- роботодавці

Роботодавці залучені до розробки, моніторингу реалізації та перегляду ОП шляхом включення до складу проєктної групи (головний бухгалтер ФГ «Агрофірма «Базис»» Олег Давиденко), рецензування ОП (директор ТОВ «БСА» Констянтин Сидорук, директор ТОВ «Укрзернотрейд Макс» Олександр Люлька, начальник відділу збуту ПОСП «Уманський тепличний комбінат» Руслан Гордій), участі в опитування щодо зауважень, пропозицій та рекомендацій до ОП (<https://mon.udau.edu.ua/ua/anketuvannya/dlya-robotodavciv.html>), обговореннях проєкту ОП через офіційний сайт Уманського НУС та проведенні аудиторних занять. Думка роботодавців враховується при формуванні програм виробничої практики, удосконаленні змісту освітніх компонентів. В рецензіях до ОП роботодавці позитивно її оцінюють, вважають обґрунтованим перелік та структурно-логічну схему вивчення обов'язкових компонентів, що в сукупності дозволяють сформувати задекларовані компетентності та досягти програмних результатів навчання, що відповідають сучасним вимогам ринку праці.

- академічна спільнота

На ОП отримано позитивну рецензію від доктора економічних наук, професора кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка» Олени Бочко. В ній зазначено, що вона відповідає сучасним стандартам підготовки бакалаврів, що гарантує якісну та актуальну підготовку фахівців у сфері маркетингу. При розробці проєкту ОП проводилися консультації з гарантом та представниками групи забезпечення освітньо-професійної програми «Маркетинг» Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького (<https://surl.li/wvlwld>). Пропозиції з вдосконалення ОП, надані представниками академічної спільноти УНУС під час робочих нарад та засідань, також враховуються проєктною групою, що сприяє її розвитку та підвищенню якості освіти.

- інші стейкхолдери

НПП кафедри маркетингу УНУС, які входять до складу групи забезпечення ОП, є членами громадської організації Українська Асоціація Маркетингу (УАМ) і беруть активну участь в її заходах, що дозволяє під час перегляду та реалізації ОП використовувати набутий досвід та впроваджувати сучасні технології навчання. На ОП отримано позитивну рецензію від Президента УАМ Ірини Лілик, в якій відзначено, що ОП є актуальною, відповідає сучасним тенденціям розвитку теорії та практики маркетингу та потребам ринку праці і здатна забезпечити якісну підготовку бакалаврів маркетингу.

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

Мета ОП «Маркетинг» узгоджується з місією та стратегією діяльності і розвитку Уманського національного університету садівництва, що визначені Статутом (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/61C3>) та Стратегією розвитку (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/oNsr>) у частині: 1) забезпечення якісної та доступної освіти завдяки знанням і досвіду науково-педагогічних працівників, розвитку наукових і освітніх технологій; 2) безперервного вдосконалення освітньої програми; 3) створення умов для розвитку творчого та наукового потенціалу молоді; 4) виховання

гармонійно розвиненої особистості.

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

Відповідність мети та програмних результатів навчання сучасним тенденціям розвитку науки і спеціальності досягається шляхом участі представників групи забезпечення ОП в програмах підвищення кваліфікації та наукових стажуваннях (таблиця 2 самоаналізу), участі в наукових заходах різного рівня, в тому числі організованих професійними об'єднаннями, залученням до розробки й реалізації ОП роботодавців. Факультетом економіки і підприємництва УНУС та кафедрою маркетингу щорічно проводяться науково-практичні конференції (<https://ef.udau.edu.ua/ua/naukova-robota/zbirniki-konferencij.html>, <https://surl.li/rjaxlp>), під час яких здійснюється обмін результатами наукових досліджень та ідеями щодо сучасних тенденцій розвитку теоретичних і прикладних аспектів маркетингу, що дозволяє вносити корективи у змістове наповнення освітніх компонентів ОП. Програма враховує цифрову трансформацію маркетингу (ПРН7), його інноваційний (ПРН8) та міждисциплінарний характер (ПРН11), зростаючу роль аналітики та обробки даних (ПРН4), етичні аспекти (ПРН15) та соціальну відповідальність (ПРН18), які набувають все більшого значення, сучасні вимоги до soft skills маркетолога (ПРН12, ПРН14, ПРН17).

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

Проектною групою ОП здійснюється систематичний аналіз запитів роботодавців щодо компетентностей фахівців з маркетингу шляхом моніторингу результатів досліджень незалежних кадрових агенцій, сайтів вакансій, опитувань під час Ярмарків вакансій, проходження здобувачами освіти практики, інших спільних заходів. Визначено (<https://surl.li/dgtrbd>), що основними вимогами роботодавців до претендентів є: аналітичні здібності, ініціативність, комунікативність, вміння працювати в команді, наполегливість і відповідальність, креативність, адаптивність, прагнення до саморозвитку. До функціональних обов'язків фахівців маркетингу середньої ланки роботодавці найчастіше включають: аналіз ринку, конкурентів, дослідження цільової аудиторії, розробка стратегії просування, проведення рекламних кампаній в соц-мережах, Web-аналітика, стимулювання продажів, підготовка аналітичних звітів. Передбачені ОП компетентності та програмні результати навчання враховують вище визначені запити роботодавців.

Галузевий і регіональний контекст під час формуванні ОП було враховано шляхом визначення особливостей програми, спираючись на результати аналізу потреб регіонального ринку праці та положення «Стратегії розвитку Черкаської обл. на період 2021-2027 роки», в якій наведено бачення регіону як центру української ідентичності та продовольчої безпеки України, з високотехнологічним виробництвом, інноваційними підприємствами, сучасною інфраструктурою та високоосвіченими людьми (<https://surl.li/egook>).

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

Під час розроблення та перегляду ОП вивчався досвід провідних вітчизняних ЗВО, в тому числі аграрного спрямування, в яких реалізуються ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. За результатами аналізу структури аналогічних ОП, програмних результатів, переліку освітніх компонентів та послідовності їх вивчення, було враховано:

ОП Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана (<https://surl.li/vvrkqw>) – термін вивчення ОК «Іноземна мова» 4 семестри;

ОП Національного університету «Львівська політехніка» (<https://surl.li/mbpllc>) – введено ОК «Математика для економістів», термін вивчення 2 семестри;

ОП Черкаського національного університету імені Б.Хмельницького (<https://surl.li/utljhs>) – введено ВК «Промисловий маркетинг»;

ОП Національного університету біоресурсів і природокористування (<https://surl.li/hrwwur>) – введено ВК «Електронна комерція»;

ОП Полтавського державного аграрного університету (<https://surl.li/lfejnu>) – введено ОК «Маркетинг в соціальних мережах»;

ОП Львівського національного університету природокористування (<https://surl.li/htxpdo>) – введено ОК «Управління каналами розподілу»;

ОП Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького (<https://surl.li/csgins>) – рівнокредитність ВК;

ОП Сумського національного аграрного університету (<https://surl.li/dbfvuy>) – введено ОК «Маркетинг в аграрній сфері»;

ОП Дніпровського державного аграрно-економічного університету (<https://surl.li/idoagm>) – введено ОК «Навчальна практика «Вступ до фаху»»;

ОП Державного біотехнологічного університету (<https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/osvitni-programi/>) – введено ВК «Самоменеджмент».

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

При перегляді ОП проводиться систематичний моніторинг досвіду аналогічних освітніх програм, що реалізуються в іноземних ЗВО з якими в УНУС укладено договори про співпрацю (<https://surl.li/fppabr>), щодо формулювання мети, програмних результатів навчання, переліку освітніх компонентів та послідовності їх вивчення. В ОП Маркетинг УНУС було враховано:

- ОП «Маркетинг» Господарської академії ім. Д.А. Ценова (м. Свіщов, Болгарія) (<https://surl.li/eatqwu>) – введено ВК «Політологія» для 1-го курсу;
- ОП «Електронний маркетинг і соціальні мережі» Варшавського університету менеджменту (Польща) (<https://surl.li/unawjp>) – завдання та змістовне наповнення окремих тем ОК 32 «Маркетинг в соціальних мережах»;
- ОП «Маркетинг» Університету Вітовта Великого, Литва (<https://www.vdu.lt/lt/studiju-programa/marketingas/>) – введено ОК 27 «Управління каналами розподілу»;
- ОП «Управління маркетингом» Західно-Чеського Університету у м. Пльзень, Чеська Республіка (<https://surl.li/ferkly>) – введено ВК «Антикризовий маркетинг» для 4-го курсу;
- ОП «Управління бізнесом і маркетинг» Пряшівського університету у Пряшеві (Словацьчина) (<https://surl.li/pivbbz>) – перенесено ВК «Паблік рілейшнз» на 3-й курс.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

240

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)?

174

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

66

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

Зміст ОП визначено на основі вимог Стандарту ВО України з підготовки бакалаврів маркетингу за спеціальністю 075 «Маркетинг». Мета ОП «Маркетинг» корелює з предметною областю спеціальності. Відповідність вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, в частині загальних компетентностей, досягається шляхом включення до ОП дисциплін соціально-гуманітарної й професійно-практичної підготовки, спрямованих на їх формування, а саме: громадянські та соціальні компетентності (ЗК1, ЗК2, ЗК14) - ОК1-ОК3, ОК6, ОК 12; когнітивні компетентності (ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК8) - ОК1, ОК4, ОК5, ОК8, ОК10, ОК 11, ОК13-ОК18, ОК21, ОК23-ОК26, ОК 28, ОК 29, ОК 32-ОК34; комунікативні компетентності (ЗК10-ЗК13) - ОК7, ОК18, ОК19, ОК28; професійно-практичні компетентності (ЗК7, ЗК9) – ОК8-ОК11, ОК13, ОК14, ОК16, ОК18, ОК19, ОК24, ОК28, ОК 32, ОК34-ОК36; особистісні компетентності (ЗК 5) – ОК19, ОК 35, ОК 36.

Обов'язкові ОК повністю покривають теоретичний зміст предметної області та дозволяють набути знань щодо суті маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом (ОК17, ОК29); понятійно-категорійного апарату, принципів, функцій, концепцій маркетингу та їх історичних передумов (ОК1, ОК8, ОК10, ОК17, ОК23, ОК25-ОК32); специфіки діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах і на різних типах ринків (ОК1, ОК8, ОК10, ОК15-ОК18, ОК20, ОК22, ОК30-ОК36); змісту маркетингової діяльності (ОК17, ОК23-ОК29, ОК31-ОК36). Обов'язкові освітні компоненти дозволяють максимально охопити предметну область спеціальності та професійні сфери діяльності бакалавра маркетингу. Зміст ОП відповідає методам, методикам і технологіям, якими має оволодіти здобувач вищої освіти для застосування на практиці, а саме: загальнонаукові та специфічні методи маркетингових досліджень (ОК23); методи аналізу маркетингової інформації (ОК21, ОК24); методи реалізації функцій маркетингу (ОК17, ОК23, ОК25-ОК28); методи та методики ціноутворення у маркетингу (ОК25); технології цифрового маркетингу та сучасні технології маркетингу комунікацій (ОК28, ОК32). Таким чином, зміст ОП повністю відповідає предметній області обраної для неї спеціальності. ОП «Маркетинг» є унікальною в Уманському НУС і не перетинається з будь-якими суміжними спеціальностями.

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

Здобувачам вищої освіти забезпечена можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, що регламентується Положеннями «Про організацію освітнього процесу в Уманському НУС» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/Mq6O>), «Про вибіркові дисципліни в Уманському НУС» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/iUoo>), «Про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/CLym>), «Про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників Уманського НУС» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/FVKV>), «Про дуальну форму здобуття вищої освіти в Уманському НУС» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/1pK8>). Вона регламентується через такі процедури: самостійне обрання вибіркових компонентів навчального плану; вибір баз виробничих практик, тематики індивідуальних завдань; створення індивідуального навчального плану здобувача; участь в програмах академічної мобільності; гнучку організацію навчання через різні форми; визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО та неформальній освіті; запровадження дистанційних курсів. ОП передбачає, що обсяг дисциплін вільного вибору становить 27,5% від загального обсягу кредитів ЄКТС. Здобувач має право обрати 3

переліку, який наведений у Каталогі елективних дисциплін (<https://www.udau.edu.ua/ua/for-students/katalog-elektivnix-vibirkovix-disciplin/>).

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

Реалізація права на вибір навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти регламентується Положенням «Про вибіркові дисципліни в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/iU00>), відповідно до якого обсяг ВК повинен бути не менш як 25 % загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених ОП. Здобувачам вищої освіти ОП «Маркетинг» надається можливість обрати 22 дисципліни із переліку вибірових дисциплін, що міститься в каталозі елективних дисциплін університету (<https://www.udau.edu.ua/ua/for-students/katalog-elektivnix-vibirkovix-disciplin/>). Після ознайомлення з Каталогом: у першому семестрі - протягом 20 календарних днів після початку семестру студенти першого курсу обирають вибіркові дисципліни, що будуть викладатися у другому семестрі поточного навчального року; у другому семестрі до 20 березня студенти усіх курсів обирають вибіркові дисципліни, що будуть викладатися наступного навчального року. Для забезпечення можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії, здобувач обирає дисципліни з двох груп: фахові дисципліни; загальноуніверситетські дисципліни. Вибір дисциплін відбувається через електронний кабінет здобувача у системі АСУ. Після закінчення строків вибору дисциплін студентами АСУ формує групи по вивченню вибірових дисциплін, розклад та навчальне навантаження. Обрані дисципліни вносяться до індивідуальних навчальних планів здобувачів автоматично у системі АСУ.

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

Практична підготовка здобувача є обов'язковим компонентом ОП, регулюється Положеннями «Про організацію освітнього процесу в УНУС» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/Mq6O>), «Про організацію проведення практичної підготовки здобувачів УНУС» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/VA21>). До ОП та навчального плану включено такі практики (22 кредити ЄКТС): навчальна практика з вступу до фаху (ОК33), навчальна практика з маркетингу (ОК34), виробничі практики 1 (ОК35) і 2 (ОК36). Навчальні практики проводяться на кафедрі маркетингу, виробничі – на базі підприємств за вільним вибором здобувача. Перелік баз практик (<https://marketing.udau.edu.ua/ua/studentu/praktichna-pidgotovka.html>) оновлюється у відповідності до укладених угод. Загальну організацію практик, контроль за їх проведенням здійснюють викладачі кафедри та спеціалісти підприємств-баз практик (для виробничої практики). Практика дає змогу здобути як загальні, так і фахові компетентності, передбачені ОП. Урахування останніх тенденцій розвитку маркетингу у практичній підготовці здобувачів відбувається через: залучення до формування програм практик, проведення аудиторних занять з фахових дисциплін роботодавців; використання результатів стажування та підвищення кваліфікації НПП. Задоволеність студентів компетентностями, здобутими під час практики має високий рівень (97% респондентів), про що свідчать результати онлайн-опитування фахівцями відділу моніторингу якості освіти Уманського НУС (<https://surl.li/slpjwz>).

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

ОП передбачає набуття здобувачами соціальних навичок упродовж періоду навчання. З усіх ОК передбачено набуття здобувачами вищої освіти soft skills. Зокрема застосовуються форми та методи навчання, які сприяють набуттю соціальних навичок: критичне мислення - дискусії (ОК1-ОК4, ОК7-ОК9, ОК11-ОК32), моделювання, кейси (ОК1, ОК7, ОК17, ОК21, ОК24, ОК32), підготовка рефератів (ОК3, ОК4, ОК10, ОК13, ОК15, ОК22); комунікативні навички – участь у дискусіях (ОК1-ОК4, ОК7-ОК9, ОК11-ОК32), захист рефератів (ОК3, ОК4, ОК10, ОК13, ОК15, ОК22) та звітів з практики (ОК35, ОК36), доповіді на семінарських та практичних заняттях (всі ОК); уміння працювати в команді - командні методи навчання (ОК2, ОК3, ОК5-ОК8, ОК11, ОК 20, ОК23), проходження виробничої практики (ОК35, ОК36), розвиток лідерських якостей (ОК19); організаційні навички (самоконтроль та самоорганізація) - (всі ОК в частині дотримання дедлайнів); адаптивність та гнучкість – рольові ігри (ОК3, ОК7, ОК12), проходження виробничої практики (ОК35, ОК36); емоційний інтелект – програмний матеріал (ОК16, ОК 19). Розвитку soft skills сприяє і участь у різноманітних заходах на рівні кафедр (<https://surl.li/rzansp>, <https://surl.li/lnhkum> та ін.), факультету (<https://surl.li/ngmhhr>, <https://surl.li/qkrvhv>, <https://surl.li/ifselm>, <https://surl.li/zmikkd> та ін.), університету (<https://surl.li/jtggej>, <https://surl.li/rigbut>, <https://surl.li/dtsqkj> та ін.) та інших рівнів (<https://surl.li/nphegd>, <https://surl.li/delfut>, <https://surl.li/ymfsvg>).

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

Зміст освітньої програми має чітку структуру: інформація про склад розробників ОП; профіль ОП (загальна інформація, мета ОП, характеристики ОП, придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання, викладання та оцінювання, програмні компетентності, нормативний зміст підготовки здобувачів, сформульований у термінах результатів навчання, ресурсне забезпечення реалізації програми, академічна мобільність); перелік компонентів ОП та їх логічна послідовність; форма атестації здобувачів вищої освіти; матриці відповідності програмних компетентностей та результатів навчання компонентам ОП. Освітні компоненти, включені до освітньої програми становлять єдину логічну взаємопов'язану систему, що відповідає принципу послідовності та наступності навчання: ОК розподілені впродовж періоду реалізації ОП від базових до більш спеціалізованих; кожна наступна

ОК має пререквізити; практики наприкінці кожного навчального року закріплюють теоретичні знання та формують практичні навички; кожна ОК формує певні компетентності та результати навчання, а їх сукупність покриває всі компетентності та результати навчання, передбачені ОП. Це дозволяє ОП досягти мети, забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей та програмних результатів навчання, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів.

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

Співвідношення обсягу окремих освітніх компонентів ОП (у кредитах ЄКТС) із фактичним навантаженням здобувачів вищої освіти регулюється Положеннями «Про організацію освітнього процесу в Уманському НУС» (<https://surl.li/wmklai>). Відповідно до Положення обсяг навчальних занять в одному кредиті ЄКТС навчальної дисципліни становить не менше 10 годин для першого (бакалаврського) рівня за денною формою здобуття освіти і не менше 2 та не більше 4 годин за заочною формою здобуття освіти. Навчальним планом підготовки бакалаврів маркетингу передбачено за весь період навчання: 3060 аудиторних год. (42,5%) (з них 1374 год. лекційних занять, 1686 год. практичних та лабораторних занять) та 4140 год. самостійної роботи здобувача (57,5 %). Онлайн-опитування фахівцями відділу моніторингу якості освіти Уманського НУС показало, що лише два з опитуваних здобувачів ОП «Маркетинг» вважають обсяг навчального навантаження надмірним, решта опитуваних такої проблеми не відзначило (<https://surl.li/slpjwz>).

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

Практикоорієнтованість структури ОП досягається шляхом включення до обов'язкових компонентів навчальної практики з вступу до фаху (ОК33), навчальної практики з маркетингу (ОК34), під час яких здобувачі вищої освіти ознайомлюються зі специфікою майбутнього фаху та отримують первинні професійні уміння і навички, а також виробничих практик 1 (ОК35) і 2 (ОК36), під час яких здобувачі поглиблюють та закріплюють знання, отримані в процесі вивчення теоретичних дисциплін, набувають практичні навички безпосередньо на підприємстві. Практикоорієнтованість ОП реалізується у змісті, формах та методах навчання за освітніми компонентами: залучення до аудиторних занять професіоналов-практиків (<https://surl.li/ehmmet>, <https://surl.li/mytnmo>, <https://surl.li/ldrdfs>, <https://surl.li/fryglh>, <https://surl.li/kztfu>, <https://surl.li/tthlkq> та ін.) формує інтегративні зв'язки у здобувачів освіти між теоретичними концепціями та практикою їх застосування у реальних робочих ситуаціях, розуміння актуальних вимог роботодавців до компетенцій та навичок затребуваних на ринку праці; використання у навчальному процесі кейсів (ОК1, ОК7, ОК17, ОК21, ОК24, ОК32), воркшопів (ОК1), розв'язання практичних завдань (майже всі ОК) дозволяє отримати здобувачам освіти як аналітичні, так і практичні навички, сформувані цілісне розуміння професійної діяльності та підвищити рівень готовності до роботи за фахом. За ОП «Маркетинг» 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

Набуття здобувачами навичок і компетентностей направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року досягається шляхом включення тематики сталого розвитку у зміст ОК. Цілі соціального розвитку: подолання бідності (ціль 1) – ОК1 Т3; подолання голоду (ціль 2) - ОК1 Т3, ОК20 Т1; міцне здоров'я і благополуччя (ціль 3) - ОК6 Т1; якісна освіта (ціль 4) - ОК4 Т1; гендерна рівність (ціль 5) - ОК19 Т12. Цілі екологічного розвитку: чиста вода та належні санітарні умови (ціль 6) - ОК12 Т9; доступна та чиста енергія (ціль 7) – (ОК20 Т4); боротьба зі зміною клімату (ціль 13) - ОК8 Т16; збереження морських ресурсів (ціль 14) - ОК12 Т9; захист та відновлення екосистем суші (ціль 15) - ОК12 Т9. Цілі економічного розвитку: гідна праця та економічне зростання (ціль 8) - ОК1 Т10, Т11, ОК8 Т15, ОК10 Т6, ОК12 Т7; промисловість, інновації та інфраструктура (ціль 9) - ОК18 Т11, Т12, ОК20 Т11; скорочення нерівності (ціль 10) - ОК1 Т12; відповідальне споживання та виробництво (ціль 12) - ОК17 Т9. Цілі інституційного розвитку: сталий розвиток міст і громад (ціль 11) - ОК12; мир, справедливість та сильні інститути (ціль 16) - ОК1 Т13; партнерство заради сталого розвитку (ціль 17) - ОК1 Т14. Це дозволяє сформувані необхідні навички і компетентності як на рівні індивідуальної свідомості та повсякденних практик, так і на рівні проектування, впровадження та оптимізації маркетингової діяльності підприємств на засадах сталого розвитку.

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://admission.udau.edu.ua/ua/prijmalna-komisiya/vstupni-kampanii-minulih-rokiv/vstupna-kampaniya-2024/normativna-baza2/876.html>

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

Вступ на ОП «Маркетинг» в УНУС регламентується правилами прийому, що розробляються Приймальною комісією Університету щорічно на основі чинного законодавства. Прийом на навчання на основі ПЗСО здійснюється на конкурсній основі за результатами національного мультипредметного тесту (НМТ), зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО). Для конкурсного відбору осіб зараховуються: бали НМТ (2022-2024 рр.) або бали ЗНО (2021 р.) з трьох конкурсних предметів (у будь-яких комбінаціях), передбачених Правилами прийому в один з цих років для спеціальності 075 Маркетинг, а також викладена вступником письмово у довільній формі інформація про його особисту зацікавленість у вступі на освітню програму у формі мотиваційного листа. При визначенні конкурсного балу використовуються невід'ємні вагові коефіцієнти. Допустимий мінімальний бал – 100 (на місця державного замовлення – 130), а вагові коефіцієнти оцінок предметів для спеціальності 075 Маркетинг, перший (українська мова) – 0,35; другий (математика) – 0,4; третій (історія України) – 0,25; четвертий (іноземна мова/українська література) – 0,25; четвертий (біологія/фізика/хімія) – 0,2; четвертий (географія) – 0,35.

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?

В Університеті питання визнання результатів навчання отриманих в інших ЗВО регламентуються Положеннями (всі знаходяться у вільному доступі на сайті університету): «Про порядок визнання результатів навчання в інших ЗВО в УНУС» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/npO1>); «Про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників УНУС» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/FVKB>); «Про порядок проходження 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://www.udau.edu.ua/ua/file/A9zM>); «Про комісію Уманського національного університету садівництва з визнання здобутих в іноземних установах документів про освіту, наукові ступені та вчені звання» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/o355>); «Про порядок перезарахування результатів навчання при вступі на перший (бакалаврський) рівень вищої освіти на основі ОКР «Молодший спеціаліст», ОС «Молодший бакалавр», ОПС «Фаховий молодший бакалавр» в Уманському національному університеті садівництва (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/4Qt6>). Перезарахування результатів відбувається на основі наданої здобувачем академічної довідки (в українських ЗВО) або інший документ (для іноземних ЗВО), який підтверджує результати навчання (Положення «Про порядок замовлення, виготовлення та видачу академічних довідок в УНУС» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/YfCi>)).

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

В 2022 р. поновився на третій курс ОП «Маркетинг» УНУС денної форми навчання Білоненко Владислав Олександрович на підставі академічної довідки Академії праці, соціальних відносин і туризму. Також в 2023 році поновилися: на четвертий курс ОП «Маркетинг» УНУС денної форми навчання Бабешко Денис Миколайович на підставі академічної довідки Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана; на другий – Косміна Дмитро Юрійович (академічна довідка КНЕУ ім. В. Гетьмана) та Семенюк Вікторія Русланівна (академічна довідка ПВНЗ «Європейський університет»). Визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО, при поновленні відбувалося відповідно до описаних вище процедур із зарахуванням окремих освітніх компонентів та вивченням дисциплін академічної ризниці.

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?

Порядок визнання результатів навчання отриманих у неформальній освіті в Університеті регулює Положення «Про порядок визнання в УНУС результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/4nox>). Воно доступне у відкритому доступі на сайті Університету. Визнання результатів навчання у неформальній освіті дозволяється лише для дисциплін, які починають викладатися з другого семестру. При цьому визнання результатів проводиться у семестрі, який передусе семестру, у якому згідно з навчальним планом освітньої програми передбачено вивчення певної дисципліни. Загальний обсяг освітніх компонентів освітньої програми, що зараховуються здобувачу освіти за підсумками визнання результатів неформального та/або інформального навчання, не може перевищувати 25 відсотків відповідної освітньої програми.

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

Здобувачі вищої освіти ОП «Маркетинг» із заявами про перезарахування обов'язкових освітніх компонентів в цілому за результатами навчання у неформальній освіті не зверталися. На ОП є досвід перезарахування результатів навчання, отриманих у неформальній освіті у межах окремих освітніх компонентів. На підставі письмової заяви на ім'я завідувача кафедри студента 21 к-ма Андрія Худєєва та сертифіката про успішне закінчення онлайн-курсу «Цифрові комунікації в глобальному просторі» (Prometheus, сертифікат від 28.11.2023) після аналізу компетентностей, набутих студентом під час проходження курсу, викладачем дисципліни «Маркетинг в соціальних мережах» було прийнято рішення про перезарахування окремих завдань з теми «Загальна теорія. Реклама». За аналогічною процедурою було зараховано результати навчання, отримані у неформальній освіті іншими здобувачами ОП. Частина сертифікатів про проходження курсів на різних освітніх платформах, отриманих здобувачами ОП «Маркетинг» за результатами навчання не відповідала освітнім компонентам та їх частинам, тому не були зараховані і можуть бути використані згодом.

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

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

Освітній процес на ОП «Маркетинг» відповідає вимогам законодавства України (ЗУ «Про вищу освіту», ЗУ «Про освіту», Стандарту вищої освіти, Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності, а також інших нормативно-правових актах у сфері освіти) та внутрішніх нормативних актах УНУС, в тому числі Положенню «Про організацію освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/febittg>), в яких регламентовано форми навчання, форми організації освітнього процесу та види навчальних занять, мову навчання, основні нормативні документи, що визначають організацію освітнього процесу на ОП, навчальне навантаження, систему контролю якості освіти, порядок підсумкової атестації здобувачів вищої освіти.

Використовувані в процесі реалізації ОП методи, засоби та технології навчання і викладання сприяють досягненню її мети та програмних результатів навчання. Теоретична підготовка здобувачів освіти на ОП з використанням традиційних (словесних, наочних, практичних) та інноваційних методів навчання (кейси, воркшопи, методи позгового штурму та ін.) формує фундаментальні знання (ПРН1, РПН2, ПРН19), практико-орієнтоване навчання розвиває прикладні навички (ПРН3-ПРН9, ПРН19), інтерактивні методи (дискусії, рольові ігри, робота в малих групах) забезпечують розвиток соціальних та комунікативних компетентностей (ПРН10-ПРН18).

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

Реалізація студентоцентрованого підходу до навчання регламентується Положеннями: «Про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти» (<https://surl.li/rwraye>), «Про вибіркові дисципліни в УНУС» (<https://surl.li/zjtuyt>), «Про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників УНУС» (<https://surl.li/bvbsuq>) та ОП Маркетинг, що передбачають індивідуалізацію освітнього процесу, увагу до потреб студентів, гнучкі навчальні траєкторії. Практична реалізація студентоцентрованого підходу на ОП Маркетинг також включає: залучення здобувачів освіти до розробки та перегляду ОП (<https://surl.li/hfbqyl>); забезпечення доступу здобувачів до повної інформації про ОП (<https://surl.li/tveall>) та навчально-методичне забезпечення освітніх компонент (<https://moodle.udau.edu.ua/>); право вільного вибору тем індивідуальних завдань, баз практик; врахування результатів опитування здобувачів (<https://surl.li/jragtt>) при виборі форм та методів навчання; створення умов для навчання здобувачів з особливими потребами; прозорі критерії оцінювання, можливість повторного проходження контрольних заходів (<https://surl.li/kunoac>) та оскарження їх результатів (<https://surl.li/lcicop>); постійну інформаційно-консультаційну підтримку здобувачів освіти кураторами академічних груп (<https://surl.li/scrpln>) та НПП, залученими до реалізації ОП.

Результати опитування здобувачів ВО показали, що рівень їх задоволеності методами навчання та викладання є високим (<https://surl.li/iadgon>).

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

Принципи академічної свободи, закладені у Законі України «Про вищу освіту», також прописані у Статуті Університету, закріплені у Положеннях «Про організацію освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/Mq6O>), «Про методичне забезпечення освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/iERg>), «Про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників Уманського національного університету садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/FVKB>), «Про вибіркові дисципліни в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/iUoO>), «Про організацію проведення практичної підготовки здобувачів Уманського національного університету садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/VA21>). Зокрема передбачено самостійний вибір НПП методів викладання, вільний вибір вибірових компонентів ОП здобувачами вищої освіти, баз виробничих практик, свобода у виборі напрямів наукових досліджень, можливість брати участь у програмах зовнішньої та внутрішньої академічної мобільності, свободу висловлювання власної позиції під час занять та в академічних дискусіях. Це забезпечує відповідність методів, засобів та технологій навчання і викладання на ОП принципам академічної свободи.

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

Здобувачі мають повний доступ до опису ОП, де сформульовані цілі, зміст та очікувані результати навчання (<https://surl.li/jhqgty>, <https://surl.li/qtsofo>). На початку навчального року гарант ОП та представники групи забезпечення проводять організаційну зустріч з здобувачами вищої освіти-першокурсниками, під час якої ознайомлюють їх зі змістом ОП. На першому занятті з кожної дисципліни викладач висвітлює її цілі, завдання, очікувані програмні результати навчання, форми і методи викладання, порядок і критерії оцінювання. Студенти мають доступ до навчально-методичних матеріалів (робочі програми, конспекти лекцій, методичні рекомендації щодо проведення семінарських, практичних, лабораторних занять, самостійної роботи студентів) за кожною

дисципліною, які розміщуються в Системі дистанційного навчання (Moodle) (<https://moodle.udau.edu.ua/>).

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

Поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП відбувається шляхом виконання здобувачами індивідуальних завдань дослідницького характеру, передбачених робочими програмами окремих дисциплін (ОК3, ОК4, ОК10, ОК13, ОК15-ОК17, ОК22, ОК23, ОК27). Результати власних досліджень здобувачі презентують на засіданнях студентського наукового гуртка «Маркетолог і сьогодні» (<https://surl.li/lukacb>), а також оприлюднюють на щорічній Всеукраїнській науково-практичній конференції «Становлення та розвиток маркетингу в Україні: від теорії до практики» (<https://surl.li/abgpnd>), Всеукраїнських студентських конференціях УНУС та інших ЗВО. Студенти беруть участь у різноманітних конкурсах наукових студентських робіт. Наприклад, у грудні 2024 року здобувачка ОП Вікторія Галайко взяла участь у XII Всеукраїнському он-лайн конкурсі студентських рекламних проєктів (диплом 3 ступеня) (<https://surl.li/akqzgm>); у травні 2024 року Єлизавета Кочергін взяла участь у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт «Економіка АПК та сільського господарства» (диплом 3 ступеня) (<https://surl.li/emspdt>); у квітні 2024 року здобувач Павло Долженко взяв участь у Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт з маркетингу (диплом 3 ступеня) (<https://surl.li/xwujpv>).

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

Згідно «Положення про методичне забезпечення освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/iERg>) робоча програма кожної дисципліни підлягає обов'язковому перегляду після затвердження нової редакції освітньої програми, внесення змін до навчального плану, що стосуються цієї дисципліни або кожні два роки, якщо не відбувалось ніяких змін в освітній програмі та навчальному плані. Робоча програма навчальної дисципліни обговорюється та затверджується на засіданні кафедри, схвалюється науково-методичною радою факультету і затверджується гарантом освітньої програми. Оновлення змісту ОК відбувається за результатами: наукових досліджень викладачів та їх інтеграції в освітній процес; моніторингу останніх наукових публікацій та досліджень у відповідній галузі; участі викладачів у науково-практичних заходах; консультацій з роботодавцями щодо актуальних вимог до фахівців з маркетингу; врахування пропозицій та зауважень здобувачів освіти. Так, Пенькова О.Г. пройшла онлайн-стажування на базі Балтійського науково-дослідного інституту проблем трансформації економічного простору за темою «Інноваційні освітні технології: Європейський досвід та його європейський досвід та його застосування у підготовці фахівців з економіки та менеджменту» (сертифікат від 26.03.2023р.) за результатами якого вдосконалила зміст завдань та методи проведення практичних занять з дисциплін «Маркетинг». Харенко А.О. пройшов підвищення кваліфікації «Комунікативні маркетингові стратегії в умовах обмеженого бюджету» (свідоцтво № ADV-281116-PSAU від 08.01.2023р.) та вдосконалив зміст окремих тем з ОК «Маркетингові комунікації». Більшість НПП кафедри маркетингу в 2023 р. пройшли онлайн-стажування «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітняського простору в економіку знань» на базі Державного університету інтелектуальних технологій та зв'язку, що дозволило їм розширити використання інтерактивних методів навчання при викладанні фахових ОК.

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

Інтернаціоналізація діяльності регулюється Положеннями «Про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників УНУС» (<https://surl.li/kkomle>), «Про організацію проведення практики та стажування студентів УНУС за кордоном» (<https://surl.li/fxjsbl>). Університетом укладено договори про співпрацю з закордонними ЗВО (<https://surl.li/avsruq>), на основі яких здійснюється інтерналізація діяльності за ОП. Станом на 2025 рік ЗВО є учасником програми Еразмус+КА1 (договора з 5 вузами), в межах якої діють угоди про академічну мобільність здобувачів та НПП із ЗВО Польщі та Болгарії. Інформування учасників освітнього процесу щодо можливостей міжнародного стажування, навчання розміщено на сайті Центру міжнародної освіти та співпраці (<https://surl.li/pvzldy>). В межах ОП до проведення аудиторних занять залучаються іноземні науковці (<https://surl.li/ghsjpo>, та інші). НПП кафедри беруть участь у міжн. наук. конференціях, публікують результати досліджень у виданнях, що індексуються у міжн. наукометричних базах, підвищують свою кваліфікацію шляхом закордонних стажувань (наприклад, доц. Макушок О.В. - Польща, Міжнародна фундація науковців та освітян (МФНО) та ТОВ «НДІ Люблінського НТП», 2023 р.; проф. Пенькова О.Г. - Латвія, Балтійський НДІ проблем трансформації економічного простору, 2023 р.; доц. Семенда О.В. – Латвія, Університет прикладних наук, 2022). Бібліотека УНУС надає доступ учасникам освітнього процесу до міжнар. наукометричних баз даних Scopus та WoS.

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, організація й порядок проведення поточного та підсумкового контролів в УНУС визначені Положеннями (<https://surl.li/vqfeez>, <https://surl.li/xizvrp>). Форми підсумкових контрольних заходів обираються для конкретних ОК під час розробки навчального плану ОП з урахуванням тих результатів навчання, які необхідно здобути студентам під час вивчення дисципліни. Зміст контрольних заходів визначається на етапі

розроблення робочих програм і відповідає результатам навчання за ОК, визначених ОП. Оцінювання знань здобувачів з навчальних дисциплін здійснюється на основі результатів поточного контролю та підсумкового контролю знань. Поточний контроль проводиться під час проведення практичних, семінарських, лабораторних та інших занять з метою перевірки рівня засвоєння здобувачем певної теми або розділу (змістового модулю) навчальної дисципліни, реалізується у формі опитування, виступів на практичних заняттях, експрес-контролю тощо, перевірки результатів виконання індивідуальних завдань, контролю засвоєння навчального матеріалу, запланованого для самостійного опрацювання здобувачем. Форми проведення поточного контролю і критерії їх оцінювання для конкретних ОК визначають НПП і зазначають їх у робочій програмі відповідної навчальної дисципліни. Формами підсумкового контролю на ОП для ОК, в більшості випадків, передбачені екзамени. З усіх вибіркових дисциплін формою підсумкового контролю є залік.

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

В університеті розроблено комплекс положень, які забезпечують чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів і критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти та формалізують процедури проведення контрольних заходів, це Положення: «Про організацію освітнього процесу в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/vcaply>); «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/eptnrg>); «Про академічну успішність в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/ruflen>). Критерії оцінювання знань, умінь та навичок студентів визначаються викладачем та вносяться до робочої програми дисципліни (розміщені в системі дистанційного навчання MOODLE) і доводяться до відома здобувачів вищої освіти лектором на першому занятті з ОК. Завдання для підсумкового атестаційного екзамену і його критерії оцінювання наведено у методичних вказівках (<https://surl.li/hrbuih>).

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

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання за кожним видом робіт доводяться до здобувачів вищої освіти на початку семестру НПП, які викладають конкретні компоненти ОП, відображаються у робочих програмах навчальних дисциплін, що розміщені у системі дистанційного навчання Moodle (<https://moodle.udau.edu.ua/>). Графік навчального процесу та інформацію про строки контрольних заходів розробляються деканатом, знаходяться в навчальному відділі, деканаті і розміщені також на сайті факультету (<https://surl.li/pnidei>) та сайті кафедри (<https://surl.li/clelpj>). Онлайн-опитування здобувачів вищої освіти ОП показало, що інформацію про форми контрольних заходів та критерії оцінювання знань вони отримують від викладача (86 %) і на сайті (14 %) (<https://surl.li/rdgxhe>).

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

Стандартом вищої освіти спеціальності Маркетинг для даного освітнього рівня передбачено: «Атестація може здійснюватися у формі публічного захисту (демонстрації) кваліфікаційної роботи або атестаційного екзамену (екзаменів)». Підсумкова атестація випускників за ОП «Маркетинг» здійснюється у формі атестаційного екзамену зі спеціальності та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно. Порядок проведення атестації регламентується Положеннями «Про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/doucoj>), «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/vtvvnx>). Єдиного державного кваліфікаційного іспиту за спеціальністю 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти не передбачено.

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

Порядок проведення контрольних заходів в Уманському НУС регулюються Положеннями «Про академічну успішність в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/onapdr>), «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/dcsyry>), «Про забезпечення якості освітньої діяльності та вищої освіти в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/gzrops>), «Про апеляцію здобувачів вищої освіти щодо оцінки, отриманої під час підсумкового семестрового контролю в УНУС» (<https://surl.li/kwsxrp>). Тексти даних Положень є у відкритому доступі на сайті Університету (<https://surl.li/nnqzma>). Загальний порядок оцінювання знань здобувача за кредитно-трансферною системою, порядок розподілу балів, форми та види завдань, критерії оцінювання знань тощо для кожної навчальної дисципліни доводяться НПП до відома здобувачів на початку навчального семестру та зазначені в робочих програмах навчальних дисциплін, що розміщені у системі дистанційного навчання Moodle (<https://moodle.udau.edu.ua/>).

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

Для перевірки залишкових знань студентів і рівня об'єктивності екзаменаторів в Університеті передбачено проведення ректорського контролю якості підготовки здобувачів з окремих дисциплін, що були вивчені в попередньому семестрі. За результатами проведення ректорського контролю на засіданні кафедр, вчених рад факультетів та університету обговорюються найбільш характерні помилки в підготовці фахівців, причини їх виникнення та визначаються заходи щодо їх усунення. Об'єктивність екзаменаторів при проведенні контрольних заходів на період дистанційного навчання забезпечувалась проведенням екзаменів і заліків в середовищі дистанційної освіти Moodle Уманського НУС. Для запобігання конфлікту інтересів в Університеті прийнята Антикорупційна програма (<https://surl.li/gmdcdl>). Врегулювання конфліктів інтересів в Університеті передбачено через процедури, які регламентуються «Кодексом академічної доброчесності Уманського національного університету садівництва» (<https://surl.li/icssyu>). Прикладів конфліктів інтересів та їх врегулювання на ОП «Маркетинг» не було.

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів в Уманському НУС регулюються Положенням «Про академічну успішність в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/bcmuts>). Повторне складання модульних контрольних робіт та індивідуальних завдань на вищу кількість балів дозволяється, як виняток, з поважних причин за погодженням НПП, який читає дисципліну, з дозволу декана факультету до початку підсумкового контролю (екзамену). Студент, допущений до повторного складання підсумкового контролю зобов'язаний у терміни, визначені деканатом, прездати невиконані (або виконані на низькому рівні) завдання поточно-модульного контролю і скласти підсумковий контроль. Здобувачам, які мають з дисципліни від 35 до 59 балів і отримали оцінку «не зараховано» або «незадовільно з можливістю повторного складання», були недопущені або не з'явилися на екзамен, дозволяється під час канікул до початку наступного семестру ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академічної заборгованості. Повторне складання екзаменів допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз НПП, другий - комісії, яка створюється деканом факультету. Оцінка, отримана здобувачем у результаті другого перескладання екзамену, є остаточною. Практики повторного проходження підсумкових контрольних заходів здобувачами вищої освіти ОП не було.

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

Порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів в Уманському НУС регулюються Положенням (<https://surl.li/уруwec>), відповідно до якого здобувач особисто протягом 2 робочих днів після підсумкового оцінювання може подати заяву на апеляцію декану факультету, на якому навчається студент. Проректор з науково-педагогічної роботи (голова комісії) готує проект наказу про створення і склад апеляційної комісії (гарант ОП; НПП кафедри, який не брав участі в проведенні даного семестрового контролю; представник ради студентського самоврядування факультету), який підписує ректор. При письмовому екзамені (заліку) члени апеляційної комісії, керуючись критеріями оцінювання з даної дисципліни детально вивчають та аналізують письмові матеріали підсумкового контролю. При усному екзамені (заліку) студентові надається можливість повторно скласти підсумковий контроль членам апеляційної комісії за новим білетом, який береться ним з комплекту білетів з дисципліни. Для об'єктивності та прозорості білет, за яким студент вперше складав підсумковий контроль, вилучається з комплекту. Результати апеляції оголошуються студентові відразу після закінчення розгляду його роботи (обговорення відповідей), про що студент особисто робить відповідний запис у протоколі засідання апеляційної комісії. Прикладів оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів за ОП «Маркетинг» не було.

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

Політика ЗВО, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності відображені у таких документах: «Кодекс академічної доброчесності Уманського національного університету садівництва» (<https://surl.li/fatmph>), «Положення про уповноважену особу з питань запобігання та виявлення корупції в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/rxzdcn>), Антикорупційна програма (<https://surl.li/ldvfdm>), «Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату серед здобувачів вищої освіти в Уманському НУС» (<https://surl.li/fvbros>), «Порядок встановлення фактів порушення академічної доброчесності в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/fnesgs>).

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

У ЗВО для протидії порушенням академічної доброчесності здійснюється інформування здобувачів вищої освіти та НПП, щодо неприпустимості плагіату у студентських роботах різних видів. Для протидії порушенням академічної доброчесності в УНУС використовується спеціалізоване ПЗ для виявлення плагіату при перевірці кваліфікаційних та інших робіт (StrikePlagiarism.com). Здобувачі та НПП можуть звернутися до відділу моніторингу якості УНУС для перевірки власних наукових текстів і академічних робіт на виявлення текстових збігів/ідентичності/схожості, або скористатися безкоштовними комп'ютерними програмами перевірки тексту на унікальність, що знаходяться у відкритому доступі в Інтернет (наприклад, <https://www.etxt.biz/antiplagiat/>). При проведенні модульного контролю

використовується система Moodle для кожної академічної групи у чітко визначений час, що передбачає самостійний вхід у систему кожного здобувача і знижує ризики використання сторонніх джерел інформації. За даною ОП виконання кваліфікаційних робіт в якості підсумкової атестації здобувачів вищої освіти не передбачено.

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

«Кодекс академічної доброчесності Уманського НУС» (<https://surl.li/tuodhv>) є у вільному доступі на сайті університету. Куратори академічних груп систематично проводять роз'яснення щодо його положень. НППП групи забезпечення на початку курсу наголошують на політиці щодо академічної доброчесності в розрізі видів контролю, у робочих програмах дисциплін така інформація відображена у рубриці «Методи контролю». В 2021 році з цією ж метою в ОП була введена дисципліна «Основи наукових досліджень та академічна доброчесність». Ставлення здобувачів ЗВО до процедури дотримання академічної доброчесності з'ясується під час періодичних опитувань відділом моніторингу УНУС. На засіданнях студентського наукового гуртка здобувачам наголошується на необхідності дотримання норм академічної доброчесності при підготовці доповідей. Відділом моніторингу УНУС періодично проводяться вебінари з популяризації академічної доброчесності для здобувачів вищої освіти ЗВО (<https://surl.li/abkbku>).

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

За порушення правил академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачено притягнення до таких основних видів відповідальності: скасування рішення про присудження ступеня вищої освіти та присвоєння відповідної кваліфікації; повторне проходження оцінювання (контрольна робота, екзамен, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента ОП; відрахування з Університету. За дії (бездіяльність), що Законом України «Про освіту» визнані порушенням академічної доброчесності, особа може бути притягнута до інших видів відповідальності з підстав та в порядку, визначених законом. Випадків порушення академічної доброчесності на ОП не встановлено.

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

До реалізації ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти залучаються викладачі, відповідність освітньої і професійної кваліфікації яких стосовно ОК визначається на основі критеріїв передбачених у пункті 37 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності та які мають не менше чотирьох досягнень із переліку наведеного в пункті 38 цих же умов. Крім того, важливим аспектом виступає постійна робота НППП над підвищенням професійної майстерності із врахуванням особливостей закріплених за ними ОК через підвищення кваліфікації та стажування. До групи забезпечення входить 22 особи, серед яких 19 кандидатів наук, доцентів та 3 доктори наук, професори. Усі НППП відповідають вище зазначеним вимогам, про що свідчать відомості наведені в таблиці 2. Так, викладачі закріплені за дисциплінами загальної підготовки (Каричковська С.П., Доморослий В.І., Побережець І.І., Мороз Ю.П., Бечко Я.В., Концеба С.М., Коваленко-Чукіна І.Г.) мають необхідну базову вищу освіту. Залучені до викладання ОК циклу професійної та практичної підготовки майже всі НППП мають відповідний науковий ступінь та не менше п'яти публікацій за профілем дисципліни у фахових наукових виданнях і виданнях, що цитуються у наукометричних базах даних Scopus та WoS; крім того, Загороднюк О.В., Коротєєв М.А., Транченко О.М. Лементовська В.А. та Харенко А.О. мають базову вищу освіту, а Мудрак Р.П. здійснював керівництво дисертаційним дослідженням. Переважна більшість представників групи забезпечення ОП мають досягнення за критеріями 1, 4, 8, 14, 19 пункту 38 Ліцензійних умов (таблиця 2). Крім того, зустрічаються і інші передбачені п. 38 ЛУ досягнення: наявність не менше п'яти свідоцтв про реєстрацію авторського права на твір (Семенда О.В., Семенда Д.К., Корман І.І.); наявність виданого підручника чи навчального посібника (Доморослий В.І., Бечко Я.В., Побережець І.І., Концеба С.М., Ратушна Р.П., Семенда О.В., Семенда Д.К.); захист дисертації на здобуття наукового ступеня (Осіпова А.А.); наукове керівництво (консультування) здобувача (Мудрак Р.П.); участь в атестації наукових кадрів (Мудрак Р.П., Пенькова О.П.); робота у складі експертної ради НАЗЯВО (Концеба С.М., Мудрак Р.П., Транченко О.М.); участь у міжнародних наукових та/або освітніх проектах (Осіпова А.А., Мудрак Р.П., Концеба С.М., Коротєєв М.А.); наукове консультування підприємств, установ, організацій (Доморослий В.І.). Всі викладачі мають стаж науково-педагогічної роботи понад п'ять років та викладають закріплені навчальні дисципліни на високому науково-методичному рівні, про що свідчать результати опитування здобувачів (<https://surl.li/arcvbk>).

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

Оголошення про конкурсні пропозиції на заміщення вакантних посад НППП розміщуються на сайті Університету (<https://surl.li/vabtwn>). Конкурсний добір викладачів ОП здійснюється відповідно до Положення «Про порядок проведення конкурсного відбору, обрання та прийняття на роботу науково-педагогічних працівників Уманського національного університету садівництва» (<https://surl.li/qxwekj>). Процедура конкурсного добору передбачає відбір

професійних кадрів, що забезпечується наявністю наукового ступеня та/або вченого звання, науково-педагогічного стажу, досвіду практичної роботи за фахом, наявністю публікацій у виданнях, які включені до наукометричних баз та у фахових виданнях, стажуванням тощо. Кандидатури претендентів за їхньої присутності попередньо обговорюються на засіданні кафедри, де колектив аналізує наявність публікацій за дисциплінами, що викладаються, науково-методичні розробки для забезпечення певного освітнього компонента, результати проведення відкритих занять, а відповідні рішення кафедра направляє на розгляд Вченої ради університету (факультету). На продовження трудових відносин з НПП впливають результати виконання умов попереднього трудового контракту та результати рейтингової оцінки його діяльності. Процедура конкурсного добору викладачів є прозорими, недискримінаційними і дають можливість забезпечити необхідний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації ОП.

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

ЗВО залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу при розробці та перегляді ОП шляхом включення до складу проектної групи (головний бухгалтер ФГ «АФ «Базис» Уманського району Черкаської області), при плануванні змісту та проведенні практик (підприємства з якими укладені договори), при експертизі ОП (директор ТОВ «БСА» К. Сидорук, директор ТОВ «Укрзернотрейд Макс» О. Люлька, начальник відділу збуту ПОСП «Уманський тепличний комбінат» Р. Гордій) та її обговоренні (<https://surl.li/tlmsct>, <https://surl.li/qbxvog>), для проведення спільних науково-практичних семінарів, круглих столів, виступів на наукових гуртках (ФГ «Агрофірма «Базис», ТОВ «Скарби-Поділля», ТОВ «Епіцентр К»), спільного проведення аудиторних занять (маркетолога ТОВ «Ваша бухгалтерія» Б. Чупруна (ОК «Маркетинг») (<https://surl.li/gelwld>), регіонального представника фірми Байер В. Посторонка (ОК «Управління каналами розподілу») (<https://surl.li/jcikca>), регіонального торгового представника компанії Nufarm О. Терещука (ОК «Маркетингові комунікації») (<https://surl.li/pdxvnk>), логіста ТОВ «Спектр-Агро» В. Третяка (ОК «Логістика» і «Основи комерційної діяльності») (<https://surl.li/sqxssl>) та ін.), інших заходів. Студентами разом з викладачами кафедри були відвідані комерційні підприємства (ТОВ «Епіцентр К», ТОВ «ДСВ-Україна», ФГ «АФ «Базис»). Залучення до аудиторних занять на ОП професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців передбачено у робочих програмах фахових дисциплін.

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

Викладачі Університету згідно «Положення про підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників Уманського національного університету садівництва» (<https://surl.li/glsafn>), не менше одного разу на п'ять років, проходять підвищення кваліфікації і стажування у відповідних наукових і освітньо-наукових установах як в Україні, так і за її межами, відомості щодо проходження підвищення кваліфікації групою забезпечення ОП «Маркетинг» наведено у додатку (таблиця 2). На базі Університету періодично організовуються безкоштовні курси підвищення кваліфікації НПП, організовуються вебінари (<https://surl.li/vygfbb>), проводяться безкоштовні курси для НПП щодо організації дистанційних форм навчання в системі дистанційної освіти Уманського НУС. В Університеті відкрито безкоштовний доступ НПП до іноземних наукових видань, що індексуються у Web of Science, що дає можливість використовувати праці провідних закордонних вчених у науково-педагогічній діяльності. ЗВО також сприяє професійному розвитку викладачів, надаючи грошову винагороду за видання монографій, підручників, навчальних посібників та фахових видань, що входять до наукометричних баз Scopus та Web of Science.

Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності

ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності через матеріальне і професійне заохочення, що передбачено Положеннями: «Про рейтингову систему оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників Уманського НУС» (<https://surl.li/gwlaou>), «Про надання щорічної грошової винагороди педагогічним працівникам УНУС за сумлінну працю, зразкове виконання посадових обов'язків» (<https://surl.li/wdhwsw>), «Про внутрішню модель диференційованої оплати праці в УНУС» (<https://surl.li/oropnh>) та Колективним договором (<https://surl.li/hlsenq>). Цими документами передбачено матеріальне (преміювання) та нематеріальне (нагородження відзнаками різного рівня) заохочення. Щорічно проводиться рейтингове оцінювання роботи викладачів, за підсумками якого відбувається преміювання кращих НПП в межах кошторисних призначень на заробітну плату на поточний фінансовий рік (<https://surl.li/gelfjl>). В УНУС забезпечується виконання Плану заходів сприяння розвитку викладацької майстерності НПП УНУС (<https://surl.li/munsti>). Із початком повномасштабної війни на території України дія положень пов'язаних із матеріальним стимулюванням призупинена через проблеми із фінансуванням, але продовжують застосовуватися нематеріальні методи заохочення. Так, НПП групи забезпечення за особисті досягнення в професійній діяльності відмічені відзнаками різного рівня (<https://surl.li/nkwzdr>).

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

В Університеті акумуляовано фінансові ресурси (<https://surl.li/xzvals>) та створено матеріально-технічну базу

(<https://surl.li/rhqomf>) на рівні, що здатні забезпечити досягнення визначених ОП мети та ПРН. Так, матеріально-технічна база ЗВО включає навчальні корпуси, навчально-культурний центр, інформаційно-обчислювальний центр, бібліотеку (<https://library.udau.edu.ua/>), навчально-наукові лабораторії, навчально-виробничий відділ, спортивний комплекс, гуртожитки та інші об'єкти. ЗВО забезпечує доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах ОП. В навчальних корпусах, бібліотеці та сховищах забезпечено вільний доступ до мережі Інтернет. Більшість лекційних аудиторій оснащено проєкторами та мультимедійними екранами (таблиця 1). Лабораторні заняття проводяться у комп'ютерних класах. В розпорядженні кафедри з аудиторії і навчально-наукова лабораторія «Маркетингові рішення» (<https://surl.li/sweijq>). В Університеті створено електронний репозитарій, який забезпечує постійний доступ до наукових робіт НПП та студентів (<https://surl.li/xmunqj>). Також функціонують електронні системи АСУ (<http://mkr.udau.edu.ua/>) (має мобільний додаток) та дистанційного навчання Уманського НУС. Навчально-методичне забезпечення ОП «Маркетинг» розміщено у системі дистанційної освіти Уманського НУС (<https://moodle.udau.edu.ua/>).

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

Згідно з українським законодавством, Університет зобов'язаний забезпечити НПП та здобувачів вищої освіти доступом до інфраструктури та інформаційних ресурсів, необхідних для навчання і наукової діяльності в межах ОП. ЗВО його здійснює на безкоштовній основі. Доступу до електронних інформаційних ресурсів сприяє наявність безкоштовного Інтернету в навчальних корпусах і бібліотеці. Учасники освітнього процесу мають безперешкодний доступ до ресурсів бібліотеки Університету (<https://library.udau.edu.ua/>), в тому числі е-ресурсів: електронного каталогу (<https://surl.li/egxfjy>); електронного репозитарію (<https://lib.udau.edu.ua/home>); фахових видань університету; міжнар. наукометричних баз даних Scopus, WoS та ін. (<https://surl.li/upvkdo>, <https://surl.li/xsdhhe>). Реалізації ОП сприяє наявна цифрова інфраструктура, що охоплює WEB портал АСУ (<https://surl.li/rvacgn>), електронні навчальні курси всіх ОК в системі Moodle (<https://moodle.udau.edu.ua/>). Значна частина навчальних аудиторій обладнана сучасними технічними засобами (проєкторами – лекційні аудиторії, комп'ютерні класи – аудиторії для проведення лабораторних занять). Здобувачі освіти УНУС мають можливість розвинути творчий потенціал (<https://surl.li/zhxwvx>), спортивні здібності (<https://surl.li/mxwvtv>), отримати допомогу в працевлаштуванні (<https://work.udau.edu.ua/>). За результатами опитування 94% здобувачів ОП Маркетинг повністю задоволені наявністю та доступністю ресурсного забезпечення університету і 6% - частково (<https://surl.li/dfkjkx>).

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

Освітнє середовище, створене у ЗВО, дозволяє задовольнити потреби та інтереси здобувачів вищої освіти ОП шляхом надання можливостей для всебічного розвитку особистості і подальшого працевлаштування. Для студентів першого курсу проводяться зустрічі на яких їх інформують про діючі в Університеті творчі колективи, спортивні секції. Задля виявлення і врахування потреб та інтересів студентів проводиться анкетування відділом моніторингу якості освіти УНУС (<https://surl.li/jmxsbm>). Рада студентського самоврядування УНУС (<https://surl.li/bvxwqy>) та факультету ЕіП (<https://surl.li/rdjcvj>) акумулюють запити студентської спільноти щодо їх потреб та інтересів і доносить до відома адміністрації Університету. Безпечність освітнього середовища для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти забезпечується наявністю медичного працівника, регулярними інструктажами з техніки безпеки і охорони праці, дотриманням пожежної безпеки, відповідністю інфраструктурних об'єктів діючим санітарно-технічним вимогам. Задля безпеки здобувачів у ЗВО обладнано об'єкти укриття. В штаті ЗВО є практичний психолог, яка активно підтримує здобувачів у складних життєвих ситуаціях, проводить семінари з метою розвитку їх особистих якостей (<https://surl.li/zkypwv>), пропагує здоровий спосіб життя (<https://surl.li/hjthrx>). Ці питання також розглядаються кураторами на виховних годинах. Здобувачі вищої освіти мають можливість передати свої скарги також через скриньку Довіри.

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.

Освітня підтримка здобувачів вищої освіти здійснюється через безперешкодний доступ до усіх матеріалів ОП, навчально-методичного забезпечення усіх компонентів ОП, можливості вільного вибору вибіркового дисциплін. Механізм організаційної підтримки здобувачів вищої освіти включає систему АСУ УНУС, наявність графіку навчального процесу у вільному доступі, роботу кураторів та студентського самоврядування щодо виявлення потреб і сприяння вирішенню питань соціально-побутового характеру. Система інформаційної підтримки здобувачів вищої освіти включає відкритий доступ до регламентуючих документів ОП, інформації про студентське містечко і гуртожитки, харчування, медичне забезпечення, можливості для студентів з особливими потребами, умови для навчання, мовні курси, міжнародні програми, практику (стажування), студентські організації, умови для занять спорту і дозвілля, наукові заходи (<https://www.udau.edu.ua/>), забезпечення навчально-інформаційними (<https://moodle.udau.edu.ua/>) та науковими матеріалами (<https://surl.li/hbkrqd>), доступу до системи електронного розкладу (<https://mkr.udau.edu.ua/>). Консультативну підтримку здобувачів вищої освіти здійснюють відділи та підрозділи у межах своїх повноважень: Центр професійно-кар'єрної орієнтації та доуніверситетської підготовки (<https://surl.li/wttuej>), Центр міжнародної освіти та співпраці (<https://foreign.udau.edu.ua/>). Отримати консультації здобувачі можуть також через спілкування з кураторами, працівниками деканату, викладачами.

Соціальна підтримка здобувачів вищої освіти здійснюється шляхом надання доступу до університетської інфраструктури (забезпечення можливості проживання у гуртожитках, наявність їдальні тощо), можливості отримати соціальний захист студентам-сиротам, студентам-інвалідам та студентам з малозабезпечених сімей у відповідності з законодавством та отримати додаткові пільги у відповідності з Колективним договором (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/O2zP>). Призначення соціальної стипендії здобувачам вищої освіти та надання матеріальної допомоги розглядається Стипендіальною комісією, що діє згідно «Положення про стипендіальну комісію Уманського НУС» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/VUYz>). Механізми соціальної підтримки також реалізуються через професійну спілку працівників і студентів УНУС (<https://surl.li/wljlpj>). Рівень задоволеності здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» усіма видами підтримки відповідно до результатів опитувань Відділом моніторингу якості освіти УНУС є достатньо високим (<https://surl.li/slpjwz>).

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

Створення умов для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами у ЗВО передбачено «Порядком супроводу (надання допомоги) особам з інвалідністю та іншим маломобільним групам студентства в Уманському НУС» (<https://surl.li/ebnlxy>). Входи у навчальні корпуси (№ 1, № 4, №5, №7), спортивний комплекс № 1 обладнано пандусами, у гуртожитках №4, №6 функціонують ліфти. Інші навчальні корпуси та гуртожитки є частково пристосовані для осіб з особливими потребами (обладнані східцями та широкими дверима). Вхід у та вихід з приміщення, напрям руху по східцях обладнані табличками з шрифтом Брайля. Для здобувачів вищої освіти з особливими освітніми потребами є можливість навчатися за індивідуальним графіком та дистанційно. На ОП «Маркетинг» особи з особливими потребами не навчаються.

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

Політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (включаючи пов'язані із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією) регламентовано «Антикорупційною програмою Уманського НУС» (<https://surl.li/zsjepj>), «Кодексом академічної доброчесності Уманського національного університету садівництва» (<https://surl.li/zwfvge>), «Положенням про попередження та протидію сексуальних домагань та дискримінацію в Уманському НУС» (<https://surl.li/ykdnmm>). В Університеті є уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції, коло обов'язків якої регламентується Положенням (<https://surl.li/wurpno>). Ідентифікацію та оцінку корупційних ризиків здійснює Комісія, що діє на основі Положення «Про комісію з оцінки корупційних ризиків в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/czwhbc>). За результатами її роботи визначаються заходи щодо усунення виявлених корупційних ризиків, осіб, відповідальних за їх виконання, строків та необхідних ресурсів. В Університеті є «Антикорупційна лінія» та «Скринька довіри», куди можна повідомити інформацію про факти корупції з боку посадових осіб, працівників та здобувачів вищої освіти. Сприяння дотриманню етичних принципів і стандартів, фундаментальних принципів академічної доброчесності та розв'язанню етичних конфліктів між членами університетської спільноти здійснює комісія з питань етики та академічної доброчесності Уманського національного університету садівництва (<https://surl.li/rxldmr>). В УНУС діє Комітет з попередження і боротьби із сексуальними домаганнями та дискримінацією, який вповноважений розглядати відповідні скарги. Процедурою передбачено можливість подання скарги до Комітету у письмовій формі або на електронну пошту скриньку юрисконсульта чи голови Ради студентського самоврядування. Комітет повинен вивчити скаргу що виникла у зв'язку з сексуальними домаганнями або дискримінацією та запропонувати спосіб вирішення ситуації формальним або ж неформальним шляхом. Доступність політики та процедур врегулювання для учасників освітнього процесу реалізується шляхом вільного доступу їх до відповідної нормативної бази. Практики застосування процедур врегулювання конфліктних ситуацій під час реалізації ОП не було.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

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

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП регламентуються Положенням «Про порядок розробки, затвердження та періодичного перегляду освітньої програми в Уманському національному університеті садівництва» (<https://surl.li/baeoqn>).

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

Згідно «Положення про порядок розробки, затвердження та періодичного перегляду освітньої програми в Уманському національному університеті садівництва» перегляд ОП з метою її удосконалення відбувається за ініціативи гаранта ОП, НПП, які її реалізують, на підставі результатів оцінювання якості, об'єктивних змін

інфраструктурного, кадрового характеру, інших ресурсних умов реалізації ОП, пропозицій зацікавлених стейкхолдерів. Перегляд освітніх програм здійснюється у формах оновлення або модернізації щорічно, оновлення може відбуватись у частині усіх компонентів, крім місії (цілей) і програмних результатів навчання. Перегляд ОП здійснюється робочою (проектною) групою, яка проводить періодичний моніторинг та аналіз запитів ринку праці, роботодавців, акумулює пропозиції здобувачів вищої освіти, випускників Університету, професіоналів з маркетингу. В 2024 році ОП «Маркетинг» переглядалася з урахуванням результатів опитування здобувачів вищої освіти та пропозицій роботодавців. За результатами останнього перегляду булинесені зміни до ОП з врахуванням пропозицій:

- членів проектної групи з розробки ОП: 1) виключено підсумкову атестацію з переліку ОК; 2) переглянуто і вдосконалено матриці відповідності програмних компетентностей ОК ОП та забезпечення ПРН відповідними ОК ОП; 3) переглянуто розподіл кредитів між ОК; 4) перенесено ОК 17 з четвертого і п'ятого семестрів на п'ятий і шостий семестри; - представників групи забезпечення ОП - перенесено ОК18 з п'ятого семестру на четвертий, ОК22 та ОК24 - з шостого семестру на п'ятий;
- представника академічної спільноти іншого ЗВО – подовжено термін вивчення ОК5 на перший і другий семестри;
- стейкхолдерів-роботодавців - перенесено ОК25 та ОК26 з сьомого семестру на шостий, збільшено кількість кредитів на ОК 36;
- здобувача ВО ОП – додано до переліку фахових ВК дисципліну «Комп'ютерні мережі та кібербезпека».

Всі зміни до ОП за результатами останнього перегляду відображено у протоколах робочих груп та в таблиці змін (<https://surl.li/nkrzqx>).

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 ВО залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості шляхом включення представників до складу проектної групи з розробки, моніторингу та перегляду ОП (<https://surl.li/ixgaad>), участі в обговоренні проектів ОП (<https://surl.li/waqtqu>), надання пропозицій щодо вдосконалення змісту, форм та методів навчання й оцінювання за ОК в процесі спілкування з гарантом, представниками групи забезпечення ОП. Відділом моніторингу УНУС регулярно проводяться анонімні опитування здобувачів (<https://surl.li/prcjv>), де визначається їх обізнаність з цілями та змістом ОП, відповідність структури ОП їх очікуванням, оцінка ефективності застосовуваних методів і методики викладання, контролю знань та інші параметри, пов'язані з оцінкою студентами якості розроблення й практичної реалізації ОП. Результати анкетування здобувачів у вигляді аналітичного звіту оприлюднюються на сайті Університету (<https://surl.li/woxlin>), розглядаються навчально-методичною радою університету. Результати анкетування здобувачів ОП «Маркетинг», їх пропозиції та зауваження до змісту ОП, зібрані кураторами, розглядаються проектною групою та обговорюються на засіданні кафедри і беруться до уваги при удосконаленні ОП та освітнього процесу. У 2024 р. пропозиції здобувачів вищої освіти були враховані через додавання до переліку фахових ВК дисципліни «Комп'ютерні мережі та кібербезпека» та розширення практики використання інтерактивних методів навчання (ділових ігор, дискусій).

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

Діяльність студентського самоврядування регулюється «Положенням про студентське самоврядування Уманського національного університету садівництва» (<https://surl.li/fmwegd>). Представники студентського самоврядування входять до Вчених рад факультету та університету, через які мають можливість впливати на рішення, що приймаються в університеті, факультеті та на окремих ОП, робочих груп з проведення опитувань серед здобувачів, мають право голосу та внесення пропозицій під час розгляду і затвердження нормативних документів та рішень. До складу органів ради студентського самоврядування факультету економіки і підприємництва УНУС входить сектор забезпечення якості освіти (<https://surl.li/tszdxn>), за обов'язкової участі якого відбувається проведення соціологічних досліджень, а саме допомагають відділу моніторингу якості освіти проводити опитування щодо якості навчання, за результатами якого формується звіт, що розглядається на навчально-методичній раді ЗВО. Представники студентського самоврядування брали участь в обговоренні проекту ОП (<https://surl.li/xehnuo>).

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

Роботодавці залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості: - беруть участь в обговоренні ОП, вносять пропозиції з актуалізації змісту окремих дисциплін (<https://surl.li/wyfwf>, <https://surl.li/exrsic>);

- до проектної групи ОП включено стейкхолдера-роботодавця – головного бухгалтера ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області;
- надають рецензії на ОП (директор ТОВ «БСА» К. Сидорук, директор ТОВ «Укрзернотрейд Макс» О. Люлька, начальник відділу збуту ПОСП «Уманський тепличний комбінат» Р. Гордій);
- беруть участь в опитуваннях, організованих відділом моніторингу якості освіти УНУС з метою наближення ОП до потреб ринку праці та сьогодення (<https://surl.li/wautzj>);
- залучаються до проведення аудиторних занять, практичних занять на виробництві, засідань наукового гуртка кафедри, наприклад, маркетолога ТОВ «Ваша бухгалтерія» Б. Чупруна (ОК17) (<https://surl.li/rkzqet>), регіонального торгового представника компанії Nufarm О. Терещука (ОК288) (<https://surl.li/pttgyu>), логіста ТОВ «Спектр-Агро» В. Третяка (ОК15 і ОК22) (<https://surl.li/kmfmzs>) та ін.
- керівники баз практик підприємств надають пропозиції щодо актуальних компетентностей, якими повинні володіти здобувачі ОП для успішної роботи за фахом;

- під час проведення регулярних Ярмарок вакансій ознайомлюють здобувачів освіти зі спектром кар'єрних можливостей для роботи за фахом та вимогами до претендентів на вакансії (<https://surl.gd/minwan>).

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

В Університеті є традиція щорічного проведення зустрічі випускників, під час якої НПП акумулюється інформація щодо їх кар'єрного шляху. На кафедрі маркетингу ведеться база відгуків випускників (<https://surl.li/vqfzwp>). Акумулює інформацію щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП у ЗВО відділ професійно-карьерної орієнтації Уманського НУС (<https://work.udau.edu.ua/>). За ініціативи групи випускників та підтримки ректорату, створена та працює Громадська організація «Асоціація випускників та друзів Уманського національного університету садівництва» (<https://surl.cc/iyscem>), до напрямів діяльності якої відноситься ведення інформаційної бази даних випускників, забезпечення зв'язку з випускниками. Отримана інформація враховується при: перегляді змісту ОК та ВК відповідно до актуальних вимог ринку праці; формуванні бази потенційних роботодавців та баз практики для студентів; залученні успішних випускників до рецензування ОП, проведення аудиторних занять.

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

У ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості за час реалізації ОП було виявлено незначні недоліки, що були виправлені в процесі удосконалення програми та освітньої діяльності. Так, з урахуванням рекомендацій за результатами опитування стейкхолдерів ОП відділом моніторингу УНУС відбувається систематичне оновлення інформаційних пакетів ОП, переліку дисциплін у програмах підготовки та каталозі вибіркових дисциплін на сайті кафедри та на офіційному сайті університету, розширено практику залучення роботодавців, професіоналів-практиків до реалізації освітнього процесу, посилено роботу гаранта ОП і кураторів академічних груп з ознайомлення здобувачів зі змістом освітніх програм, каталогом вибіркових дисциплін, системою оцінювання в університеті та правами студентів на зміну оцінки шляхом її оскарження, принципами академічної доброчесності.

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 ураховані під час удосконалення цієї ОП?

Акредитація даної ОП у 2024 році відбувалася за спрощеною процедурою з ухваленням рішення про умовну (відкладену) акредитацію без проведення або з частковим проведенням акредитаційної експертизи. Тому під час удосконалення ОП враховувалися рекомендації, надані під час акредитації інших освітньо-професійних програм Уманського НУС (<https://surl.li/iilppt>). За результатами попередніх акредитаційних експертиз під час удосконалення та реалізації ОП «Маркетинг» було враховано наступні рекомендації: посилено співпрацю зі стейкхолдерами в процесі перегляду та оновлення ОП; удосконалено структурно-логічну схему ОП з врахуванням пропозицій стейкхолдерів; активізовано залучення професіоналів-практиків до навчального процесу через плановані гостьові лекції та аудиторні заняття (<https://surl.li/tlhued>, <https://surl.li/rpsyfo>, <https://surl.li/noghnz>, <https://surl.li/jmsnpj>, <https://surl.li/jmkgxa>, <https://surl.li/xudjgr>); здійснено групування фахових вибіркових дисциплін по семестрах, в яких вони можуть викладатися з урахуванням послідовності викладання обов'язкових дисциплін згідно зі структурно-логічною схемою ОП (<https://surl.li/wkppgc>); враховано науковий потенціал НПП при розподілі навчального навантаження в частині відповідності дисциплін напрямам наукових досліджень; переглянуто зміст завдань атестаційного екзамену для перевірки досягнення здобувачами освіти програмних результатів навчання передбачених ОП та Стандартом (<https://surl.li/bpezee>); доповнено в робочих програмах навчальних дисциплін критеріїв оцінювання здобувачів системою додаткових балів для їх заохочування до планованої, систематичної роботи з поглибленого опанування теоретичного матеріалу і стимулювання до дослідницької діяльності (<https://surl.li/wlddxh>); розширено й актуалізоване інформаційне наповнення сайту кафедри щодо представлення інформації про ОП (<https://surl.li/jtzpla>).

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

Учасники академічної спільноти УНУС освіти залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП шляхом внесення пропозицій щодо вдосконалення ОП (<https://surl.li/miabwk>, <https://surl.li/lrjgww>, <https://surl.li/eripra>, <https://surl.li/spbmxz>), участі в регулярних опитуваннях (<https://surl.li/fmydnr>). На засіданнях кафедри маркетингу розглядаються результати анкетування та рекомендації, надані у звітах про результати опитувань, результати ректорського контролю знань студентів і НПП групи забезпечення ОП висловлюють свої пропозиції щодо заходів з підвищення якості освіти. Питання, що присвячені якості освітнього процесу та процедурам її забезпечення розглядаються на засіданнях Вченої ради Університету та факультету, науково-методичній комісії факультету. Рішення, прийняті на них також враховуються при вдосконаленні якості ОП. Для підвищення якості ОП НПП групи забезпечення регулярно підвищують кваліфікацію, як на території України так і за її межами, в тому числі і у неформальній освіті, беруть участь у наукових заходах різного рівня і на основі цього оновлюють змістовне наповнення ОК та вдосконалюють методи навчання. На підвищення якості ОП спрямована активна співпраця з представниками інших ЗВО у формах взаємного рецензування програм, долучення представників кафедри маркетингу УНУС до обговорення проєктів аналогічних ОП (<https://surl.li/iltbgc>), організації спільних наукових (<https://surl.li/xukipw>) і навчальних заходів (<https://surl.li/jqcnqx>, <https://surl.li/yorkdh>).

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

В Університеті культура якості освіти регламентована Положенням «Про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в УНУС» (<https://surl.li/sdgtk>), відповідно до якого система процедур внутрішнього забезпечення якості освіти охоплює: здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм; порядок оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників університету; забезпечення підвищення кваліфікації та стажування педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу за кожною ОП; забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом; забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; забезпечення дотримання академічної доброчесності науково-педагогічними працівниками Університету та здобувачами вищої освіти; співпрацю з роботодавцями щодо контролю за якістю підготовки фахівців; забезпечення академічної мобільності студентів. Відповідальність за реалізацію норм даного Положення розподілена між всіма учасниками освітнього процесу відповідно до їх повноважень (<https://surl.li/qvqimx>, <https://surl.li/ckwrx>, <https://surl.li/kasuxi>, <https://surl.li/jsotqx>, <https://surl.li/cvopgw>, <https://surl.li/nxluts>, <https://surl.li/gwcmoj>, <https://surl.li/zuqqsn>, <https://surl.li/ihrlyby>, <https://surl.li/rocstu>).

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 усіх учасників освітнього процесу регулюється у ЗВО Статутом Уманського НУС (<https://surl.li/ngtlgs>), «Положенням про організацію освітнього процесу в Уманському НУС» (<https://surl.li/xitawx>), «Кодексом академічної доброчесності Уманського НУС» (<https://surl.li/tkppwz>), «Правилами внутрішнього розпорядку Уманського НУС» (<https://surl.li/heubhb>), «Положенням про студентське самоврядування Уманського НУС» (<https://surl.li/ozudyh>) та ін. Перелічені нормативні документи є в публічному доступі на офіційному сайті університету в рубриці «Нормативна база» (<https://surl.li/kodjfm>). Права та обов'язки керівників структурних підрозділів, НПП також регулюються контрактами.

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

<https://surl.li/iytizp>

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

Інформація про: освітню програму у повному обсязі розміщено у відкритому доступі на офіційному веб-сайті університету (<https://surl.li/pafprb>), на сайті кафедри маркетингу (<https://surl.li/uterol>); робочі програми навчальних дисциплін (<https://surl.li/pafprb>, <https://surl.li/muejek>); навчальний план (<https://surl.li/nluorg>); перелік та описи загальноуніверситетських (<https://surl.li/oqcbmt>) і фахових вибірковок дисциплін (<https://surl.gd/cspeg>); зміст практичної підготовки (<https://surl.li/ytavjt>); підсумкової атестації (<https://surl.li/ylkoqz>).

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

До сильних сторін ОП можна віднести:

- впроваджено студентоцентричне навчання, з комфортним та безпечним освітнім середовищем для задоволення потреб та інтересів здобувачів;
- можливість для здобувачів вищої освіти ОП продовження навчання в Уманському НУС за спеціальністю 075 «Маркетинг» на другому освітньому рівні;
- постійне вдосконалення ОП з урахуванням запитів усіх учасників освітнього процесу, стейкхолдерів, що забезпечує затребуваність випускників на ринку праці;
- висококваліфікована група забезпечення ОП, розвинута навчально-методична і матеріально-технічна бази, що дозволяє забезпечити не лише освітні, а й соціокультурні потреби здобувачів вищої освіти;
- попит на регіональному ринку праці на фахівців, здатних проваджувати маркетингову діяльність суб'єктів аграрної сфери економіки;
- практична спрямованість ОП, що передбачає значний обсяг навчальної і виробничої практики, систематичне

залучення до розробки робочих програм ОК, проведення аудиторних занять і наукових заходів професіоналів-практиків, та дозволяє випускникам ОП бути конкурентоспроможними на ринку праці.

До слабких сторін ОП можна віднести:

- відсутність участі здобувачів за ОП у програмах академічної мобільності;
- відсутність досвіду впровадження дуальної форми освіти;
- відсутність практики стажування НПП групи забезпечення ОП на профільних підприємствах.

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

Упродовж найближчих 3 років проектна група планує розвиток ОП шляхом:

- вдосконалення ОП з урахуванням тенденцій розвитку теорії і практики маркетингу, запитів роботодавців до компетенцій випускників ОП і результатів їх навчання, зауважень і пропозицій здобувачів та представників академічної спільноти;
- оновлення змістовного навантаження освітніх компонентів з урахуванням останніх результатів досліджень, змін нормативно-правової бази, вдосконалення форм і методів навчання та контролю знань здобувачів вищої освіти;
- розширення партнерських зв'язків з підприємствами, вітчизняними і закордонними ЗВО та вдосконалення освітнього процесу з урахуванням їх досвіду;
- розвитку академічної мобільності НПП та здобувачів вищої освіти за ОП;
- розширення залучення здобувачів вищої освіти за ОП до наукових досліджень кафедри маркетингу, до виконання господарчої тематики на замовлення господарюючих суб'єктів,
- стимулювання НПП до підвищення кваліфікації на профільних підприємствах;
- розширення співпраці з роботодавцями для практичної підготовки здобувачів вищої освіти, запровадження практики дуальної освіти за ОП;
- розвитку співпраці з профільними асоціаціями та об'єднаннями.

Зазначені перспективи розвитку ОП відповідають цілям і пріоритетам розвитку Уманського НУС.

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: Непочатенко Олена Олександрівна

Дата: 24.02.2025 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	
Логістика	навчальна дисципліна	OK 22_Логістика.pdf	nuUCQQiZUklZDJrZ8hdZCWWAO+idtjY YsrH7QN5lwAQ=	Мультимедійний проектор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проектора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Маркетингові дослідження	навчальна дисципліна	OK 23. Маркетингові дослідження.pdf	ktl1P4DSCrbWfALJ3QGZQvEbydOExyCtM+QpGvbQ4PY=	Мультимедійний проектор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проектора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Інформаційні системи і технології в маркетингу	навчальна дисципліна	OK 24. Інформаційні системи і технології в маркетингу.pdf	QC4bnIJLAtlReJXV kLNwRb77yBmjHkQ6ZqzImg9lICI=	30 ПК, 2018 рік: Intel Core i3-8100 @ 3.60GHz, 8,00ГБ DDR4, 223GB SSDPR-CL100-240 (SATA (SSD)), монітор: Acer SA240Y 23.8", 1920x1080px, інтерактивний дисплей 65", NewLine TruTouch TT-6518RS, точки доступу до мережі, Інтернет, Wi-Fi, Windows 10 Pro (кількість ліцензій – 30; номер ліцензії 96517175), Microsoft Office Professional Plus 2016 Ukrainian Academic OLP 1License NoLevel – 30 ліцензійних копій 15 ПК, 2020 рік: Intel Core i3-10101 @ 3.60GHz, 8,00ГБ DDR4, 240GB (SATA (SSD)), монітор: Acer VG240Y 23.8" 1920x1080px, ОС Linux Ubuntu 22.04.4 LTS x64, LibreOffice 7.3.7. Методичне забезпечення на інтерактивній платформі Moodle.
Маркетингове ціноутворення	навчальна дисципліна	OK 25. Маркетингові ціноутворення.pdf	4VDB72xF7Mu3vQODwFbS3O34ogEfyknrcSvJ7k2BQgw=	Мультимедійний проектор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проектора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Маркетингова товарна політика	навчальна дисципліна	OK 26. Маркетингова товарна політика.pdf	хазijkHP5T/fBO7b/orwgcF8y47VBZ4iZ5bNhodPpo=	Мультимедійний проектор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проектора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Управління каналами	навчальна	OK 27. Управління	/zIviskuqT2oM4mZj	Мультимедійний проектор

розподілу	дисципліна	<i>каналами розподілу.pdf</i>	dBPVcThFmmLPXXj iLNr3yLSW/w=	<i>EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проєктора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.</i>
Маркетингові комунікації	навчальна дисципліна	<i>OK 28. Маркетингові комунікації.pdf</i>	O6mHdGfYxOGsw9 Nx9b241lk45pdy12lB mcPFa7S17EE=	<i>Мультимедійний проєктор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проєктора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.</i>
Економічний аналіз	навчальна дисципліна	<i>OK 21 Економічний аналіз.pdf</i>	jp7r+liQx1wRGgQTf 3gWjIrJwXWHCceD 1WTk3rSBtGE=	<i>Мультимедійний проєктор View Sonic (1 шт.) проєкційний екран для проєктора Walfix SNM (1 шт.), (введено в експлуатацію 2020 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2019 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.</i>
Економічний механізм маркетингу	навчальна дисципліна	<i>OK 29. Економічний механізм маркетингу.pdf</i>	M41SquXpuM1VHYr 3AidwDvi/sneM26tn DRsdhtEOADA=	<i>Мультимедійний проєктор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проєктора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.</i>
Маркетинг послуг	навчальна дисципліна	<i>OK 31. Маркетинг послуг.pdf</i>	2SEegUsyncNy0YFo/p FA3xTJ1XXr3wMi2U Z7A61y0qRY=	<i>Мультимедійний проєктор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проєктора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.</i>
Маркетинг в соціальних мережах	навчальна дисципліна	<i>OK 32. Маркетинг в соціальних мережах.pdf</i>	Uq6cgR/fKV5crrpSjz 9fydKvr17PkZy8YuT EEoRHqpE=	<i>Мультимедійний проєктор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проєктора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.</i>
Навчальна практика з вступу до фаху	практика	<i>OK 33. Навчальна практика_вступу_до_фаху.pdf</i>	Rwf69bVM5FmSYYY ahnIK1up1vhsjm2jM P1n/VX/aFsA=	<i>Мультимедійний проєктор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проєктора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення на сайті кафедри.</i>
Навчальна практика з маркетингу	практика	<i>OK 34. Навчальна практика_з_маркетингу.pdf</i>	enxDmERZfE/cto5A sYboSIFGTvmEeSmk 8szrJfoutog=	<i>Мультимедійний проєктор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проєктора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.).</i>

				Методичне забезпечення на сайті кафедри.
Виробнича практика 1	практика	ОК 35. Виробнича практика_1.pdf	Zn5G7Srb1FXlMf8OQ8jgEnbyYrNOkgSO UJt3r6x58Zo=	Матеріально-технічна база підприємств-баз практики, методичне забезпечення практики на сайті кафедри.
Виробнича практика 2	практика	ОК 36. Виробнича практика_2.pdf	8+5bjvPIKbDxauK7j axi3Z5lxR5hRmT5O +tW+zx+sxA=	Матеріально-технічна база підприємств-баз практики, методичне забезпечення практики на сайті кафедри.
Підсумкова атестація	підсумкова атестація	Підсумкова_атестація.pdf	sTzgJKUX18SbeeNQ WRkWmuhpAip6IKp WNCa48h7/Eb4=	30 ПК, 2018 рік: Intel Core i3-8100 @ 3.60GHz, 8,00ГБ DDR4, 223GB SSDPR-CL100-240 (SATA (SSD)), монітор: Acer SA240Y 23.8", 1920x1080px, інтерактивний дисплей 65", NewLine TruTouch TT-6518RS, точки доступу до мережі, Інтернет, Wi-Fi, Windows 10 Pro (кількість ліцензій – 30; номер ліцензії 96517175), Microsoft Office Professional Plus 2016 Ukrainian Academic OLP 1License NoLevel – 30 ліцензійних копій, методичне забезпечення на сайті кафедри.
Маркетинг в аграрній сфері	навчальна дисципліна	ОК 30. Маркетинг в аграрній сфері.pdf	1ZMQguK/rNW7Hx9 dSmj83yTOcuCCy4P 2DssyPPTRd4w=	Мультимедійний проектор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проектора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Основи економіки аграрного сектора	навчальна дисципліна	ОК 20. Основи економіки аграрного сектору.pdf	jYJ3sQBm83ZtVoFA /ZeLafFRZngNYG4h kFy8nx3HpXM=	Мультимедійний проектор View Sonic (1 шт.) проєкційний екран для проектора Walfix SNM (1 шт.), (введено в експлуатацію 2020 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2019 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Менеджмент	навчальна дисципліна	ОК 19. Менеджмент.pdf	L34GFu48qq7dFQO HreX/CrkjfcYGTc4q2 m+ICGNmB3o=	Інтерактивна дошка Panasonic UB-T580 (1 шт.) введено в експлуатацію 2016 р.); мультимедійний проектор короткофокусний ViewSonic DLP, XGA (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р.); ноутбук ASUS (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Економіка підприємства	навчальна дисципліна	ОК 18_Економіка підприємства.pdf	qKbK5Uz/skyxGW5s clafQsKYaoTuLswW JbMy+rTlvcQ=	Мультимедійний проектор View Sonic (1 шт.) проєкційний екран для проектора Walfix SNM (1 шт.), (введено в експлуатацію 2020р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2019р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Політична економія	навчальна дисципліна	ОК 1 Політична економія.pdf	4+bq9UOqDLsJ8SHi VUM4ZY0K5BtXJU8 K5eglxXEMyU=	Мультимедійний проектор ACER X 110 (1 шт.), проєкційний екран для проектора Walfix SNM (1 шт.), (введені в експлуатацію 2020р.) ноутбук ASUS (1 шт.) (введений в експлуатацію 2023 р.) Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.

				платформі Moodle.
Ділова українська мова	навчальна дисципліна	ОК 2. Ділова українська мова.pdf	PVLLBQli6phIY+N+6cUvcW6CwbjQjh+8eY9IDPC7e6g=	Портативний ноутбук HP 250 G6 (2EV8oES) (1 шт.) (введено в експлуатацію 2022 р.), проєкційний екран Sorar (1 шт.) (введено в експлуатацію 2020 р.), проєктор Viewsonic (1 шт.) (введено в експлуатацію 2013 р.). Методичне забезпечення на інтерактивній платформі Moodle.
Історія та культура України	навчальна дисципліна	ОК 3. Історія та культура України.pdf	wGzByPw3fPixJB9H7Ri4Deo1IipDOdcTKv8ZhsOoctk=	Мультимедійний проєктор View Sonic (1 шт.) проєкційний екран для проєктора Redleaf (1 шт.), (введено в експлуатацію 2016р.), системний блок Vinga CS210B (введено в експлуатацію 2024 р.), монітор Samsung SyncMaster 913N (введено в експлуатацію 1999 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Основи наукових досліджень та академічна доброчесність	навчальна дисципліна	ОК 4. Основи наукових досліджень та академічна доброчесність.pdf	yD1nvgZ3NkU4tgOuhdwl+eM6DN5DgcsdVV91OPxWQ9M=	Мультимедійний проєктор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проєктора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Математика для економістів	навчальна дисципліна	ОК 5. Математика для економістів.pdf	BHMzcMOKCR7J1Nw13lJnzlmQg/DQ8tpJzWfSEidAH7w=	Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Фізичне виховання	навчальна дисципліна	ОК 6. Фізичне виховання.pdf	v5GmFjveT7QAVc9Pm4eelyH8zpzz8YrhT8P2DSvNDIU=	Спортивна зала, стадіон, спортивний інвентар згідно теми заняття, методичне забезпечення занять згідно секцій і гуртків
Іноземна мова	навчальна дисципліна	ОК 7. Іноземна мова.pdf	pLMouNvcd+aJCMgToRGf83RyH6XocIDcL8MVBHhdLOs=	Портативний ноутбук HP 250 G6 (2EV8oES) (1 шт.) (введено в експлуатацію 2022 р.), магнітофон Sony 250 (1 шт.) (введено в експлуатацію 2003 р.), проєкційний екран Sorar (1 шт.) (введено в експлуатацію 2020 р.), проєктор Viewsonic (1 шт.) (введено в експлуатацію 2013 р.), словники, диски з записами за темами занять. Методичне забезпечення на інтерактивній платформі Moodle.
Мікроекономіка	навчальна дисципліна	ОК 8. Мікроекономіка.pdf	zLK992r+X+9n3YW6FFt9mkiCPP9hvKQwSonbplQtbic=	Мультимедійний проєктор ACER X 110 (1 шт), проєкційний екран для проєктора Walfix SNM (1 шт), (введені в експлуатацію 2020р.) ноутбук ASUS (1 шт) (введений в експлуатацію 2023 р.) Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Інформатика	навчальна дисципліна	ОК 9. Інформатика.pdf	4RwrME9MjHmPWuaQ3sPWVjb7rIoA/qZAbfcNotl7Vqs=	30 ПК, 2018 рік: Intel Core i3-8100 @ 3.60GHz, 8,00ГБ DDR4, 223GB SSDPR-CL100-240 (SATA (SSD)), монітор: Acer SA240Y 23.8", 1920x1080px, інтерактивний дисплей 65", NewLine TruTouch TT-6518RS, точки доступу до мережі, Інтернет, Wi-Fi, Windows 10 Pro (кількість ліцензій – 30; номер ліцензії 96517175), Microsoft Office

				Professional Plus 2016 Ukrainian Academic OLP 1License NoLevel – 30 ліцензійних копій 15 ПК, 2020 рік: Intel Core i3-10101 @ 3.60GHz, 8,00ГБ DDR4, 240GB (SATA (SSD)), монітор: Acer VG240Y 23.8" 1920x1080px, ОС Linux Ubuntu 22.04.4 LTS x64, LibreOffice 7.3.7. Методичне забезпечення на інтерактивній платформі Moodle.
Макроекономіка	навчальна дисципліна	OK 10. Макроекономіка.pdf	OC5gJ8QHarq9UZx z8IVY1jdbVcz9uEE mq7YWpc+6hA=	Мультимедійний проектор ACER X 110 (1 шт), проекційний екран для проектора Walfix SNM (1 шт), (введені в експлуатацію 2020р.) ноутбук ASUS (1 шт) (введений в експлуатацію 2023 р.) Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Теорія ймовірності і математична статистика	навчальна дисципліна	OK 11. Теорія ймовірності і математична статистика.pdf	+z1ICkk+AwTEfTZpx bAyMNZOels37L3zm vPoyCoHxYg=	Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Правознавство	навчальна дисципліна	OK 12. Правознавство.pdf	Lbb8IMDDi5JYwOE ZHIp88yJioFnZBY/ NLIAurvrCLOQ=	Мультимедійний проектор View Sonic (1 шт.) проекційний екран для проектора Redleaf (1 шт), (введено в експлуатацію 2016р.), системний блок Vinga CS210B (введено в експлуатацію 2024 р.), монітор Samsung SyncMaster 913N (введено в експлуатацію 1999 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Економетрика	навчальна дисципліна	OK 13. Економетрика.pdf	9Cqox3O35/c6EiKV4 X71nKa2MwB/XKHb SF+ovITC/P4=	Мультимедійний проектор ACER X 139 (рік ведення в експлуатацію 2024р.), проекційний екран REDLEAFSRM-1102 (рік ведення в експлуатацію 2017р.), монітор Acer EK241XEVI – 5 шт. (рік ведення в експлуатацію 2024р.) та LED monitor Samsung S19F355HNI - 18.5-дюймовий – 7 шт. (рік ведення в експлуатацію грудень 2017р.), системний блок на базі процесора Intel Core i3 12100 3.3 GHz, DDR4 8 GB, SSD M.2 2280 512 GB – 5 шт. (рік ведення в експлуатацію 2024р.) та Vinga на базі процесора AMD A4-5300 3.4Ghz, DDR3 4 Gb, HDD 500 Gb – 7 шт. (рік ведення в експлуатацію грудень 2017р.), ноутбук HP15-fd 1042 – 5 шт. (рік ведення в експлуатацію 2024р.), багатофункціональний пристрій Canon MF 461 (рік ведення в експлуатацію 2024р.). Windows 10 Pro / Windows 10 Pro for Workstations - Windows 10 Professional (кількість ліцензій – 17; номер ліцензії 96509028), Office Professional Plus 2016 – 17 ліцензійних копій. Методичне забезпечення на інтерактивній платформі Moodle.
Оптимізаційні методи і моделі	навчальна дисципліна	OK 14. Оптимізаційні методи і моделі.pdf	x8Q0bqGKHcXOFHt OZJksGQJano5Ddao rtBtSLh7Mas4=	30 ПК, 2018 рік: Intel Core i3-8100 @ 3.60GHz, 8,00ГБ DDR4, 223GB SSDPR-CL100-240 (SATA (SSD)), монітор: Acer SA240Y 23.8", 1920x1080px, інтерактивний дисплей 65", NewLine TruTouch TT-6518RS, точки доступу до мережі, Інтернет, Wi-Fi,

				Windows 10 Pro (кількість ліцензій – 30; номер ліцензії 96517175), Microsoft Office Professional Plus 2016 Ukrainian Academic OLP 1License NoLevel – 30 ліцензійних копій 15 ПК, 2020 рік: Intel Core i3-10101 @ 3.60GHz, 8,00ГБ DDR4, 240GB (SATA (SSD)), монітор: Acer VG240Y 23.8" 1920x1080px, ОС Linux Ubuntu 22.04.4 LTS x64, LibreOffice 7.3.7. Методичне забезпечення на інтерактивній платформі Moodle.
Основи комерційної діяльності	навчальна дисципліна	OK 15. Основи комерційної діяльності.pdf	mYugF9yePiN35aQAnuzQq+GC+BbncDiz0Es24F609gk=	Мультимедійний проектор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проектора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Поведінка споживачів	навчальна дисципліна	OK 16. Поведінка споживачів.pdf	9IDoownsw/eZlU1w67fLdbbEb9LoOkdrkrppQvrjxBM=	Мультимедійний проектор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проектора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.
Маркетинг	навчальна дисципліна	OK 17.Маркетинг.pdf	y84jc41SBH8bpdBPT42QAxVPRutZXlNEc+vpelzBJA8=	Мультимедійний проектор EPSON EB-504 (1 шт.) та проєкційний екран для проектора Redleaf (1 шт.) (введено в експлуатацію 2016 р., проведено ремонт у 2023 р.), ноутбук ASUS (введено в експлуатацію 2024 р.). Методичне забезпечення дисципліни на інтерактивній платформі Moodle.

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

Таблиця 2. Зведена інформація про відповідність НПП освітнім компонентам

ID викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування відповідності освітньому компоненту (кваліфікація, професійний досвід, наукові публікації)
229535	Доморослий Валентин Іванович	доцент, Основне місце роботи	Менеджменту	Диплом спеціаліста, Київський державний університет ім. Т.Г. Шевченка, рік закінчення: 1988, спеціальність: історія КНРС, Диплом кандидата наук КН 004725, виданий	32	Історія та культура України	Підвищення кваліфікації: 1. Уманський державний педагогічний університет ім. П. Тичини; «Інноваційні технології у професійній діяльності викладача»; свідоцтво ПК№ 02125639/000985-23 від 31.05. 2023 р.

08.04.1994,
Атестат
доцента ДЦАР
002668,
виданий
06.12.1995

Відповідність пункту 37
Ліцензійних умов :
1,2,5.

Відповідність пункту
38 Ліцензійних умов
(1,3,4,8,11,14,19)
п 1. 1. Доморослий В.І.
Прагматизм та його
прояви в українській
ментальності. Збірник
наукових праць
«Етнічна історія
народів Європи». Вип.
73. Київ, 2024. С. 116-
121.

2. Білан С.
Доморослий В.
Депутати української
думської громади І
Державної Думи Росії
та їх жіяльність у
Союзі автономістів.
Східноєвропейський
історичний вісник.
Дрогобич,
Видавничий дім
«Гельветика» 2023. С.
31-43. (Web of Science)

3. Доморослий В.І.
Землеробська
ментальність як
домінанта українства.
Збірник наукових
праць «Етнічна
історія народів
Європи». Вип. 71.
Київ, 2023. С. 36-42.

4. Білан С.О.,
Доморослий В.І.
Українська духовність
доби постмодернізму
у період російсько-
української війни.
Вісник аграрної
історії. Київ, 2023.
Вип. 43-44. С. 101-110.

5. Доморослий В.І.
Проблема самотності
у творчості Лесі
Українки. Збірник
наукових праць
«Етнічна історія
народів Європи». Вип.
69. Київ, 2023. С. 94-
97.

6. Доморослий В.І.
Володимир Шемет та
його діяльність в
українській думській
громаді першої
Державної Думи
Російської імперії у
1906 р. Збірник
наукових праць
«Етнічна історія
народів Європи». Вип.
67. Київ, 2022. С. 57-
62.

7. Доморослий В.І.
Максим Ковалевський
та його діяльність в
українській думській
громаді першої
Державної Думи
Російської імперії
(1906 р.). Часопис
української історії.
Вип. 45, Київ 2022. С.
61-71.

8. Доморослий В.І. Журнал «Український вестник» про діяльність Іллі Шрага у І Державній Думі Російської імперії. Збірник наукових праць «Етнічна історія народів Європи». Вип. 63. Київ, 2021. С. 99-105.

9. Доморослий В.І. Малоросійство та його прояви у суспільному житті України на початку ХХ ст. Збірник наукових праць «Етнічна історія народів Європи». Вип. 60, Київ, 2020. С. 64-71.

п. 3. 1. Доморослий В.І. Основи демократії (для студентів неспеціальних факультетів усіх форм навчання): навчальний посібник. Умань, ВВЦ «Візаві», 2021. 156 с.

2. Доморослий В. І. Політологія (для студентів неспеціальних факультетів усіх форм навчання): навчальний посібник. Умань ВВЦ «Візаві», 2023. 160 с.

п. 4. 1. Доморослий В.І. Інструктивно-методичні матеріали до семінарських занять з дисципліни «Історія та культура України» для здобувачів вищої освіти спеціальності: 051 «Економіка»; 071 «Облік і оподаткування»; 075 «Маркетинг»; 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»; 122 «Комп'ютерні науки»; 232 «Соціальне забезпечення» першого (бакалаврського) рівня. УНУС, 2023. 15 с.

2. Доморослий В.І. Методичні вказівки для самостійної роботи з дисципліни «Історія та культура України» для здобувачів вищої освіти спеціальності 051 «Економіка»; 071 «Облік і оподаткування»; 075 «Маркетинг»; 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»; 122 «Комп'ютерні науки»; 232 «Соціальне забезпечення» першого

						<p>(бакалаврського) рівня. УНУС, 2023. 14 с.</p> <p>3. Доморослий В.І. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Історія та культура України» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету економіки і підприємництва. URL: https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=579</p> <p>п. 8. Відповідальний виконавець проекту за господарчою тематикою «Розробка рекомендацій з проведення семінарів, тренінгів, курсів для ФГ «АГРО МД»; договір №4/23 від 26.04. 2023 р.</p> <p>п. 11. 1. Науковий консультант ТРК «Умань». 2. Науковий консультант інтернет-видання «bucha-life». 3. Член комісії з благоустрою та архітектури Уманського міськвиконкому</p> <p>п. 14. Призер I туру Всеукраїнської студентської олімпіади з політології: 2020 р. – Ковальчук В.В. (1 місце).</p> <p>п. 19. Член Всеукраїнського наукового товариства істориків-аграрників.</p> <p>Профайл викладача : https://social.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vkladachi-ta-spivrobotniki/domoroslij-ivanovich.html</p>	
117160	Семенда Ольга Володимирівна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємства	<p>Диплом бакалавра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2008, спеціальність: 0501 Економіка і підприємства, Диплом спеціаліста, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2009, спеціальність:</p>	8	Маркетинг в соціальних мережах	<p>Підвищення кваліфікації: 1. Міжнародне підвищення кваліфікації «Міжнародний досвід використання штучного інтелекту в освітньому процесі (частина II)» м. Люблін (Республіка Польща). 02 липня по 11 липня 2024 року. Сертифікат ESN№20418 11.07.2024 2. Підвищення кваліфікації «Сталий розвиток аграрного сектору економіки та сільських територій: виклики сьогодення».</p>

050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 032487, виданий 15.12.2015, Атестат доцента АД 007583, виданий 15.04.2021

м.Київ. Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», травень 2023 року; свідоцтво № 150523109.
3. ISMA University of Applied Sciences (Рига, Латвія); «Теорія та практика науково-педагогічних підходів в освіті»; сертифікат № 1-22/04-22 (13 грудня 2021р. – 13 січня 2022 р.).
4. Міжнародний університет бізнесу і права. Центр українсько-європейського наукового співробітництва; Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації з економічних наук «НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ ТА НАУКИ: ІННОВАЦІЇ, ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ, ІНТЕГРАЦІЯ – ІДІ»; сертифікат № ADV-151136-ЕСО від 26.12.2021 р.
5. Цикл тренінгів LIFECELL DIDGITAL ACADEMY, сертифікат № 203 від 16.12.2021 р.

Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 2,5

Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,2,3,4,8,14,19) п 1. 1. Semenda, O., Sokolova, Y., Korovina, O., Bratko, O., & Polishchuk, I. (2024). Using Social Media Analysis to Improve E-commerce Marketing Strategies. International Review of Management and Marketing, 14(4), 61-71. URL : <https://doi.org/10.32479/irmm.16196> (Scopus)
2. Євсейцева, О., Люльчак, З., Семенда, О., Ярвіс, М., & Пономаренко, І. (2022). Digital-маркетинг як сучасний інструмент просування товарів та послуг у соціальних мережах. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики, 1(42), 361-370. URL : <https://doi.org/10.18371/fcaptr.1.42.2022.3723> (Web of Science/

Scopus)

3. Семенда О.В. Вплив цифрових технологій на трансформацію операційних процесів та взаємодію зі споживачами в роздрібній торгівлі. International scientific journal «Grail of Science». 2024. №45. С.168-174. DOI 10.36074/grail-of-science.01.11.2024.018

4. Семенда О. Застосування інтегрованої омніканальної стратегії залучення цільової аудиторії у фармацевтичному маркетингу. Економіка та суспільство. 2024. №60. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-114>

5. Семенда О.В., Корман І.І. Модель впливу контент-маркетингу на інноваційний потенціал бізнесу. Підприємництво та інновації. 2024. №30. С.66-71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/30.10>

6. Семенда О.В. Аналіз впливу контент-маркетингу на свідомість покоління Z. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Том 7. № 3. С.156-164. DOI: 10.15276/mdt.7.3.2023.11.

7. Zrybnieva I., Larina K., Semenda O. Sustainable entrepreneurship: analysis of digital marketing trends in the regional and global dimension. Futurity Economics&Law. 2023. №3(2). P.150-170. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.06.25.10>

8. Семенда Д.К., Семенда О.В. Впровадження цифрового маркетингу на підприємствах агропромислового комплексу України. Globalization of scientific knowledge: international cooperation and integration of sciences. 2023. 599с. С.54-59. DOI 10.36074/grail-of-science.17.03.2023.006

9. Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в

цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. Ефективна економіка. 2023. №2. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22>

10. Semenda, O., Shevchenko, V., Purhani, S., Kharit, O., & Krasnostanova, N. (2023). Adaptation of Logistics Companies to Functioning under the Restrictions Imposed by Military Operations. WSEAS Transactions on Environment and Development, vol. 19, P.558-570. DOI: [10.37394/232015.2023.19.54](https://doi.org/10.37394/232015.2023.19.54) (Scopus)

11. Семенда О.В., Корман І.І. Аналіз українського ринку овочів в умовах війни. International Science Journal of Management, Economics & Finance. 2024. Vol.3. No.1. pp.72-80. doi: [10.46299/j.isjmef.20240301.07](https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240301.07)

12. Корман І.І., Семенда О.В., Макушок О.В. Маркетингове дослідження українського ринку страхових послуг. Київський економічний науковий журнал. 2024. №4. С.119-126. DOI [10.32782/2786-765X/2024-4-17](https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-4-17)

13. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг вражень: пошук оптимальної стратегії впливу на поведінку споживачів в умовах зміни ціннісних орієнтирів суспільства. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. №11. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-04-01>

14. Громик О., Семенда О. Споживання м'яса в Україні: реалії та проблеми розвитку. Комунальне господарство міст. 2023. №5(179). С.20–26. <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2023-5-179-20-26>

15. Корман І.І., Семенда О.В. Маркетингові дослідження

кон'юнктури ринку зерна в умовах війни. «Вчені записки». Збірник наукових праць КНЕУ. 2023. №31(2). С.107-118. DOI
10.33111/vz_kneu.31.22.02.10.068.074

16. Семенда О.В. Описове дослідження в маркетингу як основа наукових досліджень. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023. №8.
<https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01>

17. Семенда О.В. Концепція обслуговування споживачів логістичної галузі: переваги, проблеми та способи вирішення. Економічні горизонти. 2023. №1(23). С.26-34.
[https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.270796](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.270796)

18. Sanakuiev M., Mykhalchenko H., Semenda O., & Vdovichena O. Information marketing: the essence, characteristics, and trends of development. Futurity Economics&Law. 2023. №3(1). P.16–27.
<https://doi.org/10.57125/FEL.2023.03.25.02>

19. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг інновацій на ринку молочної продукції: основні споживчі тенденції. Агросвіт. 2023. №3-4. С.49-55. DOI:
10.32702/2306-6792.2023.3-4.49

20. Семенда О.В. Перспективи розвитку підприємницької діяльності у підсистемах логістики. Підприємництво та інновації. 2022. №24. С.108-112. DOI:
<https://doi.org/10.32782/2415-3583/24.18>

21. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. №9-10. С.16–23. DOI:
10.32702/2306-6814.2022.9-10.16

22. Корман І.І.,
Лементовська В.А.,
Семенда О.В.
Маркетингове
дослідження ринку
молока та молочних
продуктів України.
Економіка та держава.
2022. №4. С.62–68.
DOI: 10.32702/2306-
6806.2022.4.62

23. Пенькова О.Г.,
Семенда О.В.
Теоретичні основи
проведення наукових
досліджень
здобувачами вищих
навчальних закладів:
огляд літератури як
методологія
дослідження. Наукові
інновації та передові
технології. 2022.
№4(6). С.164-176. DOI:
[https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4\(6\)-164-176](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4(6)-164-176)

24. Семенда Д.К.,
Корман І.І., Семенда
О.В. Оцінка
кон'юнктури та
споживчих переваг на
ринку сиру України.
Агросвіт. 2022. №3.
С.77–88. DOI:
10.32702/2306-
6792.2022.3.77

25. Семенда О.В.
Корман І.І. Методика
проведення
маркетингових
досліджень поведінки
споживачів у
віртуальному
середовищі. «Věda a
perspektivy». 2022.
№1(8). С.60-71. DOI:
[https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71)

26. Корман І.І.,
Семенда О.В., Гаєнко
В.І. Формування
попиту та
стимулювання збуту
на вітчизняному
ринку рибної
продукції.
Підприємництво та
інновації. 2021. №19.
С.19-26. DOI:
<https://doi.org/10.37320/2415-3583/19.3>

27. Пенькова О.Г.,
Корман І.І., Семенда
О.В. Теоретичні
підходи до
формування наукових
гіпотез в маркетингу.
Таврійський науковий
вісник. Серія:
Економіка. 2021. №8.
С.42-48.
<https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.8.6>

28. Корман І.І.,
Семенда О.В., Осадчук
Н.В. Маркетингове
дослідження каналів
розподілу. Економіка
та суспільство. 2021.

№29. DOI:
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-29>
29. Семенда Д.К., Семенда О.В. Перспективи запровадження моделі D2C електронної комерції в Україні. Інфраструктура ринку. 2021. №1(51). С.208-212. DOI:
<https://doi.org/10.32843/infrastruct51-33>
30. Семенда Д.К., Семенда О.Вс., Семенда О.В. Логістика та її роль в підвищенні економічної ефективності реалізації продукції рослинництва. Молодий вчений. 2021. №1. С.185-190. DOI:
<https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-1-89-38>
31. Семенда О.В., Вдовічена О.Г., Кохан М.О. Маркетингові інновації в умовах глобальної кризи викликаною пандемією коронавірусу. Наукові перспективи. 2021. №1(7) С.356-369. DOI:
[https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1\(7\)-356-369](https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1(7)-356-369)
32. Семенда Д.К., Семенда О.Вс., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна. Агросвіт. 2021. №1-2. С.56-64. DOI:
[10.32702/2306-6792.2021.1-2.56](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.1-2.56)
33. Penkova, O., Lementovska, V., Sokovnina, D., Korman, I., & Semenda, O. (2021). Developing a marketing strategy to improve the market activities of agricultural and processing enterprises, using the policy of "Goodvalley" as an example. Scientific Horizons, 24(11), 92-100. DOI:
[10.48077/scihor.24\(11\).2021.92-100](https://doi.org/10.48077/scihor.24(11).2021.92-100) (Scopus)
34. Semenda, O., Hurzhyi, N., Turchak, I., Hatska, L., Buryk, Z. (2021). Market of organic products in the EU: an assessment of manufacturing segments and consumers. Ad Alta. Journal of Interdisciplinary

Research. P.47-52. DOI: <https://doi.org/10.33543/11022>. (Web of Science)

35. Padalka, A.M., Gribincea, A., Lesik, I.M., Semenda, O.V., & Barabash, O.O. (2021). Consumer protection when purchasing goods on the Internet. Journal of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine, 28(2), P.189-197. DOI: 10.37635/jnalsu.28(2).2021.189-197 (Scopus)

36. Trachuk, T., Vdovichena, O., Andriushchenko, M., Semenda, O., Pashkevych, M. (2021). Branding and Advertising on Social Networks: Current Trends. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, vol.21, No.4, P.178-185. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.4.22>. (Web of Science)

п 2. 1. свідоцтво № 99138 від 17.08.2020 р.; 2. свідоцтво № 99139 від 17.08.2020 р.; 3. свідоцтво № 99141 від 17.08.2020 р.; 4. свідоцтво № 99142 від 17.08.2020 р.; 5. свідоцтво № 99143 від 17.08.2020 р.; 6. свідоцтво №118670 від 02.05.2023 р.; 7. свідоцтво №119824 від 16.06.2023 р.; 8. свідоцтво №122304 від 25.12.2023 р.; 9. свідоцтво №122303 від 25.12.2023 р.; 10. свідоцтво №122354 від 26.12.2023 р.

п 3. Маркетинг в підприємницькій діяльності та управління продажем логістичних послуг: підручник / С.Л. Литвиненко, О.С. Трегубов, В.С. Войцеховський, О.В. Семенда, Ю.М. Попова, Т.В. Кайдакова. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 280 с.

п 4. 1. Маркетинг в соціальних мережах: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань:

УНУС. 2022. 56 с.
2. Основи наукових досліджень та академічна доброчесність: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2024. 49 с.
3. Основи комерційної діяльності: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 71с.
4. Поведінка споживачів: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» перший (бакалаврський) рівень денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС, 2024. 55 с.
5. Логістика: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 121с.
п 8. 1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «ЕнергоСервіс ДСК» м. Умань Черкаської області (2023 рік)
2. Член редколегії наукового журналу «Актуальні питання економічних наук» (ISSN 3041-2129 online), Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика
п 14. Призери I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг» : 2023 р. – Зіновкін Б.К. (21 м-ма група) –

						<p>диплом 2-го ступеня. п 19. 1. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 597 від 02.06.2021 р.)</p> <p>2. Членство в ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян» IESF» №ES1234 2023р.</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/semenda-olga-volodimirivna.html</p>	
102944	Лементовська Валентина Анатоліївна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом бакалавра, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2014, спеціальність: Маркетинг, Диплом спеціаліста, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2015, спеціальність: 7.03050701 маркетинг, Диплом магістра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2005, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 059653, виданий 01.07.2010, Аттестат доцента 12/ДЦ 035460, виданий 31.05.2013</p>	17	Маркетинг послуг	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <p>1. Малопольська школа державного управління Краківського економічного університету; «Новітні та інноваційні методики навчання»; сертифікат NR2629/MSAP/2021 (01-26 березня 2021р.)</p> <p>2. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітянського простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301035-ECO від 10.12.2023 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов :1,2.</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,8,14,19) п 1. 1. Raisa Kozhukhivska, Olena Sakovska, Svitlana Podzihun, Valentyna Lementovska, Ruslana Lopatiuk, i Nataliia Valinkevych Development of Entrepreneurship в Tourism i Recreation Sphere:Marketing Research, Springer Cham, 2023,10(4). URL:https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9356 (Scopus)</p> <p>2. Кожухівська Р. Б., Саковська О. М., Лементовська В. А. Сільський (зелений) туризм як інноваційна форма підприємницької діяльності на Черкащині: маркетинговий аспект. Інтернаука. 2023. Серія: «Економічні науки». № 69. С.115-122. URL:</p>

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8555
3. Саковська О. М., Лементовська В. А. Використання маркетингового підходу у процесі формування ціни на інклюзив-тур. Економіка та держава. 2020. № 10. С. 80-83. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4764&i=13>

4. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Кон'юнктура ринку зерна в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. Інтернаука. Серія: Економічні науки. 2024. №11 (91). URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-11>

5. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Стратегії просування бренду на різних етапах життєвого циклу продукції. Економіка та суспільство. 2024. № 66. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-31>

6. Penkova, O., Kharenko, A., Strunhar, A., Lementovska, V., Korman, I. (2024). Marketing approaches amid rapid technological shifts: forecasting and flexibility. AD ALTA Journal of Interdisciplinary Research, 14(1), pp.140-145. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf (Web of Science)

7. Макушок О.В., Корман І.І., Лементовська В.А. Практичні аспекти формування ефективної маркетингової стратегії. Інвестиції: практика та досвід. № 13. 2023. с. 67-72. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1765>

8. Корман І.І., Лементовська В.А., Семенда О.В. Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. Економіка та держава. № 4. 2022. С. 62-68. URL: DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.62

9. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Економічний механізм маркетингу вітчизняних середніх підприємств аграрного бізнесу. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2022. Вип. 100. Ч. 2. С. 311-319. URL: DOI: 10.31395/2415-8240-2022-100-2-311-319

10. Семенда О.В., Лементовська В.А., Подолинний Д.С. Упровадження новітніх інструментів маркетингової комунікації для формування лояльної поведінки споживача. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. №4(31). 2021. С.73-77. URL: DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.31-11>

11. Пенькова, О., Лементовська, В., Соковніна, Д., Корман, І., & Семенда, О. (2021). Розвиток маркетингової стратегії до вдосконалення маркетингу діяльності сільськогосподарських і процесних підприємств, використовуючи політику "Goodvalley" як приклад. Scientific Horizons, 24 (11), 92-100. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9175> (Scopus)

12. Penkova, O., Kharenko, A., Lementovska, V., Poberezhets, I., Nehanov, V. (2021). The Influence of Raw Material Factors and Demand Factors on the Formation of Supply of Products by Milk-processing Enterprises on the Regional Market: Ukrainian Experience. Lecture Notes in Networks and Systems, 194, 594-603. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_45 (Scopus)

13. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингові дослідження ставлення студентства до органічних продуктів харчування. Інноваційна

економіка. 2020. №3-4. С.133-139. URL : <http://www.inneco.org/index.php/innecoua/article/view/573/638>

14. Лементовська В.А., Харенко А.О. Інноваційні форми комунікаційної діяльності в маркетингу. Інвестиції: практика та досвід. № 19-20. 2020. С. 59-63. URL : <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7177&i=9>

15. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингова товарна політика молокопереробних підприємств Черкаської області. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 1. Серія «Економічні науки». 2020. С. 17-32. URL : http://visn.knau.kharkov.ua/visn2020_1.html

п 4. 1. Лементовська В.А. Маркетинг послуг: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 51 с.

2. Лементовська В.А. Маркетингове ціноутворення: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 50 с.

3. Лементовська В.А., Корман І.І. Методичні рекомендації для підготовки до практичних занять з дисципліни «Маркетингова товарна політика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Умань, УНУС. 2024. 51 с.

4. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для підготовки до

						<p>практичних занять з дисципліни «Економічний механізм маркетингу» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Умань: УНУС. 2024. 48 с.</p> <p>п 8. 1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області (2022 роки).</p> <p>2. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «Астрея» Ананьївського району Одеської області (2024 рік).</p> <p>п 14. 1. Призери I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг» : 2020 р. – Рудюк М.О. (21 м-ма група) – диплом 1-го ступеня; 2021 р. – Люлько А.В. (21 м-ма група) – диплом 2-го ступеня; : 2023 р. – Гула О.М. (21 м-ма група) – диплом 3-го ступеня.</p> <p>2. Призер Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» на базі Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: Розводовський М. – диплом 3-го степеня (2023 р.), Василенко І. – диплом 2-го степеня (2024 р.).</p> <p>п 19. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 574 від 30.03.2021 р.)</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/lementovska-valentina-anatoliivna.html</p>	
198011	Харенко Андрій Олександрович	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємства	Диплом бакалавра, Уманський національний	23	Маркетинг в аграрній сфері	Підвищення кваліфікації: 1. Національний університет

університет садівництва, рік закінчення: 2014, спеціальність: Маркетинг, Диплом спеціаліста, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2017, спеціальність: маркетинг, Диплом спеціаліста, Уманська сільськогосподарська академія, рік закінчення: 2000, спеціальність: менеджмент організацій, Диплом магістра, Уманська сільськогосподарська академія, рік закінчення: 2000, спеціальність: менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 051237, виданий 28.04.2009, Атестат доцента 12Д 027724, виданий 14.04.2011

біоресурсів і природокористування ; «Інноваційна спрямованість педагогічної діяльності»; свідоцтво СС 00493706/011472-20 від 28.02.2020 р.
2. Цикл тренінгів LIFECCELL DIDGITAL ACADEMY, сертифікат № 220 від 16.12.2021 р.
3. Полтавський державний аграрний університет; «Комунікативні маркетингові стратегії в умовах обмеженого бюджету»; свідоцтво № ADV-281116-PSAU від 08.01.2023 р.
4. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітнього простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301081-ECO від 10.12.2023 р.
5. Міжнародний історико-біографічний інститут: «Разом із Нобелівськими Лауреатами: Цінності, Досвід, Знання, Компетентності і Технології для Формування Успішної Особистості та Трансформації Оточуючого Світу»; сертифікат № 29007 від 05.12.2024 (10.10-05.12. 2024 р.)

Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1,2,5

Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,8,14,19)
п 1. 1. Penkova, O., Kharenko, A., Strunhar, A., Lementovska, V., Korman, I. (2024). Marketing approaches amid rapid technological shifts: forecasting and flexibility. AD ALTA Journal of Interdisciplinary Research, 14(1), pp.140-145. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf (Web of Science)
2. Penkova, O., Kharenko, A. (2023) Transformation of marketing logistics for the export of ukrainian crop production in the context of a full-scale

war with the russian federation. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series Economics, 10(1), pp. 37-48. URL: DOI: 10.52566/msu-econ1.2023.037 (Web of Science, Scopus)

3. Прокопчук О. Т., Харенко А. О., Гумен О. В., Мирошниченко М. М., Клименко В.О., Жарун Р. Ф. Цифрові трансформації та інноваційні рішення на ринку страхових послуг України. Зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2024. Випуск 105. Ч. 2: Економічні науки. С. 106-115. URL : <https://journal.udau.edu.ua/arxiv-nomerv/2024/vipusk-105-chastina-2/cifrovi-transformacii-ta-innovacijni-rishennya-na-rinku-strahovih-poslug-ukraini.html>

4. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Тенденції розвитку рекламних технологій на ринку нерухомості. Зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2023. Вип. 102. Ч. 2. С. 222-234. URL : <https://journal.udau.edu.ua/assets/files/102/102.2/19.pdf>

5. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Маркетинговий аналіз середовища функціонування аграрних підприємств. Вісник аграрної науки Причорномор'я, 2023. Том 27. № 2. С. 28-40. URL : <https://bsagriculture.com.ua/uk/journals/tom-27-2-2023/marketingovy-analiz-seredovishchafunktsionuvannya-agrarnikh-pidpriemstv>

6. Прокопчук О.Т., Пенькова О.Г., Харенко А.О. Теоретичні засади управління маркетинговою діяльністю у страховому бізнесі. Зб. наук. праць Уманського національного університету

садівництва. Умань, 2022. Вип. 101. Ч. 2. С. 120-130. URL : <https://journal.udau.edu.ua/assets/files/101.2/12.pdf>

7. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Економічний механізм маркетингу вітчизняних середніх підприємств аграрного бізнесу. Зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2022. Вип. 100. Ч. 2. С. 311-319. URL : <https://lib.udau.edu.ua/items/df3f87c1-4e75-460b-8393-940d2b6abdo0>

8. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Практика застосування концепції соціально відповідального маркетингу міжнародними компаніями під час російсько-української війни. Науковий вісник Одеського національного університету. № 2 (92). Т. 27. Серія „Економічні науки”. 2022. С. 44-48. URL : <https://lib.udau.edu.ua/items/143265c3-f947-43a2-ab4c-1539ac1c16f8>

9. Penkova, O., Zakharchuk, O., Blahun, I., Berher, A., Nechytailo, V., Kharenko, A.. (2022). Price Monitoring Automation with Marketing Forecasting Methods. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, 22(9), pp 471-480. URL: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.9.61> (Web of Science)

10. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Кулішенко Є.М. Адаптація маркетингової стратегії підприємств сільськогосподарськог о машинобудування до умов внутрішнього і міжнародних ринків. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 2. Т. 1. Серія „Економічні науки”. 2021. С. 35-50. URL : <http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/2994/1/6.p>

df

11. Пенькова, О., Харенко, А., & Соковніна, Д. (2021). Використання інструментарію маркетингу послуг елеваторами України. Економіка та суспільство, (29). URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-40>

12. Penkova, O., Kharenko, A., Lementovska, V., Poberezhets, I., Nehanov, V. (2021). The Influence of Raw Material Factors and Demand Factors on the Formation of Supply of Products by Milk-processing Enterprises on the Regional Market: Ukrainian Experience. Lecture Notes in Networks and Systems, 194, 594–603. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_45 (Scopus)

13. Пенькова О.Г., Харенко А. О., Кулішенко Є.М. Організація управління маркетинговою діяльністю підприємства сільськогосподарського машинобудування на внутрішньому та зовнішньому ринках. Зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2021. Вип. 98. Ч. 2. С. 153 – 165. URL : <https://journal.udau.edu.ua/archiv-nomerv/2021/vipusk-98-chastina-11/organizaciya-upravlinnya-marketingovoyu-diyalnistyu-pidpriemstva-silskogospodarskogo-mashinobuduvannya-na-vnutrishnomu-ta-zovnishnomu-rinkah.html>

14. Pen'kova, O., Kharenko, A. and Nevlad, V. (2020), “Advertising concepts of the promotion of the production of milk processing enterprises in cherkasy region”, Investytsiyi: praktyka ta dosvid, vol. 15-16, pp. 22-27. URL : <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7117&i=3>

15. Пенькова О.Г.,

Харенко А.О.,
Лементовська В.А.
Маркетингові
дослідження
ставлення студентства
до органічних
продуктів харчування.
Інноваційна
економіка. 2020. №3-
4. С.133-139. URL :
<http://www.inneco.org/index.php/inneco/ua/article/view/573/638>

16. Пенькова О.Г.,
Харенко А.О.,
Цимбалюк Ю.А.
Тенденції та
перспективи розвитку
ринку круп'яних
виробів в Україні.
Науковий вісник
МДУ. Мукачево:
Видавництво МДУ,
2020. Вип. 1 (13).
Серія «Економіка». С.
38-44. URL :
<http://economics-msu.com.ua/ru/journals/1-13-2020>

17. Лементовська В.А.,
Харенко А.О.
Інноваційні форми
комунікаційної
діяльності в
маркетингу.
Інвестиції: практика
та досвід. № 19-20.
2020. С. 59-63. URL :
<http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7177&i=9>

18. Пенькова О.Г.,
Харенко А.О.,
Лементовська В.А.
Маркетингова товарна
політика
молокопереробних
підприємств
Черкаської області.
Вісник ХНАУ ім. В.В.
Докучасва. № 1. Серія
«Економічні науки».
2020. С. 17-32. URL :
http://visen.knau.kharkov.ua/visn2020_1.html

п 4. 1. Методичні
вказівки для
підготовки до
семінарських і
практичних занять та
виконання
самостійної роботи з
дисципліни
«Маркетингові
комунікації»
студентами
факультету економіки
і підприємництва ОС
«Бакалавр»
спеціальності 075
«Маркетинг» / А.О.
Харенко. Умань:
УНУС, 2024. 166 с.
2. Методичні вказівки
для підготовки до
семінарських і
практичних занять та
виконання
самостійної роботи з
дисципліни «Паблік
рілейшнз»

здобувачами освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальностей 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля», 122 «Комп'ютерні науки» / А.О. Харенко, Т.І. Бортник, В.А. Лементовська. Умань: УНУС, 2024. 83 с.

3. Методичні вказівки для підготовки до семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетинг в аграрній сфері» студентами факультету економіки і підприємництва ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» / А.О. Харенко. Умань: УНУС, 2024. 75 с.

4. Методичні вказівки для підготовки до семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Ярмарково-виставкова діяльність» студентами факультету економіки і підприємництва ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» / А.О. Харенко. Умань: УНУС, 2024. 50 с.

5. Методичні вказівки для підготовки до семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Комерційна діяльність посередницьких підприємств» студентами факультету економіки і підприємництва ОС «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» / А.О. Харенко. Умань: УНУС, 2023. 100 с.

п 8. 1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області (2020 та 2022 роки)

2. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на

						<p>замовлення ТОВ «ЗООТЕХЦЕНТР» Уманського району Черкаської області (2021 рік) 3. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «ЕнергоСервіс ДСК» м. Умань Черкаської області (2023 рік) Член редакційних колегій: «Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва» http://journal.udau.edu.ua/ua/redakczjna-kolegya.html п 14. Призери І туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг» : 2020 р. – Кулішенко Є.М. (21 м-ма група) – диплом 3-го ступеня; 2021 р. – Несват Н.І. (21 м-ма група) – диплом 3-го ступеня; 2023 р. – Коваленко О.В. (21 м-ма група) – диплом 1-го ступеня. п 19. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 577 від 30.03.2021 р.)</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/harenko-andrij-oleksandrovich.html</p>	
102944	Лементовська Валентина Анатоліївна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом бакалавра, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2014, спеціальність: Маркетинг, Диплом спеціаліста, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2015, спеціальність: 7.03050701 маркетинг, Диплом магістра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2005, спеціальність:</p>	17	Економічний механізм маркетингу	<p>Підвищення кваліфікації: 1. Малопольська школа державного управління Краківського економічного університету; «Новітні та інноваційні методики навчання»; сертифікат NR2629/MSAP/2021 (01-26 березня 2021р.) 2. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітнього простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301035-ECO від 10.12.2023 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов :1,2. Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов</p>

0502
Менеджмент
організацій,
Диплом
кандидата наук
ДК 059653,
виданий
01.07.2010,
Атестат
доцента 12ДЦ
035460,
виданий
31.05.2013

(1,4,8,14,19)
п 1. 1. Пенькова О.Г.,
Харенко А.О.,
Лементовська В.А.
Економічний
механізм маркетингу
вітчизняних середніх
підприємств
аграрного бізнесу.
Збірник наукових
праць Уманського
національного
університету
садівництва. Умань,
2022. Вип. 100. Ч. 2. С.
311-319. URL: DOI:
10.31395/2415-8240-
2022-100-2-311-319
2. Penkova, O.,
Kharenko, A.,
Lementovska, V.,
Poberezhets, I.,
Nehanov, V. (2021).
The Influence of Raw
Material Factors and
Demand Factors on the
Formation of Supply of
Products by Milk-
processing Enterprises
on the Regional Market:
Ukrainian Experience.
Lecture Notes in
Networks and Systems,
194, 594-603. URL:
https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_45 (Scopus)
3. Кожухівська Р. Б.,
Саковська О. М.,
Лементовська В.
А.Сільський (зелений)
туризм як інноваційна
форма
підприємницької
діяльності на
Черкащині:
маркетинговий
аспект. Інтернаука.
2023. Серія:
«Економічні науки».
№ 69. С.115-122. URL:
DOI: 10.25313/2520-
2294-2023-1-8555
4. Пенькова О.Г.,
Лементовська В.А.,
Бортник Т.І. Стратегії
просування бренду на
різних етапах
життєвого циклу
продукції. Економіка
та суспільство. 2024.
№ 66. URL:
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-31>
5. Penkova, O.,
Kharenko, A., Strunhar,
A., Lementovska, V.,
Korman, I. (2024).
Marketing approaches
amid rapid
technological shifts:
forecasting and
flexibility. AD ALTA
Journal of
Interdisciplinary
Research, 14(1), pp.140-
145. URL:
https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf

(Web of Science)
6. Пенькова О.Г.,
Лементовська В.А.,
Бортник Т.І.
Кон'юнктура ринку
зерна в Україні:
сучасний стан та
перспективи розвитку.
Інтернаука. Серія:
Економічні науки.
2024. №11 (91). URL:
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-11>
7. Макушок О.В.,
Корман І.І.,
Лементовська В.А.
Практичні аспекти
формування
ефективної
маркетингової
стратегії. Інвестиції:
практика та досвід. №
13. 2023. с. 67-72. URL:
<https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1765>
8. Raisa Kozhukhivska,
Olena Sakovska,
Svitlana Podzihun,
Valentyna
Lementovska, Ruslana
Lopatiuk, i Nataliia
Valinkevych
Development of
Entrepreneurship в
Tourism і Recreation
Sphere:Marketing
Research, Springer
Cham, 2023,10(4).
URL:<https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9356> (Scopus)
9. Корман І.І.,
Лементовська В.А.,
Семенда О.В.
Маркетингове
дослідження ринку
молока та молочних
продуктів України.
Економіка та держава.
№ 4. 2022. С. 62-68.
URL: DOI:
10.32702/2306-6806.2022.4.62
10. Семенда О.В.,
Лементовська В.А.,
Подолінний Д.С
Упровадження
новітніх інструментів
маркетингової
комунікації для
формування лояльної
поведінки споживача.
Східна Європа:
економіка, бізнес та
управління. №4(31).
2021. С.73-77. URL:
DOI:
<https://doi.org/10.32782/easterneurope.31-11>
11. Пенькова, О.,
Лементовська, В.,
Соковніна, Д.,
Корман, І., & Семенда,
О. (2021). Розвиток
маркетингової
стратегії до
вдосконалення
маркетингу діяльності
сільськогосподарських
і процесних

підприємств, використовуючи політику "Goodvalley" як приклад. Scientific Horizons, 24 (11), 92-100. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9175> (Scopus)

12. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингові дослідження ставлення студентства до органічних продуктів харчування. Інноваційна економіка. 2020. №3-4. С.133-139. URL : <http://www.inneco.org/index.php/inneco/ua/article/view/573/638>

13. Саковська О. М., Лементовська В. А. Використання маркетингового підходу у процесі формування ціни на інклюзив-тур. Економіка та держава. 2020. № 10. С. 80-83. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4764&i=13>

14. Лементовська В.А., Харенко А.О. Інноваційні форми комунікаційної діяльності в маркетингу / Інвестиції: практика та досвід. № 19-20. 2020. С. 59-63. URL : <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7177&i=9>

15. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингова товарна політика молокопереробних підприємств Черкаської області. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 1. Серія «Економічні науки». 2020. С. 17-32. URL : http://visn.knau.kharkov.ua/visn2020_1.html

п 4. 1. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для підготовки до практичних занять з дисципліни «Економічний механізм маркетингу» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Умань: УНУС. 2024. 48 с.

2. Лементовська В.А. Маркетингове

ціноутворення:
методичні вказівки
для підготовки до
практичних занять
для здобувачів
першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти
спеціальності 075
«Маркетинг» денної
форми навчання.
Умань: УНУС. 2024.
50 с.

3. Лементовська В.А.,
Корман І.І. Методичні
рекомендації для
підготовки до
практичних занять з
дисципліни
«Маркетингова
товарна політика» для
здобувачів першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти
денної форми
навчання
спеціальності 075
«Маркетинг». Умань,
УНУС. 2024. 51 с.

4. Лементовська В.А.
Маркетинг послуг:
методичні вказівки
для підготовки до
практичних занять
для здобувачів
першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти
спеціальності 075
«Маркетинг» денної
форми навчання.
Умань: УНУС. 2024. 51
с.

п 8. 1. Відповідальний
виконавець наукового
проекту за
господарчою
тематикою на
замовлення ФГ
«Агрофірма «Базис»
Уманського району
Черкаської області
(2022 роки).

2. Відповідальний
виконавець наукового
проекту за
господарчою
тематикою на
замовлення ПП
«Астрея»
Ананьївського району
Одеської області (2024
рік).

п 14. 1. Призери I туру
Всеукраїнського
конкурсу студентських
наукових робіт з
напрямку «Маркетинг»
: 2020 р. – Рудюк М.О.
(21 м-ма група) –
диплом 1-го ступеня;
2021 р. – Люлько А.В.
(21 м-ма група) –
диплом 2-го ступеня; ;
2023 р. – Гула О.М. (21
м-ма група) – диплом
3-го ступеня.

2. Призер
Всеукраїнського
конкурсу
кваліфікаційних робіт

						<p>зі спеціальності 075 «Маркетинг» на базі Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: Розводовський М. – диплом 3-го ступеня (2023 р.), Василенко І. – диплом 2-го ступеня (2024 р.).</p> <p>п 19. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 574 від 30.03.2021 р.)</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/prokafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/lementovska-valentina-anatoliivna.html</p>	
198011	Харенко Андрій Олександрович	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом бакалавра, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2014, спеціальність: Маркетинг, Диплом спеціаліста, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2017, спеціальність: маркетинг, Диплом спеціаліста, Уманська сільськогосподарська академія, рік закінчення: 2000, спеціальність: менеджмент організацій, Диплом магістра, Уманська сільськогосподарська академія, рік закінчення: 2000, спеціальність: менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 051237, виданий 28.04.2009, Аттестат доцента 12Д 027724, виданий 14.04.2011</p>	23	Маркетингові комунікації	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Національний університет біоресурсів і природокористування ; «Інноваційна спрямованість педагогічної діяльності»; свідоцтво СС 00493706/011472-20 від 28.02.2020 р. 2. Цикл тренінгів LIFECELL DIDGITAL ACADEMY, сертифікат № 220 від 16.12.2021 р. 3. Полтавський державний аграрний університет; «Комунікативні маркетингові стратегії в умовах обмеженого бюджету»; свідоцтво № ADV-281116-PSAU від 08.01.2023 р. 4. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітнього простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301081-ECO від 10.12.2023 р. 5. Міжнародний історико-біографічний інститут: «Разом із Нобелівськими Лауреатами: Цінності, Досвід, Знання, Компетентності і Технології для Формування Успішної Особистості та Трансформації Оточуючого Світу»; сертифікат № 29007 від 05.12.2024 (10.10-05.12. 2024 р.) <p>Відповідність пункту 37</p>

Ліцензійних умов :
1,2,5

Відповідність пункту
38 Ліцензійних умов
(1,4,8,14,19)
п 1. 1. Пенькова О.Г.,
Харенко А.О.
Тенденції розвитку
рекламних технологій
на ринку нерухомості.
Зб. наук. праць
Уманського
національного
університету
садівництва. Умань,
2023. Вип. 102. Ч. 2. С.
222-234. URL :
[https://journal.udau.edu
u.ua/assets/files/102/10
2.2/19.pdf](https://journal.udau.edu.ua/assets/files/102/102.2/19.pdf)
2. Пенькова О.Г.,
Харенко А.О.
Практика
застосування
концепції соціально
відповідального
маркетингу
міжнародними
компаніями під час
російсько-української
війни. Науковий
вісник Одеського
національного
університету. № 2
(92). Т. 27. Серія
„Економічні науки”.
2022. С. 44-48. URL :
[https://lib.udau.edu.ua
/items/143265c3-f947-
43a2-ab4c-
1539ac1c16f8](https://lib.udau.edu.ua/items/143265c3-f947-43a2-ab4c-1539ac1c16f8)
3. Прокопчук О. Т.,
Харенко А. О., Гумен
О. В., Мирошніченко
М. М., Клименко В.О.,
Жарун Р. Ф. Цифрові
трансформації та
інноваційні рішення
на ринку страхових
послуг України. Зб.
наук. праць
Уманського
національного
університету
садівництва. Умань :
Видавець «Сочінський
М. М.», 2024. Випуск
105. Ч. 2: Економічні
науки. С. 106-115. URL
:
[https://journal.udau.ed
u.ua/archv-
nomerv/2024/vipusk-
105-chastina-2/cifrovi-
transformacii-ta-
innovacijni-rishennya-
na-rinku-strahovih-
poslug-ukraini.html](https://journal.udau.edu.ua/archiv-nomerv/2024/vipusk-105-chastina-2/cifrovi-transformacii-ta-innovacijni-rishennya-na-rinku-strahovih-poslug-ukraini.html)
4. Pen'kova, O.,
Kharenko, A. and
Nevlad, V. (2020),
“Advertising concepts
of the promotion of the
production of milk
processing enterprises
in cherkasy region”,
Investytsiyi: praktyka ta
dosvid, vol. 15-16, pp.
22-27. URL :
[http://www.investplan.](http://www.investplan)

com.ua/?
op=1&z=7117&i=3
5. Лементовська В.А.,
Харенко А.О.
Інноваційні форми
комунікаційної
діяльності в
маркетингу.
Інвестиції: практика
та досвід. № 19-20.
2020. С. 59-63. URL :
[http://www.investplan.com.ua/?
op=1&z=7117&i=3](http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7117&i=3)
6. Penkova, O.,
Kharenko, A., Strunhar,
A., Lementovska, V.,
Korman, I. (2024).
Marketing approaches
amid rapid
technological shifts:
forecasting and
flexibility. AD ALTA
Journal of
Interdisciplinary
Research, 14(1), pp.140-
145. URL:
https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf
(Web of Science)
7. Penkova, O.,
Kharenko, A. (2023)
Transformation of
marketing logistics for
the export of ukrainian
crop production in the
context of a full-scale
war with the russian
federation. Scientific
Bulletin of Mukachevo
State University. Series
Economics, 10(1), pp.
37-48. URL: DOI:
10.52566/msu-
econ1.2023.037 (Web
of Science, Scopus)
8. Пенькова О.Г.,
Харенко А.О.
Маркетинговий аналіз
середовища
функціонування
аграрних
підприємств. Вісник
аграрної науки
Причорномор'я, 2023.
Том 27. № 2. С. 28-40.
URL :
<https://bsagriculture.com.ua/uk/journals/tom-27-2-2023/marketingovy-analiz-seredovishcha-funktsionuvannya-agrarnikh-pidpriyemstv>
9. Прокопчук О.Т.
Пенькова О.Г.,
Харенко А.О.
Теоретичні засади
управління
маркетинговою
діяльністю у
страховому бізнесі. Зб.
наук. праць
Уманського
національного
університету
садівництва. Умань,
2022. Вип. 101. Ч. 2. С.
120-130. URL :
<https://journal.udau.ed>

u.ua/assets/files/101.2/12.pdf

10. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Економічний механізм маркетингу вітчизняних середніх підприємств аграрного бізнесу. Зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2022. Вип. 100. Ч. 2. С. 311-319. URL : <https://lib.udau.edu.ua/items/df3f87c1-4e75-460b-8393-940d2b6abdo0>

11. Penkova, O., Zakharchuk, O., Blahun, I., Berher, A., Nechytailo, V., Kharenko, A.. (2022). Price Monitoring Automation with Marketing Forecasting Methods. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, 22(9), pp 471-480. URL: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.9.61> (Web of Science)

12. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Кулішенко Є.М. Адаптація маркетингової стратегії підприємств сільськогосподарськог о машинобудування до умов внутрішнього і міжнародних ринків. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 2. Т. 1. Серія „Економічні науки”. 2021. С. 35-50. URL : <http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/2994/1/6.pdf>

13. Пенькова, О., Харенко, А., & Соковніна, Д. (2021). Використання інструментарію маркетингу послуг елеваторами України. Економіка та суспільство, (29). URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-40>

14. Penkova, O., Kharenko, A., Lementovska, V., Poberezhets, I., Nehanov, V. (2021). The Influence of Raw Material Factors and Demand Factors on the Formation of Supply of Products by Milk-processing Enterprises

on the Regional Market: Ukrainian Experience. Lecture Notes in Networks and Systems, 194, 594–603. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_45 (Scopus)

15. Пенькова О.Г., Харенко А. О., Кулішенко Є.М. Організація управління маркетинговою діяльністю підприємства сільськогосподарськог о машинобудування на внутрішньому та зовнішньому ринках. 36. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2021. Вип. 98. Ч. 2. С. 153 – 165. URL : <https://journal.udau.edu.ua/arxiv-nomerv/2021/vipusk-98-chastina-11/organizaciya-upravlinnya-marketingovoyu-diyalnistyu-pidpriemstva-silskogospodarskogo-mashinobuduvannya-na-vnutrishnomu-ta-zovnishnomu-rinkah.html>

16. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингові дослідження ставлення студентства до органічних продуктів харчування. Інноваційна економіка. 2020. №3-4. С.133-139. URL : <http://www.inneco.org/index.php/inneco/a rticle/view/573/638>

17. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Цимбалюк Ю.А. Тенденції та перспективи розвитку ринку круп'яних виробів в Україні. Науковий вісник МДУ. Мукачєво: Видавництво МДУ, 2020. Вип. 1 (13). Серія «Економіка». С. 38-44. URL : <http://economics-msu.com.ua/ru/journals/1-13-2020>

18. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингова товарна політика молокопереробних підприємств Черкаської області. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 1. Серія

«Економічні науки». 2020. С. 17-32. URL : http://visen.knau.kharkov.ua/visn2020_1.html

п 4. 1. Методичні вказівки для підготовки до семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетингові комунікації» студентами факультету економіки і підприємництва ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» / А.О. Харенко. Умань: УНУС, 2024. 166 с.

2. Методичні вказівки для підготовки до семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Паблік рілейшнз» здобувачами освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальностей 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля», 122 «Комп'ютерні науки» / А.О. Харенко, Т.І. Бортник, В.А. Лементовська. Умань: УНУС, 2024. 83 с.

3. Методичні вказівки для підготовки до семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетинг в аграрній сфері» студентами факультету економіки і підприємництва ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» / А.О. Харенко. Умань: УНУС, 2024. 75 с.

4. Методичні вказівки для підготовки до семінарських і практичних занять та виконання самостійної роботи з дисципліни «Ярмарково-виставкова діяльність» студентами факультету економіки і підприємництва ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» / А.О. Харенко. Умань: УНУС, 2024. 50 с.

5. Методичні вказівки для підготовки до семінарських і практичних занять та

виконання
самостійної роботи з
дисципліни
«Комерційна
діяльність
посередницьких
підприємств»
студентами
факультету економіки
і підприємництва ОС
«Магістр»
спеціальності 075
«Маркетинг» / А.О.
Харенко. Умань:
УНУС, 2023. 100 с.
п 8. 1. Відповідальний
виконавець наукового
проекту за
господарчою
тематикою на
замовлення ФГ
«Агрофірма «Базис»
Уманського району
Черкаської області
(2020 та 2022 роки)
2. Відповідальний
виконавець наукового
проекту за
господарчою
тематикою на
замовлення ТОВ
«ЗООТЕХЦЕНТР»
Уманського району
Черкаської області
(2021 рік)
3. Відповідальний
виконавець наукового
проекту за
господарчою
тематикою на
замовлення ПП
«ЕнергоСервіс ДСК»
м. Умань Черкаської
області (2023 рік)
Член редакційних
колегій:
«Збірник наукових
праць Уманського
національного
університету
садівництва»
<http://journal.udau.edu.ua/ua/redakczjna-kolegya.html>
п 14. Призери І туру
Всеукраїнського
конкурсу студентських
наукових робіт з
напрямку «Маркетинг»
: 2020 р. – Кулішенко
Є.М. (21 м-ма група) –
диплом 3-го ступеня;
2021 р. – Несват Н.І.
(21 м-ма група) –
диплом 3-го ступеня;
2023 р. – Коваленко
О.В. (21 м-ма група) –
диплом 1-го ступеня.
п 19. Членство в
Українській асоціації
маркетингу
(сертифікат № 577 від
30.03.2021 р.)

Профайл викладача :
<https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/harenko-andrij-oleksandrovich.html>

146271	Корман Ірина Іванівна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2000, спеціальність: 0501 Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 029193, виданий 30.06.2015, Атестат доцента АД 001172, виданий 05.07.2018</p>	21	Управління каналами розподілу	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> Західно-Фінляндський коледж м. Гуйтгінен (Фінляндія); «Specificity of Finnish Education System»; сертифікат № 10122021 (15.11-24.12.2021 р.) Цикл тренінгів LIFECELL DIDGITAL ACADEMY, сертифікат № 220 від 16.12.2021 р. Міжнародне підвищення кваліфікації «Неформальна освіта в підготовці бакалаврів та магістрів у країнах європейської спільки та України» м. Люблін Республіка Польща (26 червня-03 липня 2023 року); сертифікат №14664 від 03.07.2023 р. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітнього простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301030-ECO від 10.12.2023 р. <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 2.</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,2,4,8,14,19) п 1. 1. Penkova, O., Kharenko, A., Strunhar, A., Lementovska, V., Korman, I. (2024). Marketing approaches amid rapid technological shifts: forecasting and flexibility. AD ALTA Journal of Interdisciplinary Research, 14(1), pp.140-145. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf (Web of Science)</p> <ol style="list-style-type: none"> Корман І.І., Семенда О.В., Осадчук Н.В. Маркетингове дослідження каналів розподілу. Економіка та суспільство. № 29. 2021. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-29 Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Вплив мерчандайзингу на поведінку споживачів. Східна Європа:
--------	-----------------------	------------------------------	----------------------------	--	----	-------------------------------	---

економіка, бізнес та управління. Випуск 1 (28). 2021. С. 42-46. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7709>

4. Корман І.І., Семенда О.В., Макушок О.В. Маркетингове дослідження українського ринку страхових послуг. Київський економічний науковий журнал. № 4, 2024. С. 119-126. URL: DOI 10.32782/2786-765X/2024-4-17

5. Семенда О.В., Корман І.І. Модель впливу контент-маркетингу на інноваційний потенціал бізнесу. Підприємництво та інновації. 2024. № 30. С.66-71. DOI: URL: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/30.102/2415-3583/30.10>

6. Корман І.І., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна в умовах війни. «Вчені записки». Збірник наукових праць КНЕУ, 2023. № 31(2). С.107-118.

7. Макушок О.В., Корман І.І., Лементовська В.А. Практичні аспекти формування ефективної маркетингової стратегії. Інвестиції: практика та досвід. № 13. 2023. с.67-72. URL: DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.13.67>

8. Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. Ефективна економіка. 2023. № 2. URL : <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1144>

9. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 9-10. С. 16-23. URL : DOI: 10.32702/2306-6814.2022.9-10.16

10. Корман І.І.,

Лементовська В.А., Семенда О.В. Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. Економіка та держава. № 4. 2022. С. 62-68. URL : DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.62

11. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Оцінка кон'юнктури та споживчих переваг на ринку сиру України. Агросвіт. 2022. № 3. С. 77-88. URL : DOI: 10.32702/2306-6792.2022.3.77

12. Корман І.І., Семенда О.В. Методика проведення маркетингових досліджень поведінки споживачів у віртуальному середовищі. «Věda a perspektivy». №1(8). 2022. С. 60-71. URL : DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71)

13. Penkova, O., Lementovska, V., Sokovnina, D., Korman, I., & Semenda, O. (2021). Developing a marketing strategy to improve the market activities of agricultural and processing enterprises, using the policy of "Goodvalley" as an example. Scientific Horizons, 24 (11), 92-100. URL :DOI: 10.48077/scihor.24(11). 2021.92-100 (Scopus)

14. Корман І.І., Семенда О.В., Гаєнко В.І. Формування попиту та стимулювання збуту на вітчизняному ринку рибної продукції. Підприємництво та інновації. №19.2021. С.19-26. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7894>

15. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Теоретичні підходи до формування наукових гіпотез в маркетингу. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. № 8. 2021. С.42-48. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7818>

16. Корман І.І. Сучасний стан та перспективи розвитку

вітчизняного ринку риби та рибопродуктів. Підприємництво та інновації. № 12. 2020. С. 49-54. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/12.8>

п 2. 1. свідоцтво № 99141 від 17.08.2020 р.; 2. свідоцтво № 99140 від 17.08.2020 р.; 3. свідоцтво № 100553 від 16.11.2020 р.; 4. свідоцтво №118670 від 02.05.2023 р.; 5. свідоцтво №119824 від 16.06.2023 р.; 6. свідоцтво №122304 від 25.12.2023 р.; 7. свідоцтво №122303 від 25.12.2023 р.; 8. свідоцтво №122354 від 26.12.2023 р.

п 4. 1. Корман І.І. Управління каналами розподілу: методичні вказівки для практичних та семінарських занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський) денної та заочної форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 33 с.

2. Корман І.І. Управління каналами розподілу: методичні вказівки для самостійної роботи та виконання індивідуальних завдань здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 33 с.

3. Корман І.І. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Управління каналами розподілу» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг. URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1684>

п 8. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області (2022 р.).

						<p>п 14. 1. Призер І туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг» : 2023 р. – Майборода В. М. (21 м-ма група) – диплом 2-го ступеня.</p> <p>2. Переможець Міжнародного конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу (17 червня 2024, м. Хмельницький): 2024 р. – Стрільчук В.І. (21м-ма група) – диплом 2-го ступеня.</p> <p>п 19. 1. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 598 від 02.06.2021 р.)</p> <p>2. Членство в ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян «IESF» (№ES1353 2023 р.)</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/kormanirina-ivanivna.html</p>	
102944	Лементовська Валентина Анатоліївна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом бакалавра, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2014, спеціальність: Маркетинг, Диплом спеціаліста, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2015, спеціальність: 7.03050701 маркетинг, Диплом магістра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2005, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 059653, виданий 01.07.2010, Атестат доцента 12/ДЦ 035460, виданий 31.05.2013</p>	17	Маркетингова товарна політика	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <p>1. Малопольська школа державного управління Краківського економічного університету; «Новітні та інноваційні методики навчання»; сертифікат NR2629/MSAP/2021 (01-26 березня 2021р.)</p> <p>2. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітянського простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301035-ECO від 10.12.2023 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов :1,2.</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,8,14,19)</p> <p>п 1. 1. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Стратегії просування бренду на різних етапах життєвого циклу продукції. Економіка та суспільство. 2024. № 66. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-31</p> <p>2. Пенькова О.Г., Харенко А.О.,</p>

Лементовська В.А.
Маркетингова товарна
політика
молокопереробних
підприємств
Черкаської області.
Вісник ХНАУ ім. В.В.
Докучаєва. № 1. Серія
«Економічні науки».
2020. С. 17-32. URL :
http://visn.knau.kharkov.ua/visn2020_1.html

3. Penkova, O.,
Kharenko, A.,
Lementovska, V.,
Poberezhets, I.,
Nehanov, V. (2021).
The Influence of Raw
Material Factors and
Demand Factors on the
Formation of Supply of
Products by Milk-
processing Enterprises
on the Regional Market:
Ukrainian Experience.
Lecture Notes in
Networks and Systems,
194, 594-603. URL:
https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_45 (Scopus)

4. Пенькова О.Г.,
Харенко А.О.,
Лементовська В.А.
Маркетингові
дослідження
ставлення студента
до органічних
продуктів харчування.
Інноваційна
економіка. 2020. №3-
4. С.133-139. URL :
<http://www.inneco.org/index.php/inneco/aarticle/view/573/638>

5. Пенькова О.Г.,
Лементовська В.А.,
Бортник Т.І.
Кон'юнктура ринку
зерна в Україні:
сучасний стан та
перспективи розвитку.
Інтернаука. Серія:
Економічні науки.
2024. №11 (91). URL:
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-11>

6. Penkova, O.,
Kharenko, A., Strunhar,
A., Lementovska, V.,
Korman, I. (2024).
Marketing approaches
amid rapid
technological shifts:
forecasting and
flexibility. AD ALTA
Journal of
Interdisciplinary
Research, 14(1), pp.140-
145. URL:
https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf
(Web of Science)

7. Макушок О.В.,
Корман І.І.,
Лементовська В.А.
Практичні аспекти
формування
ефективної
маркетингової

стратегії. Інвестиції: практика та досвід. № 13. 2023. с. 67-72. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1765>

8. Raisa Kozhukhivska, Olena Sakovska, Svitlana Podzihun, Valentyna Lementovska, Ruslana Lopatiuk, i Nataliia Valinkevych
Development of Entrepreneurship в Tourism i Recreation Sphere:Marketing Research, Springer Cham, 2023,10(4). URL:<https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9356> (Scopus)

9. Кожухівська Р. Б., Саковська О. М., Лементовська В. А.Сільський (зелений) туризм як інноваційна форма підприємницької діяльності на Черкащині: маркетинговий аспект. Інтернаука. 2023. Серія: «Економічні науки». № 69. С.115-122. URL: DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8555

10. Корман І.І., Лементовська В.А., Семенда О.В.
Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. Економіка та держава. № 4. 2022. С. 62-68. URL: DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.62

11. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А.
Економічний механізм маркетингу вітчизняних середніх підприємств аграрного бізнесу. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2022. Вип. 100. Ч. 2. С. 311-319. URL: DOI: 10.31395/2415-8240-2022-100-2-311-319

12. Семенда О.В., Лементовська В.А., Подолінний Д.С.
Упровадження новітніх інструментів маркетингової комунікації для формування лояльної поведінки споживача. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. №4(31). 2021. С.73-77. URL: DOI:

<https://doi.org/10.32782/easterneurope.31-11>
13. Пенькова, О., Лементовська, В., Соковніна, Д., Корман, І., & Семенда, О. (2021). Розвиток маркетингової стратегії до вдосконалення маркетингу діяльності сільськогосподарських і процесних підприємств, використовуючи політику "Goodvalley" як приклад. Scientific Horizons, 24 (11), 92-100. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9175> (Scopus)

14. Саковська О. М., Лементовська В. А. Використання маркетингового підходу у процесі формування ціни на інклюзив-тур. Економіка та держава. 2020. № 10. С. 80-83. URL: <http://www.economy.in.ua/?or=1&z=4764&i=13>

15. Лементовська В.А., Харенко А.О. Інноваційні форми комунікаційної діяльності в маркетингу / Інвестиції: практика та досвід. № 19-20. 2020. С. 59-63. URL : <http://www.investplan.com.ua/?or=1&z=7177&i=9>

п 4. 1. Лементовська В.А., Корман І.І. Методичні рекомендації для підготовки до практичних занять з дисципліни «Маркетингова товарна політика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Умань, УНУС. 2024. 51 с.

2. Лементовська В.А. Маркетингове ціноутворення: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 50 с.

3. Лементовська В.А. Методичні

рекомендації для підготовки до практичних занять з дисципліни «Економічний механізм маркетингу» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Умань: УНУС. 2024. 48 с.

4. Лементовська В.А. Маркетинг послуг: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 51 с.

п 8. 1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області (2022 роки).

2. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «Астрея» Ананьївського району Одеської області (2024 рік).

п 14. 1. Призери I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг» : 2020 р. – Рудюк М.О. (21 м-ма група) – диплом 1-го ступеня; 2021 р. – Люлько А.В. (21 м-ма група) – диплом 2-го ступеня; : 2023 р. – Гула О.М. (21 м-ма група) – диплом 3-го ступеня.

2. Призер Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» на базі Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: Розводовський М. – диплом 3-го ступеня (2023 р.), Василенко І. – диплом 2-го ступеня (2024 р.).

п 19. Членство в Українській асоціації

						маркетингу (сертифікат № 574 від 30.03.2021 р.) Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/prokafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/lementovska-valentina-anatoliivna.html	
102944	Лементовська Валентина Анатоліївна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємства	Диплом бакалавра, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2014, спеціальність: Маркетинг, Диплом спеціаліста, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2015, спеціальність: 7.03050701 маркетинг, Диплом магістра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2005, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 059653, виданий 01.07.2010, Атестат доцента 12ДЦ 035460, виданий 31.05.2013	17	Маркетингове ціноутворення	Підвищення кваліфікації: 1. Малопольська школа державного управління Краківського економічного університету; «Новітні та інноваційні методики навчання»; сертифікат NR2629/MSAP/2021 (01-26 березня 2021р.) 2. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітянського простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301035-ECO від 10.12.2023 р. Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов :1,2. Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,8,14,19) п 1. 1. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Кон'юнктура ринку зерна в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. Інтернаука. Серія: Економічні науки. 2024. №11 (91). URL: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-11 2. Саковська О. М., Лементовська В. А. Використання маркетингового підходу у процесі формування ціни на інклюзив-тур. Економіка та держава. 2020. № 10. С. 80-83. URL: http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4764&i=13 3. Penkova, O., Kharenko, A., Lementovska, V., Poberezhets, I., Nehanov, V. (2021). The Influence of Raw Material Factors and Demand Factors on the Formation of Supply of Products by Milk-processing Enterprises on the Regional Market: Ukrainian Experience. Lecture Notes in

Networks and Systems, 194, 594-603. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_45 (Scopus)

4. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Стратегії просування бренду на різних етапах життєвого циклу продукції. Економіка та суспільство. 2024. № 66. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-31>

5. Penkova, O., Kharenko, A., Strunhar, A., Lementovska, V., Korman, I. (2024). Marketing approaches amid rapid technological shifts: forecasting and flexibility. AD ALTA Journal of Interdisciplinary Research, 14(1), pp.140-145. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf (Web of Science)

6. Макушок О.В., Корман І.І., Лементовська В.А. Практичні аспекти формування ефективної маркетингової стратегії. Інвестиції: практика та досвід. № 13. 2023. с. 67-72. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1765>

7. Raisa Kozhukhivska, Olena Sakovska, Svitlana Podzihun, Valentyna Lementovska, Ruslana Lopatiuk, i Nataliia Valinkevych Development of Entrepreneurship в Tourism i Recreation Sphere:Marketing Research, Springer Cham, 2023,10(4). URL:<https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9356> (Scopus)

8. Кожухівська Р. Б., Саковська О. М., Лементовська В. А. Сільський (зелений) туризм як інноваційна форма підприємницької діяльності на Черкащині: маркетинговий аспект. Інтернаука. 2023. Серія: «Економічні науки». № 69. С.115-122. URL: DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8555

9. Корман І.І., Лементовська В.А.,

Семенда О.В.
Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. Економіка та держава. № 4. 2022. С. 62-68. URL: DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.62

10. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Економічний механізм маркетингу вітчизняних середніх підприємств аграрного бізнесу. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2022. Вип. 100. Ч. 2. С. 311-319. URL: DOI: 10.31395/2415-8240-2022-100-2-311-319

11. Семенда О.В., Лементовська В.А., Подолинний Д.С. Упровадження новітніх інструментів маркетингової комунікації для формування лояльної поведінки споживача. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. №4(31). 2021. С.73-77. URL: DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.31-11>

12. Пенькова, О., Лементовська, В., Соковніна, Д., Корман, І., & Семенда, О. (2021). Розвиток маркетингової стратегії до вдосконалення маркетингу діяльності сільськогосподарських і процесних підприємств, використовуючи політику "Goodvalley" як приклад. Scientific Horizons, 24 (11), 92-100. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9175> (Scopus)

13. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингові дослідження ставлення студентства до органічних продуктів харчування. Інноваційна економіка. 2020. №3-4. С.133-139. URL : <http://www.inneco.org/index.php/inneco/a rticle/view/573/638>

14. Лементовська В.А., Харенко А.О. Інноваційні форми комунікаційної

діяльності в маркетингу / Інвестиції: практика та досвід. № 19-20. 2020. С. 59-63. URL : <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7177&i=9>

15. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингова товарна політика молокопереробних підприємств Черкаської області. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 1. Серія «Економічні науки». 2020. С. 17-32. URL : http://visen.knau.kharkov.ua/visn2020_1.html

п 4. 1. Лементовська В.А. Маркетингове ціноутворення: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 50 с.

2. Лементовська В.А., Корман І.І. Методичні рекомендації для підготовки до практичних занять з дисципліни «Маркетингова товарна політика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Умань: УНУС. 2024. 51с.

3. Лементовська В.А. Методичні рекомендації для підготовки до практичних занять з дисципліни «Економічний механізм маркетингу» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Умань: УНУС. 2024. 48 с.

4. Лементовська В.А. Маркетинг послуг: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної

						<p>форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 51 с.</p> <p>п 8. 1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області (2022 роки).</p> <p>2. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «Астрея» Ананівського району Одеської області (2024 рік).</p> <p>п 14. 1. Призери I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг» : 2020 р. – Рудюк М.О. (21 м-ма група) – диплом 1-го ступеня; 2021 р. – Люлько А.В. (21 м-ма група) – диплом 2-го ступеня; : 2023 р. – Гула О.М. (21 м-ма група) – диплом 3-го ступеня.</p> <p>2. Призер Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» на базі Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: Розводовський М. – диплом 3-го ступеня (2023 р.), Василенко І. – диплом 2-го ступеня (2024 р.).</p> <p>п 19. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 574 від 30.03.2021 р.)</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/lementovska-valentina-anatoliivna.html</p>	
185488	Транченко Олександр Михайлович	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	Диплом спеціаліста, Європейський університет фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу, рік закінчення: 2001, спеціальність: 0501	15	Інформаційні системи і технології в маркетингу	Підвищення кваліфікації: 1. Національний університет біоресурсів і природокористування ; «Комунікативні і психологічні стратегії реалізації акмеологічного потенціалу науково-педагогічних працівників»;

Економіка підприємства, Диплом магістра, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2023, спеціальність: 122 Комп'ютерні науки, Диплом кандидата наук ДК 000414, виданий 10.11.2011, Атестат доцента 12ДЦ 045681, виданий 15.12.2015

свідоцтво СС-00493706/022877-24 від 31.05.2024 р.
2. ТОВ «Академія цифрового розвитку»; «Цифрові інструменти GOOGLE для освіти»; №GDTE-01-057878 від 08 серпня 2023 р.
3. Громадська організація «Вище». Саксонський центр дидактики вищої школи. «Технології освітнього мистецтва в онлайн форматі»; АТ № 42080020/000169-20 від 13 грудня 2024 р.

Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1.

Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,9,19,20)
п.1. 1. Kuzmenko, H., Zakharkina, L., Tranchenko, O., Petrenko, N., Kravchenko, V. / Implementation of information technologies in the international accounting system of fuel and energy sector enterprises, 2023, 408, 01022. (Scopus)
2. Tranchenko L. V., Tereshchuk N. V., Lopatiuk R. I., Tranchenko O. M. Use of information support for marketing in tourist enterprises. Journal of Education, Health and Sport. 2021;11(2):200-207.
3. Білецька Н.В., Гранченко Л.В., Гранченко О.М., Лопатюк Р.І. Застосування фінансово-економічних методів для вибору пріоритетних напрямів аграрного сектору регіону як основа стратегічного планування та прогнозування. Збірник наукових праць ЛТЕУ. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2021. Вип.62. С. 22- 32.
4. Yemelyanov Olexandr Yu, I. Petrushka Kateryna, M. Tranchenko Oleksandr, V. Parubok Nataliya and S. Ponomariov Oleksandr Strategic diagnosis of regional rural areas Journal of Advanced Research in

Dynamical and Control Systems 2020 P. 376-389.

5. Tranchenko L. V., Tereshchuk N. V., Lopatiuk R. I., Tranchenko O. M. The impact of digital communications on tourism marketing. // Journal of Education, Health and Sport. 2020; 10(5): 394-402.

п. 4. 1. Транченко О.М. Методичні вказівки до лабораторних занять з навчальної дисципліни «Інформаційні системи і технології в маркетингу» для здобувачів вищої освіти освітнього рівня «Бакалавр» галузь знань «Управління та адміністрування», спеціальність 075 – маркетинг, освітня програма «Маркетинг». Умань: ВПЦ «Візаві», 2024. 27 с.

2. Транченко О.М. Методичні рекомендації для самостійної роботи здобувачів денної форми з навчальної дисципліни «Інформаційні системи і технології в маркетингу», освітній рівень «Бакалавр» галузь знань «Управління та адміністрування», спеціальність 075 – маркетинг, освітня програма «Маркетинг». Умань: ВПЦ «Візаві», 2024. 15 с.

3. Транченко О.М. Опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни «Інформаційні системи і технології в маркетингу» здобувачами заочної форми навчання, освітній рівень «Бакалавр» галузь знань «Управління та адміністрування», спеціальність 075 – маркетинг, освітня програма «Маркетинг». Умань: Уманський НУС. 2024. 92 с.

п. 9. 1. Експерт з питань акредитаційної експертизи освітньо-професійних програм фахової передвищої освіти (26.07.2021 р., сертифікат № 178).

п. 19. Член

						<p>Громадської організації Українське науково-освітнє ІТ товариство (№ 23-00034 FS від 09 березня 2023 р.).</p> <p>п. 20. Практичний досвід в Уманській районній санітарно-епідеміологічній службі з 2002 р. по 2006 р. (0,5 ставки оператор ЕОМ).</p> <p>Профайл викладача : https://it.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/tranchenko-oleksandr-mihajlovich.html</p>	
146271	Корман Ірина Іванівна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2000, спеціальність: 0501 Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 029193, виданий 30.06.2015, Атестація доцента АД 001172, виданий 05.07.2018</p>	21	Маркетингові дослідження	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> Західно-Фінляндський коледж м. Гуйтгінен (Фінляндія); «Specificity of Finnish Education System»; сертифікат № 10122021 (15.11-24.12.2021 р.) Цикл тренінгів LIFECELL DIDGITAL ACADEMY, сертифікат № 220 від 16.12.2021 р. Міжнародне підвищення кваліфікації «Неформальна освіта в підготовці бакалаврів та магістрів у країнах європейської спільноти та Україні» м. Люблін Республіка Польща (26 червня-03 липня 2023 року); сертифікат №14664 від 03.07.2023 р. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітнього простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301030-ECO від 10.12.2023 р. <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 2,5</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,2,4,8,14,19) п 1. 1. Penkova, O., Kharenko, A., Strunhar, A., Lementovska, V., Korman, I. (2024). Marketing approaches amid rapid technological shifts: forecasting and flexibility. AD ALTA Journal of Interdisciplinary Research, 14(1), pp.140-</p>

145. URL:
https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf
(Web of Science)

2. Корман І.І., Семенда О.В., Макушок О.В. Маркетингове дослідження українського ринку страхових послуг. Київський економічний науковий журнал. № 4, 2024. С. 119-126. URL: DOI 10.32782/2786-765X/2024-4-17

3. Семенда О.В., Корман І.І. Модель впливу контент-маркетингу на інноваційний потенціал бізнесу. Підприємництво та інновації. 2024. № 30. С.66-71. DOI: URL: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/30.10>

4. Корман І.І., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна в умовах війни. «Вчені записки». Збірник наукових праць КНЕУ, 2023. № 31(2). С.107-118.

5. Макушок О.В., Корман І.І., Лементовська В.А. Практичні аспекти формування ефективної маркетингової стратегії. Інвестиції: практика та досвід. № 13. 2023. с.67-72. URL: DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.13.67>

6. Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. Ефективна економіка. 2023. № 2. URL : <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1144>

7. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 9-10. С. 16-23. URL : DOI: 10.32702/2306-6814.2022.9-10.16

8. Корман І.І., Лементовська В.А., Семенда О.В.

Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. Економіка та держава. № 4. 2022. С. 62-68. URL : DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.62

9. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Оцінка кон'юнктури та споживчих переваг на ринку сиру України. Агросвіт. 2022. № 3. С. 77-88. URL : DOI: 10.32702/2306-6792.2022.3.77

10. Корман І.І., Семенда О.В. Методика проведення маркетингових досліджень поведінки споживачів у віртуальному середовищі. «Věda a perspektivy». №1(8). 2022. С. 60-71. URL : DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71)

11. Penkova, O., Lementovska, V., Sokovnina, D., Korman, I., & Semenda, O. (2021). Developing a marketing strategy to improve the market activities of agricultural and processing enterprises, using the policy of "Goodvalley" as an example. Scientific Horizons, 24 (11), 92-100. URL :DOI: 10.48077/scihor.24(11). 2021.92-100 (Scopus)

12. Корман І.І., Семенда О.В., Гаєнко В.І. Формування попиту та стимулювання збуту на вітчизняному ринку рибної продукції. Підприємництво та інновації. №19.2021. С.19-26. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7894>

13. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Теоретичні підходи до формування наукових гіпотез в маркетингу. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. № 8. 2021. С.42-48. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7818>

14. Корман І.І., Семенда О.В., Осадчук Н.В. Маркетингове дослідження каналів розподілу. Економіка

та суспільство. № 29. 2021. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-29>

15. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Вплив мерчандайзингу на поведінку споживачів. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 1 (28). 2021. С. 42-46. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7709>

16. Корман І.І. Сучасний стан та перспективи розвитку вітчизняного ринку риби та рибопродуктів. Підприємництво та інновації. № 12. 2020. С. 49-54. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/12.8>

п 2. 1. свідоцтво № 99141 від 17.08.2020 р.; 2. свідоцтво № 99140 від 17.08.2020 р.; 3. свідоцтво № 100553 від 16.11.2020 р.; 4. свідоцтво № 118670 від 02.05.2023 р.; 5. свідоцтво № 119824 від 16.06.2023 р.; 6. свідоцтво № 122304 від 25.12.2023 р.; 7. свідоцтво № 122303 від 25.12.2023 р.; 8. свідоцтво № 122354 від 26.12.2023 р.

п 4. 1. Корман І.І. Маркетингові дослідження: методичні вказівки для самостійної роботи та виконання індивідуальних завдань здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський) денної форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 47 с.

2. Корман І.І. Маркетингові дослідження: методичні вказівки для самостійної роботи здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» заочної форми навчання ОР перший (бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 47 с.

3. Корман І.І. Маркетингові дослідження: методичні вказівки для практичних та семінарських занять здобувачів вищої

						<p>освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський). Умань: УНУС. 2024. 33 с.</p> <p>4. Корман І.І. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг. URL: https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1375</p> <p>п 8. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області (2022 р.).</p> <p>п 14. 1. Призер I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг» : 2023 р. – Майборода В. М. (21 м-ма група) – диплом 2-го ступеня.</p> <p>2. Переможець Міжнародного конкурсу кваліфікаційних робіт з маркетингу (17 червня 2024, м. Хмельницький): 2024 р. – Стрільчук В.І. (21м-ма група) – диплом 2-го ступеня.</p> <p>п 19. 1. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 598 від 02.06.2021 р.)</p> <p>2. Членство в ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян «IESF» (№ES1353 2023 р.)</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/prokafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/korman-irina-ivanivna.html</p>	
117160	Семенда Ольга Володимирівна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	Диплом бакалавра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2008, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництва	8	Логістика	Підвищення кваліфікації: 1. Міжнародне підвищення кваліфікації «Міжнародний досвід використання штучного інтелекту в освітньому процесі (частина II)» м. Люблін (Республіка Польща). 02 липня по

о, Диплом спеціаліста, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2009, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 032487, виданий 15.12.2015, Атестат доцента АД 007583, виданий 15.04.2021

11 липня 2024 року. Сертифікат ESN№20418 11.07.2024

2. Підвищення кваліфікації «Сталий розвиток аграрного сектору економіки та сільських територій: виклики сьогодення». м.Київ. Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», травень 2023 року; свідоцтво № 150523109.

3. ISMA University of Applied Sciences (Рига, Латвія); «Теорія та практика науково-педагогічних підходів в освіті»; сертифікат № 1-22/04-22 (13 грудня 2021р. – 13 січня 2022 р.).

4. Міжнародний університет бізнесу і права. Центр українсько-європейського наукового співробітництва; Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації з економічних наук «НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ ТА НАУКИ: ІННОВАЦІЇ, ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ, ІНТЕГРАЦІЯ – ІДІ»; сертифікат № ADV-151136-ECO від 26.12.2021 р.

5. Цикл тренінгів LIFECELL DIDGITAL ACADEMY, сертифікат № 203 від 16.12.2021 р.

Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 2,5

Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,2,3,4,8,14,19) п 1. 1. Semenda, O., Shevchenko, V., Purhani, S., Kharit, O., & Krasnostanova, N. (2023). Adaptation of Logistics Companies to Functioning under the Restrictions Imposed by Military Operations. WSEAS Transactions on Environment and Development, vol. 19, P.558-570. DOI: 10.37394/232015.2023.19.54 (Scopus)

2. Семенда О.В. Концепція обслуговування споживачів логістичної галузі: переваги, проблеми та способи вирішення.

Економічні
горизонти. 2023.
№1(23). С.26-34.
[https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.270796](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.270796)

3. Корман І.І.,
Семенда О.В., Осадчук
Н.В. Маркетингове
дослідження каналів
розподілу. Економіка
та суспільство. 2021.
№29. DOI:
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-29>

4. Семенда Д.К.,
Семенда О.В.,
Семенда О.В.
Логістика та її роль в
підвищенні
економічної
ефективності
реалізації продукції
рослинництва.
Молодий вчений.
2021. №1. С.185-190.
DOI:
<https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-1-89-38>

5. Semenda, O.,
Sokolova, Y., Korovina,
O., Bratko, O., &
Polishchuk, I. (2024).
Using Social Media
Analysis to Improve E-
commerce Marketing
Strategies.
International Review of
Management and
Marketing, 14(4), 61–
71. URL :
<https://doi.org/10.32479/irmm.16196> (Scopus)

6. Євсейцева, О.,
Люльчак, З., Семенда,
О., Ярвіс, М., &
Пономаренко, І.
(2022). Digital-
маркетинг як
сучасний інструмент
просування товарів та
послуг у соціальних
мережах. Фінансово-
кредитна діяльність:
проблеми теорії та
практики, 1(42), 361-
370. URL :
<https://doi.org/10.18371/fcaptr.1.42.2022.3723>
(Web of Science/
Scopus)

7. Семенда О.В.,
Корман І.І. Аналіз
українського ринку
овочів в умовах війни.
International Science
Journal of of
Management,
Economics & Finance.
2024. Vol.3. No.1.
pp.72-80. doi:
[10.46299/j.isjmef.20240301.07](https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240301.07)

8. Семенда О.В. Вплив
цифрових технологій
на трансформацію
операційних процесів
та взаємодію зі

споживачами в роздрібній торгівлі. International scientific journal «Grail of Science». 2024. №45. С.168-174. DOI 10.36074/grail-of-science.01.11.2024.018

9. Семенда О. Застосування інтегрованої омніканальної стратегії залучення цільової аудиторії у фармацевтичному маркетингу. Економіка та суспільство. 2024. №60. <https://doi.org/10.32782/2/2524-0072/2024-60-114>

10. Корман І.І., Семенда О.В., Макушок О.В. Маркетингове дослідження українського ринку страхових послуг. Київський економічний науковий журнал. 2024. №4. С.119-126. DOI 10.32782/2786-765X/2024-4-17

11. Семенда О.В., Корман І.І. Модель впливу контент-маркетингу на інноваційний потенціал бізнесу. Підприємництво та інновації. 2024. №30. С.66-71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2/2415-3583/30.10>

12. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг вражень: пошук оптимальної стратегії впливу на поведінку споживачів в умовах зміни ціннісних орієнтирів суспільства. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. №11. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-04-01>

13. Семенда О.В. Аналіз впливу контент-маркетингу на свідомість покоління Z. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Том 7. № 3. С.156-164. DOI: 10.15276/mdt.7.3.2023.11.

14. Громик О., Семенда О. Споживання м'яса в Україні: реалії та проблеми розвитку. Комунальне господарство міст. 2023. №5(179). С.20–

26.
<https://doi.org/10.33042/2522-1809-2023-5-179-20-26>
15. Zrybnieva I., Larina K., Semenda O. Sustainable entrepreneurship: analysis of digital marketing trends in the regional and global dimension. *Futurity Economics&Law*. 2023. №3(2). P.150-170. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.06.25.1016>.
16. Корман І.І., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна в умовах війни. «Вчені записки». Збірник наукових праць КНЕУ. 2023. №31(2). С.107-118. DOI 10.33111/vz_kneu.31.22.02.10.068.074
17. Семенда О.В. Описове дослідження в маркетингу як основа наукових досліджень. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023. №8. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01>
18. Sanakuiev M., Mykhalchenko H., Semenda O., & Vdovichena O. Information marketing: the essence, characteristics, and trends of development. *Futurity Economics&Law*. 2023. №3(1). P.16–27. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.03.25.0219>.
19. Семенда Д.К., Семенда О.В. Впровадження цифрового маркетингу на підприємствах агропромислового комплексу України. *Globalization of scientific knowledge: international cooperation and integration of sciences*. 2023. 599с. С.54-59. DOI 10.36074/grail-of-science.17.03.2023.006
20. Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. *Ефективна економіка*. 2023. №2. DOI:

<http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22>
21. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг інновацій на ринку молочної продукції: основні споживчі тенденції. Агросвіт. 2023. №3-4. С.49-55. DOI: 10.32702/2306-6792.2023.3-4.49

22. Семенда О.В. Перспективи розвитку підприємницької діяльності у підсистемах логістики. Підприємництво та інновації. 2022. №24. С.108-112. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/24.18>

23. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. №9-10. С.16-23. DOI: 10.32702/2306-6814.2022.9-10.16

24. Корман І.І., Лементовська В.А., Семенда О.В. Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. Економіка та держава. 2022. №4. С.62-68. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.62

25. Пенькова О.Г., Семенда О.В. Теоретичні основи проведення наукових досліджень здобувачами вищих навчальних закладів: огляд літератури як методологія дослідження. Наукові інновації та передові технології. 2022. №4(6). С.164-176. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4\(6\)-164-176](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4(6)-164-176)

26. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Оцінка кон'юнктури та споживчих переваг на ринку сиру України. Агросвіт. 2022. №3. С.77-88. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.3.77

27. Семенда О.В., Корман І.І. Методика проведення маркетингових досліджень поведінки споживачів у віртуальному середовищі. «Věda a perspektivy». 2022. №1(8). С.60-71. DOI:

[https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71)
28. Корман І.І., Семенда О.В., Гаєнко В.І. Формування попиту та стимулювання збуту на вітчизняному ринку рибної продукції. Підприємництво та інновації. 2021. №19. С.19-26. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/19.3>
29. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Теоретичні підходи до формування наукових гіпотез в маркетингу. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2021. №8. С.42-48. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.8.6>
30. Семенда Д.К., Семенда О.В. Перспективи запровадження моделі D2C електронної комерції в Україні. Інфраструктура ринку. 2021. №1(51). С.208-212. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure51-33>
31. Семенда О.В., Вдовічена О.Г., Кохан М.О. Маркетингові інновації в умовах глобальної кризи викликаною пандемією коронавірусу. Наукові перспективи. 2021. №1(7) С.356-369. DOI: [https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1\(7\)-356-369](https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1(7)-356-369)
32. Семенда Д.К., Семенда О.В., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна. Агросвіт. 2021. №1-2. С.56-64. DOI: [10.32702/2306-6792.2021.1-2.56](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.1-2.56)
33. Penkova, O., Lementovska, V., Sokovnina, D., Korman, I., & Semenda, O. (2021). Developing a marketing strategy to improve the market activities of agricultural and processing enterprises, using the policy of "Goodvalley" as an example. Scientific Horizons, 24(11), 92-100. DOI: [10.48077/scihor.24\(11\).2021.92-100](https://doi.org/10.48077/scihor.24(11).2021.92-100) (Scopus)
34. Semenda, O., Hurzhyi, N., Turchak,

I., Hatska, L., Buryk, Z. (2021). Market of organic products in the EU: an assessment of manufacturing segments and consumers. Ad Alta. Journal of Interdisciplinary Research. P.47-52. DOI: <https://doi.org/10.33543/11022>. (Web of Science)

35. Padalka, A.M., Gribincea, A., Lesik, I.M., Semenda, O.V., & Barabash, O.O. (2021). Consumer protection when purchasing goods on the Internet. Journal of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine, 28(2), P.189-197. DOI: 10.37635/jnalsu.28(2).2021.189-197 (Scopus)

36. Trachuk, T., Vdovichena, O., Andriushchenko, M., Semenda, O., Pashkevych, M. (2021). Branding and Advertising on Social Networks: Current Trends. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, vol.21, No.4, P.178-185. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.4.22>. (Web of Science)

п 2. 1. свідоцтво № 99138 від 17.08.2020 р.; 2. свідоцтво № 99139 від 17.08.2020 р.; 3. свідоцтво № 99141 від 17.08.2020 р.; 4. свідоцтво № 99142 від 17.08.2020 р.; 5. свідоцтво № 99143 від 17.08.2020 р.; 6. свідоцтво №118670 від 02.05.2023 р.; 7. свідоцтво №119824 від 16.06.2023 р.; 8. свідоцтво №122304 від 25.12.2023 р.; 9. свідоцтво №122303 від 25.12.2023 р.; 10. свідоцтво №122354 від 26.12.2023 р.

п 3. Маркетинг в підприємницькій діяльності та управління продажем логістичних послуг: підручник / С.Л. Литвиненко, О.С. Трегубов, В.С. Войцеховський, О.В. Семенда, Ю.М. Попова, Т.В. Кайдакова. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 280 с.

п 4. 1. Логістика: методичні вказівки для підготовки до практичних занять

здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 121с.

2. Основи наукових досліджень та академічна доброчесність: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2024. 49 с.

3. Основи комерційної діяльності: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 71с.

4. Поведінка споживачів: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» перший (бакалаврський) рівень денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС, 2024. 55 с.

5. Маркетинг в соціальних мережах: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 56 с.

п 8. 1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «ЕнергоСервіс ДСК» м. Умань Черкаської області (2023 рік)

2. Член редколегії наукового журналу «Актуальні питання економічних наук» (ISSN 3041-2129 online), Міжнародний класичний

						<p>університет імені Пилипа Орлика п 14. Призери І туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг» : 2023 р. – Зіновкін Б.К. (21 м-ма група) – диплом 2-го ступеня. п 19. 1. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 597 від 02.06.2021 р.) 2. Членство в ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян» IESF» №ES1234 2023р.</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/prokafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/semenda-olga-volodimirivna.html</p>	
158105	Жарун Олена Володимирівна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом магістра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2005, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 057355, виданий 10.02.2010, Атестат доцента 12/ДЦ 031485, виданий 29.03.2012</p>	15	Економічний аналіз	<p>Підвищення кваліфікації: 1. Національний університет біоресурсів і природокористування ; «Науково-педагогічні працівники з інноваційної спрямованості педагогічної діяльності»; свідоцтво СС № 00493706/014691-21 від 08.10.2021 р. 2. Міжнародне підвищення кваліфікації наукових, науково-педагогічних працівників та працівників закладів освіти на тему: «Академічна доброчесність при підготовці бакалаврів та магістрів в країнах Європейського Союзу та Україні», організованого Інститутом науково-дослідним Люблінського науково-технологічного парку та ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян», свідоцтво ES № 11939 від 06.02.2023 р. 3. Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітянського простору в економіку знань» (30 жовтня – 10 грудня 2023 року), свідоцтво №ADV-301020-ECO від 10.12.2023р.</p>

Відповідність пункту 37
Ліцензійних умов :
2,5.

Відповідність пункту
38 Ліцензійних умов
(1,4,8,14)
п.1. 1. Sokolyuk S.,
Prokorchuk O.,
Cherneha I., Tupchiy
O., Zharun E.,
Korotieiev M. Analysis
of the labor market and
directions for
improving the system
of social protection and
social security in
Ukraine. Збірник
наукових праць
Уманського НУС.
2024. Вип. 104. Ч 2.
Економічні науки. С.
202-212.
2. Соколюк С. Ю.,
Жарун О.В., Тупчій
О.С., Бленда Н.О.,
Жарун Р.Ф., Уланчук
В.І. Цифрова
трансформація
бізнесу в розпал
війни. Збірник
наукових праць
Уманського
національного
університету
садівництва. Умань :
Редакційно-
видавничий відділ
Уманського НУС,
2024. Вип. 104. Ч. 2 :
Економічні науки. С.
269-277.
3. Жарун О.В.,
Нестерчук Ю.О.,
Чернега І.І., Бленда
Н.А., Костюк В.С.
Вплив лідерства на
процес управління
соціально-трудовими
відносинами в
інституціональному
середовищі розвитку
підприємництва в
контексті економічної
безпеки бізнесу.
Актуальні питання у
сучасній науці. №
8(14). 2023 С. 150-163.
4. Уланчук В.С.,
Соколюк С.Ю., Жарун
О.В., Чернега І.І.
Коротєєв М.А., Тупчій
О.С.,Бленда Н.О.
IMPACT OF WAR ON
THE QUALITY OF
PEOPLE'S LIFE.
Збірник наукових
праць Уманського
національного
університету
садівництва. Умань :
Видавець «Сочінський
М. М.». Випуск 103.
Частина 2. 2023. С. 29-
39.
5. Жарун О.В. ,
Соколюк С.Ю.,
Чернега І.І. Розвиток
товарознавства в
сучасних умовах.

Актуальні питання у сучасній науці. № 2(8). 2023 С. 60-69.

6. Нестерчук Ю.О., Уланчук В.С., Соколюк С. Ю., Жарун О. В., Коротеев М. А., Бленда Н. О. Management of innovation risks. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Умань : Видавець «Сочінський М. М.». Випуск 102. Частина 2. 2023.С. 232-243.

7. Уланчук В.С., Соколюк С.Ю., Жарун О.В., Коротеев М.А., Тупчії О.С. Аналіз проблеми безробіття в Україні в аспекті соціально-економічної безпеки. Збірник наукових праць Уманського НУС. 2022. Вип. 100. Ч 2. Економічні науки. С. 170-178.

8. Уланчук В. С., Соколюк С. Ю., Жарун О. В., Коротеев М. А., Непочатенко О. А. Економетричні підходи до прогнозування фінансового забезпечення соціально-економічного розвитку регіону. Збірник наукових праць Уманського НУС. Умань : Редакційно-видавничий відділ Уманського НУС, 2021. Вип. 99. Ч. 2 : Економічні науки. С. 163-171.

9. Уланчук В.С., Соколюк С.Ю., Жарун О.В., Коротеев М.А., Тупчії О.С. Аналіз економіко-статистичних показників розвитку підприємництва в Україні. Збірник наукових праць Уманського НУС. Умань: Редакційно-видавничий відділ Уманського НУС, 2021. Вип 98. Ч. 2: Економічні науки. С. 69-80.

10. Бленда Н. О., Коротеев М. А., Соковніна Д. М., Соколюк С. Ю., Жарун О. В. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища – основа визначення стратегічного напрямку розвитку підприємницьких

структур. Збірник наукових праць Уманського НУС. Умань : Редакційно-видавничий відділ Уманського НУС, 2021. Вип. 99. Ч. 2 : Економічні науки. С.124-131.

п 4. 1. Жарун О.В. Робочий зошит для проведення практичних і семінарських занять з дисципліни «Економічний аналіз» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету економіки і підприємництва. Умань, 2024. 32 с.

2. Жарун О.В. Методичні рекомендації для виконання самостійної роботи та написання контрольних робіт з дисципліни “Економічний аналіз” для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету економіки і підприємництва. Умань, 2024. 22 с.

3. Жарун О.В. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Економічний аналіз» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету економіки і підприємництва. URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=501>

п 8. 1. Відповідальний виконавець НДР «Економічне обґрунтування закладання яблуневого саду у Фермерське господарство «Краснопілка-КПВ». (договір 20/21 від 18.10.2021 р.)

2. Науковий керівник наукового проекту за господарчою тематикою «Розробка рекомендацій з підвищення ефективності використання оборотних активів торговельного підприємства» (договір № 17/22 від 10.11.2022 р.)

3. Науковий керівник наукового проекту за

						<p>господарчою тематикою «Розробка рекомендацій з удосконалення організації перевезень сільськогосподарських вантажів ФОП «Зубанов Ігор Юрійович» (договір № 25/23 від 14.09.2023р.) п 14. Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт: Савелюк П.П. (3 місце), 31-пт група, 2020 р.; Гончарук А.М. (2 місце), 31-пт група, 2021 р.; Криворук Т.С. (3 місце), 11 м-пт група, 2023р.; Безверхня Д.С. (2 місце), 11 м-сз група, 2023р.</p> <p>Профайл викладача : https://economics.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/zharunolena-volodimirivna.html</p>	
169821	Коротєєв Микола Анатолійович	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом спеціаліста, Уманська сільськогосподарська академія, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом магістра, Уманська сільськогосподарська академія, рік закінчення: 2000, спеціальність: облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 025622, виданий 13.10.2004, Аттестат доцента 12ДЦ 022753, виданий 30.06.2009</p>	20	Основи економіки аграрного сектора	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Науково-дослідний інститут Люблінського науково-технологічного парку, ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян»; «Академічна доброчесність при підготовці бакалаврів та магістрів в країнах Європейського Союзу та Україні»; сертифікат; 30.01-06.02.2023 р. 2. Національний університет біоресурсів і природокористування ; «Комунікативні і психологічні стратегії реалізації акмеологічного потенціалу науково-педагогічних працівників»; свідоцтво № СС 00493706/022847-24 від 31.05.2024 р. 3. Міжнародне стажування для науково-педагогічних працівників «Дистанційна освіта. Курс для викладачів університетів» (проект Еразмус+КА2 «Дистанційна освіта майбутнього: Передовий досвід ЄС у відповідь на запити

сучасних здобувачів вищої освіти та ринку праці); сертифікат № 101083143-DEF/584 від 21.08.2024 року.

Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1,2,5.

Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,8,10,14)

п. 1. 1. Бленда Н. О., Коротєєв М. А., Соковніна Д. М., Соколюк С. Ю., Жарун О. В. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища – основа визначення стратегічного напрямку розвитку підприємницьких структур. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Умань : Редакційно-видавничий відділ Уманського НУС, 2021. Вип. 99. Ч. 2 : Економічні науки. С.124-131.

2. Уланчук В.С., Соколюк С.Ю., Жарун О.В., Коротєєв М.А., Тупчій О.С. Аналіз економіко-статистичних показників розвитку підприємництва в Україні. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Умань: Редакційно-видавничий відділ Уманського НУС, 2021. Вип 98. Ч. 2: Економічні науки. С. 69-80.

3. Жарун О.В., Коротєєв М.А., Непочатенко О.А., Тупчій О.С. Організація ф'ючерсної біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць, 2021. № 3 (76). С. 92-103. DOI 10.31375/2226-1915-2021-3-92-103.

4. Соколюк С. Ю., Коротєєв М.А., Жарун О.В., Тупчій О.С., Бленда Н.О. Диверсифікація як стратегічний напрям сталого розвитку підприємств

аграрного сектору економіки. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Умань : Редакційно-видавничий відділ УНУС, 2021. Вип. 99. Ч. 2 : Економічні науки. С. 326-336.

5. Бленда Н.О., Чернега І.І., Коротєєв М.А. Діяльність фермерських господарств у формуванні пропозиції на ринку сільськогосподарської продукції та визначення стратегічних перспектив їх розвитку в Україні. Економіка та суспільство. 2021. № 34. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-44>

6. Чернега І.І., Бленда Н.О., Непочатенко О.А., Коротєєв М.А., Мальована М.М., Пономарьова М.С. Основи формування соціального підприємництва як сучасної форми господарювання. «Наука і техніка сьогодні» (Серія «Педагогіка», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Техніка», Серія «Фізико-математичні науки»). 2022. Випуск № 1(1). С. 168-179.

7. Нестерчук Ю.О., Соколюк С.Ю., Коротєєв М.А., Жарун О. В., Тупчій О. С., Соколюк К. Ю. Розвиток електронної комерції в аграрному секторі економіки України. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2022. Вип. 100. Ч. 2 : Економічні науки. С. 299-310.

8. Соколюк С.Ю., Коротєєв М.А., Жарун О. В., Тупчій О. С., Соколюк К. Ю. Заходи стимулювання внутрішнього споживання свинини в Україні. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Умань :

Видавець «Сочінський М. М.», 2022. Вип. 100. Ч. 2 : Економічні науки. С. 132-141. п. 4. 1. Методичні вказівки для проведення практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Основи економіки аграрного сектору» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» / М.А. Коротєєв. Умань, 2024. 78 с.

2. Коротєєв М.А. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Основи економіки аграрного сектору» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг». URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1868>

3. Методичні вказівки для проведення практичних і семінарських занять та самостійної роботи з дисципліни «Економіка аграрного сектору» для здобувачів другого рівня вищої освіти (магістр) спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» / М.А. Коротєєв. Умань, 2024. 38 с.

4. Методичні вказівки з підготовки та проведення підсумкової атестації здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність освітньо-професійної програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / С. Соколюк, Ю. Нестерчук, І. Чернега, М. Коротєєв, О. Жарун, О. Непочатенко, Н. Бленда. Умань, 2023. 78 с.

5. Методичні вказівки з підготовки та захисту кваліфікаційних робіт для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» за освітньо-професійною програмою «Аграрне підприємництво та агротрейдинг» / С. Соколюк, Ю. Нестерчук, М. Коротєєв, О. Жарун. Умань, 2024. 48 с.

п. 8. 1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою:
- «Економічне обґрунтування розвитку галузі садівництва у ТОВ «Устя» Гайсинського району Вінницької області» (договір № 16/22 від 03.11.2022).
- «Розроблення рекомендацій з удосконалення системи соціальної відповідальності у ТОВ «Устя» Гайсинського району Вінницької області» (договір № 24/23 від 12.09.2023 року).

2. Керівник наукового проекту за господарчою тематикою:
«Дослідження шляхів розвитку торгівлі мікрозеленню засобами електронної комерції у ФОП Корчова Олена Віталіївна» (договір № 30/24 від 27.09.2024 року).

п. 10. Проект «Норвегія - Україна», UKR - 20/002 (NUPASS).
Професійна перепідготовка військовослужбовців, ветеранів та членів їх сімей в Україні за спеціальністю «Організація власного бізнесу в садівництві та овочівництві». (наказ Уманського НУС № 01-05/33 від 23.02.2021 р.).

п. 14. Призер I етапу Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Економіка сільського господарства та АПК»: 2021 р. – Безверхня Д.С. (31-пт група) – диплом 1-го ступеня;

						<p>2023 р. – Зайцев Д.В. (41-пт група) – диплом 1-го ступеня. Керівництво постійно діючим студентським науковим гуртком «Підприємництво в соціально-економічному розвитку суспільства» кафедри підприємництва та бізнес-технологій.</p> <p>Профайл викладача : https://economics.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/koroteev-mikola-anatolijovich.html</p>	
294902	Каричковська Світлана Петрівна	доцент, Основне місце роботи	Менеджменту	<p>Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2002, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти, українська мова і література та англійська мова, Диплом магістра, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2017, спеціальність: 8.09010101 агрономія, Диплом кандидата наук ДК 001036, виданий 10.11.2011, Атестат доцента 12ДЦ 043866, виданий 29.09.2015</p>	21	Ділова українська мова	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Академія сучасного мистецтва імені Сальвадора Далі; «Сучасні тенденції розвитку вищої та фахової передвищої освіти в Україні та світі»; сертифікат ES № ЛО11/21 від 17.12.2021 р. 2. Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини; «Теоретичні основи підготовки з гуманітарних дисциплін у закладах вищої освіти»; свідоцтво ПК № 02125639/000986-23 від 31.06.2023 р. <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1, 2.</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,8,14) п 1. 1. Каричковська С. П., Мовчан Л. В., Чучмій І. І. Порівняльний аналіз вступних кампаній в університетах Черкаської області. Перспективи та інновації науки. Серія «Педагогіка». 2024. С. 415-424.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Мовчан Л.В., Каричковська С.П., Чучмій І.І. Впровадження персоналізованого навчання дисциплін гуманітарного профілю у вищій школі як чинник підвищення якості освіти. Наука і техніка сьогодні. Серія «Педагогіка»: журнал. 2023. № 12(26) 2023. С. 537-549.

3. Diordiieva, I., Kochmarskyi, V., Riabovol, L., Riabovol, Ia., & Karychkovska, S. (2023). Creation and analysis of the starting material obtained by hybridisation of *Triticum spelta* L. × *Triticum compactum* Host. Scientific Horizons, 26(9), 110-119. (Scopus)

4. Чучмій І.І., Мовчан Л.В., Каричковська С.П. Підготовка фахівців спеціальності «Лісове господарство» за напрямом освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» в університетах великої Британії. Перспективи та інновації науки. Серія «Педагогіка». 2023. С. 506-514.

5. Diordiieva I. P., Riabovol L.O., Riabovol Ya.S., Serzhuk O.P., Nakloka Iu. I., Nakloka O. P. and Karychkovska S.P. Breeding and genetic improvement of soft winter wheat with the use of spelt wheat. Agronomy Research. 2022. № 1. P. 91-102 (Web of Science)

6. Колесник О.Б., Каричковська С.П. Відапелятивні ороніми історичної Уманщини антропогенного походження. Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Філологічні науки. 2021. № 2 (22). С. 148-158.

7. Чучмій І.І., Каричковська С.П. Підготовка бакалаврів аграрного профілю в європейських країнах. Інноваційна педагогіка. Випуск 35. Одеса, 2021. С. 138-141.

8. Каричковська С. П., Чучмій І. І. Особливості вивчення української та іноземних мов в аграрних ЗВО України. Академічні студії. Серія «Педагогіка». Луцьк: Комуніальний заклад вищої освіти «Луцький педагогічний коледж» Волинської обласної ради, 2021. № 4. С. 91-99.

9. Чучмій І. І., Каричковська С. П., Мовчан Л. В. Перевернуте навчання у вивченні іноземної мови за професійним

спрямуванням. Зб. наук. пр. «Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія досвід, проблеми». Вінниця: ТОВ «Друк плюс», 2020. Вип. 58. С. 136-144.

10. Каричковська С.П., Мовчан Л.В., Чучмій І.І. Аналіз вступних кампаній за спеціальністю «Екологія» у ЗВО Черкаської області. Зб. наук. пр. «Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах». Запоріжжя : КПУ, 2020. Вип. 70, Т. 2, С. 144-150.

11. Мовчан Л.В., Комісаренко Н.О., Каричковська С.П., Чучмій І.І. Основні характеристики забезпечення якості освіти (польський досвід). Інноваційна педагогіка. Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій. Випуск № 21. Том 2. 2020. С. 28-33.

12. I. Diordiieva, Ia. Riabovol, L. Riabovol, O. Serzhuk, Zh. Novak, O. Chernov, S. Karychkovska. Triticale breeding improvement by the intraspecific and remote hybridization. Ukrainian Journal of Ecology, 2020, 10(4), 67-71.

п. 4. 1. Суліма Л. В., Каричковська С.П. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Ділова українська мова» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання. Умань, УНУС. 2024. 46 с.

2. Суліма Л.В., Каричковська С.П. Методичні рекомендації для підготовки до практичних занять з дисципліни «Ділова українська мова» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 Маркетинг. Умань, УНУС. 2023. 75 с.

3. Суліма Л. В.,
Каричковська С.П.
Методичні
рекомендації щодо
виконання
самостійної роботи з
курсу «Ділова
українська мова» для
здобувачів першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти
денної та заочної
форми навчання.
Умань, УНУС. 2024. 92
с.

4. Суліма Л.В.,
Каричковська С.П.
Електронний
навчальний курс для
дистанційного
вивчення навчальної
дисципліни «Ділова
українська мова» для
здобувачів першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти
спеціальності 075
Маркетинг денної та
заочної форми
навчання. URL:
<https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=2309>

п. 8. Відповідальний
виконавець проекту за
господарчою
тематикою «Розробка
рекомендацій з
проведення тренінгів і
курсів для фахівців ФГ
«Магієнков М»
Немирівського району
Вінницької області»;
договір № 9/22 від
10.06.2022р.

п. 14. 1. Підготовка
студента-переможця:
– XIII Міжнародний
мовно-літературний
конкурс учнівської та
студентської молоді
імені Тараса
Шевченка (Левченко
Ольга, студентка I
курсу факультету
економіки та
підприємництва,
спеціальність
«Фінанси, банківська
справа та
страхування», 2022
р.);
– XIV Міжнародний
мовно-літературний
конкурс учнівської та
студентської молоді
імені Тараса
Шевченка (Морозюк
Анастасія, 11-о група,
2023 р.;
– I етапу XXIV
Міжнародного
конкурсу з української
мови імені Петра
Яцика (Уляна
Григоренко, студентка
I курсу факультету
економіки та
підприємництва,
спеціальність
«Комп'ютерні науки»,

							2023 р.). Профайл викладача : https://langs.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/prepodavатели-sotrudniki/karichkovsk-a-svitlana-petrivna.html
232965	Загороднюк Оксана Вікторівна	доцент, Основне місце роботи	Менеджменту	Диплом спеціаліста, Білоцерківський державний аграрний університет, рік закінчення: 2001, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 012051, виданий 01.03.2013, Атестат доцента 12ДЦ 045669, виданий 15.12.2015	18	Менеджмент	Підвищення кваліфікації: 1. Сумський державний університет; «Тимбідінг або роль командоутворення в освітній діяльності»; свідоцтво СП №05408289/2721-24 від 29.11.2024 р. 2. Національний університет біоресурсів і природокористування; «Формування індивідуального освітнього середовища», «Інклюзивні компетентності в освітньому середовищі закладів вищої освіти», «Цифрові компетентності в навчальному процесі сучасного ЗВО», «Психологія «Успіху». Ціннісні орієнтири сучасної молоді», «Формування інноваційних компетентностей при викладанні дисциплін «Самоменеджмент», «Менеджмент», «Тайм-менеджмент», «Менеджмент у садівництві», «Бренд-менеджмент», «Основи лідерства»; свідоцтво СС00493706/020023-23 від 29.09.2023 р. 3. Інтернет- курси Тайм-менеджмент. Платформа Кампстер (Campster); сертифікат № 242952 від 1.06.2022 р. Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1,2,5. Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,8,14,19) п 1. 1. Загороднюк О., Гоменюк М., Клименко Л., Пітель Н., Длугоборська Л. Цифровізація управлінської діяльності: пріоритети та перспективи. Інвестиції: практика та досвід. 2025. № 1.

С. 89-93. URL :
<https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/5413>
2. Мороз, Р., Загороднюк, О. Постулати безпекоорієнтованого управління підприємством. Економіка та суспільство. 2024. Випуск 68. URL :
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-116>
3. Загороднюк О.В., Дмитрик І.О. Роль BPM, CRM та ERP систем у цифровій трансформації українського бізнесу. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2024. Випуск 104. Частина 2. С. 191-201. URL :
<https://doi.org/10.32782/2415-8240-2024-104-2-191-201>
4. Резнік Н. П. та ін. (2024). Забезпечення продовольчої безпеки в умовах глобальних викликів. У: Khoury, RE, Nasrallah, N. (eds) Intelligent Systems, Business, and Innovation Research. Дослідження систем, прийняття рішень і керування, том 489 с. 847-858. Springer, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-031-36895-0_72 (Web of Science)
5. Загороднюк О.В., Горбатюк М.І., Длугоборська Л.В. Теоретичні засади забезпечення економічної безпеки підприємств в сучасних умовах. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2024. Випуск 104. Частина 2. С.297-307. URL :
<https://doi.org/10.32782/2415-8240-2024-104-2-297-307>
6. Гоменюк М., Загороднюк О., Длугоборська Л. Лідерство: суть, принципи, моделі та значення в управлінській діяльності. Інтелект XXI. № 1. 2023. С. 10-15. URL :
<https://doi.org/10.32782/2415-8801/2023-1.2>
7. Малюга Л.М., Загороднюк О.В.,

Кожухівська Р.Б.
Статистика та інформаційні технології прийняття управлінських рішень у проектуванні об'єктів сфери обслуговування. Інфраструктура ринку. 2023. № 74. С. 54-59. URL : <https://doi.org/10.32782/infrastruct74-108>.
8. Загороднюк О.В., Длугоборська Л. В., Пархоменко Л. А., Клименко Л. В. Оцінка сучасного стану садівництва в контексті управління інвестиційною привабливістю підприємств галузі. Збірник наукових праць Уманського НУС. 2022. № 100. Ч. 2. С. 402-411. URL : <https://doi.org/10.31395/2415-8240-2022-100-2-402-411>
9. Reznik Nadiia P.1,a), Dymczyk Rafał A.2,b), Zagrodniuk Oksana V.3,c), Gomeniuk Maryna O.3,d), and Mykhaylichenko Management of current trends in international educational migration and its impact on socio-economic development AIP Conference Proceedings 2413, 040005 (2022); URL : <https://doi.org/10.1063/5.0090407> (Web of Science)
10. Гоменюк М.О. Загороднюк О.В. Інструменти планування робочого часу менеджера. Збірник наукових праць Уманського НУС. 2022. № 100. Ч. 2. С. 412-420. URL : <https://doi.org/10.31395/2415-8240-2022-100-2-412-420>
11. Пархоменко Л.А., Загороднюк О.В., Малюга Л.М., Фротер О.С. Удосконалення системи прийняття управлінських рішень щодо управління операційними витратами з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка, 2022. № 2. URL : <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.2.73>
12. Загороднюк О.В. Гоменюк М.О. Корпоративний тайм-менеджмент: сучасна наукова концепція. Збірник наукових

праць Уманського
НУС. 2021. № 98. С.
81-89. URL : DOI
10.31395/2415-8240-
2021-98-2-81-89
п 4. 1. Загороднюк
О.В. Методичні
рекомендації для
підготовки до
семінарських занять з
дисципліни
«Менеджмент» для
студентів
спеціальності 075
«Маркетинг». Умань,
УНУС. 2021. 39 с.
2. Загороднюк О.В.
Методичні
рекомендації для
виконання
самостійної роботи з
дисципліни
«Менеджмент» для
студентів
спеціальності 075
«Маркетинг». Умань,
УНУС. 2021. 138 с.
3. Загороднюк О.В.
Опорний конспект
лекцій з дисципліни
«Менеджмент» для
студентів
спеціальності 075
«Маркетинг». Умань,
УНУС. 2021. 94 с.
4. Загороднюк О.В.,
Длугоборська Л.В.
Електронний
навчальний курс для
дистанційного
вивчення навчальної
дисципліни
«Менеджмент» для
здобувачів вищої
освіти першого
(бакалаврського)
рівня 051
«Економіка», 071
«Облік і
оподаткування», 072
«Фінанси, банківська
справа та
страхування», 075
«Маркетинг», 076
«Підприємництво,
торгівля та біржова
діяльність». URL:
<https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=201>
п 8. 1. Виконавець
науково-дослідної
роботи «Розробка
рекомендацій з
управління
персоналом ТОВ
«МАСТЕР-БУД
УМАНЬ» (договір
№22/21 від 01.11.2021
р.)
2. Виконавець
науково-дослідної
роботи «Розробка
тренінгу з розвитку
самоменеджменту
працівників у СТОВ
«АГРОФІРМА
«ЗОРЯ»» с. Карбівка
Новоукраїнського
району
Кіровоградської

						<p>області» (договір № 28/23 від 17.10.2023 р.).</p> <p>п 14. 1. Керівництво студентами, які зайняли призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Менеджмент: 2020-2021 н.р. – II місце – Горбатюк М.І.; 2021-22 н.р. – I місце – Василенко В.В.</p> <p>п 19. Член Української Асоціації з розвитку менеджменту та бізнес освіти (свідоцтво № 587).</p> <p>Профайл викладача : https://mzedl.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/zagorodnyuk-oxana-vikt.html</p>	
336476	Осіпова Алла Анастасіївна	завідувач кафедри, Основне місце роботи	Економіка і підприємства	<p>Диплом бакалавра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2006, спеціальність: 0501</p> <p>Економіка і підприємства, Диплом спеціаліста, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2007, спеціальність: 050104</p> <p>Фінанси, Диплом спеціаліста, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2016, спеціальність: 7.09010303</p> <p>садово-паркове господарство, Диплом кандидата наук ДК 058762, виданий 09.02.2021, Атестат доцента АД 012094, виданий 23.12.2022</p>	7	Політична економія	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <p>1. Науково-дослідний інститут Люблінського науково-технологічного парку (Польща) та ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян»; міжнародне підвищення кваліфікації наукових, науково-педагогічних працівників ЗВО на тему: «Інтерактивні технології змішаного навчання при підготовці бакалаврів та магістрів в країнах Європейського Союзу та Україні»; сертифікат ES № 12911 від 13.03.2023 р.</p> <p>2. Науково-дослідний інститут Люблінського науково-технологічного парку (Польща) та ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян»; міжнародне підвищення кваліфікації на тему: «Інтерактивні технології змішаного навчання при підготовці здобувачів освіти технічних спеціальностей в країнах Європейського Союзу та Україні»; сертифікат ESN № 15538 від 04.09.2023 р.</p> <p>3. Державна наукова установа «Український інститут науково-технічної експертизи та інформації»; «Інновації як нові перспективи сталого</p>

розвитку економіки держави»; сертифікат UINTEI – 23070 від 28.11.23 р.

4. Експертний комітет з питань розвитку штучного інтелекту при Міністерстві цифрової трансформації України та ГО «Прогресивні»; «Штучний інтелект та майбутнє освіти»; сертифікат ШІ-1396 від 23.11.23 р.

5. Чорноморський національний університет імені Петра Могили; міжнародний форум освітян і роботодавців «Дистанційна освіта майбутнього: виклики та перспективи», проект Erasmus+ KA2 DEFEP «Distance Education for Future: best EU practices in response to the requests of modern higher education seekers and labor market»; сертифікат № 101083143- DEF/40 від 22.06.2023 р.

6. Науково-педагогічне стажування «Сила соціальних мереж медіа у професійному розвитку представників університету: персональний бренд, інструменти для освітніх проєктів, просування цінностей сталого розвитку». «Проект COMSUS. Розвиток сталих комунікацій вищих навчальних закладів у соціальних мережах» (28.02.2024-20.06.2024); сертифікат №COMSUS-WP-110.

Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 2,5.

Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,5,8,10,14,19) п.1. 1. Mudrak, R., Lagodiienko, V., Osipova, A., Froter, O., Sokoliuk, K. The concept of food security: theory and ukrainian practice. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 1(54), pp. 452–470. 2024. DOI:10.55643/fcactp.1.54.2024.4194. (Scopus) 2. V Koval, N Savina, Ye

Sribna, A Osipova, I Kapelista, S Petrovska. Sustainable resource management policy of national economic development. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Vol. 1269, 3rd International Conference on Environmental Sustainability in Natural Resources Management. Batumi, Georgia. 2023. DOI: 10.1088/1755-1315/1269/1/012035 (Scopus)

3. Osipova, A. Buriachenko, K. Levchenko, N. Spasiv, Fiscal decentralization of the visegrad group countries as a key factor of development. Acta Innovations. 2022. DOI: <https://doi.org/10.32933/ActaInnovations.45.3> (Scopus)

4. N. Savina, Y. Sribna, N. Pitel, L. Parkhomenko, A. Osipova and V. Koval Energy management decarbonization policy and its implications for national economies. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science this link is disabled. 2021. 915(1), 012007. DOI:10.1088/1755-1315/915/1/012007 (Scopus).

5. Осіпова А. А. Оцінка зарубіжного досвіду формування державної політики у сфері соціального захисту. Здобутки економіки: перспективи та інновації. 2024. Вип. 9. URL: <https://zenodo.org/records/13302016>

6. Андрусяк Н. О., Осіпова А. А. Алгоритми дослідження еколого-економічної конкурентоспроможності регіонів. Збірник наукових праць Уманського НУС. 2024. Вип. 104. Ч. 2. С. 46-52. URL: <https://journal.udau.edu.ua/assets/files/104.2/5.pdf>

7. Осіпова А. А., Непочатенко З. В. Еволюція наукових поглядів на антикризове державне регулювання

економіки. Збірник наукових праць Уманського НУС. 2023. Вип. 102. URL: <https://lib.udau.edu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/9028ff1b-b96d-4420-a0f6-7c1bd251dd7f/content>

8. Мальований М. І., Осіпова А. А. Еволюція наукових поглядів на соціальну роль держави. Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2023. № 1-2 (84-85). С. 9–22. URL: <http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2023/84-85/pdf/9-22.pdf>

9. Пархоменко Л. А., Фротер О. С., Осіпова А. А. Сучасний розвиток економічної думки в Україні. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 35. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-38>

10. Мудрак Р. П., Ревуцька А. О., Осіпова А. А., Пархоменко Л. А. Макроекономічна нестабільність – безробіття. Збірник наукових праць Уманського НУС. 2021. Вип. 99. Ч.2. С. 103–115. URL: https://journal.udau.edu.ua/assets/files/99/99_2/10.pdf

11. Пархоменко Л. А., Фротер О. С., Осіпова А. А. Еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу в контексті розвитку економічної думки. Інфраструктура ринку. 2021. № 62. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/62_2021/3.pdf

12. Бурляй А. П., Костюк В. С., Смолій Л. В., Осіпова А. А. Сучасні теорії економічного розвитку: соціальні аспекти. Збірник наукових праць Уманського НУС. 2021. Вип. 98. Ч.2. С. 221–231. URL: https://journal.udau.edu.ua/assets/files/98/98_2/21.pdf

13. Смолій Л. В.,

Осіпова А. А.
Еволюція концепту
«суспільний сектор» в
контексті теорій
економічного
розвитку. Економіка
та суспільство. 2021.
Вип. 24. URL:
<http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/18514>.
14. Осіпова А. А.,
Фротер О. С.,
Пархоменко Л. А.
Кейнсіанство як
економічна стратегія
державного
регулювання
кризового періоду.
Міжнародний
науковий журнал
«Інтернаука». Серія:
«Економічні науки».
2020. № 11 (1). С. 62–
68. URL:
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-11-6447>
15. Осіпова А. А.
Ефективність
інструментів
державної підтримки
сільсько-
господарського
виробництва.
Ефективна економіка.
2020. № 6. URL:
<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7975> DOI:
10.32702/2307-2105-2020.6.61
16. Осіпова А. А.
Моделі системного
формування та
реалізації державного
регулювання розвитку
сільськогосподарськог
о виробництва.
Збірник наукових
праць Уманського
НУС. 2020. Вип. 97.
Ч.2. С. 143–156.
п.4. 1. Осіпова А. А.
Методичні
рекомендації для
підготовки до
практичних занять з
дисципліни
«Політична економія»
для здобувачів
першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти
денної форми
навчання
спеціальностей 051
Економіка, 071 Облік і
оподаткування, 075
Маркетинг, 076
Підприємництво та
торгівля. Умань,
УНУС. 2024. 74 с.
2. Осіпова А. А.
Методичні
рекомендації для
підготовки до
практичних занять та
виконання
самостійної роботи з
дисципліни

«Політична економія» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти заочної форми навчання спеціальностей 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 075 Маркетинг, 076 Підприємництво та торгівля. Умань, УНУС. 2024. 88 с.

3. Осіпова А. А. Методичні рекомендації для виконання самостійної роботи з дисципліни «Політична економія» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальностей 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 075 Маркетинг, 076 Підприємництво та торгівля. Умань, УНУС. 2024. 64 с.

4. Осіпова А. А. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Політична економія» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 075 Маркетинг, 076 Підприємництво та торгівля. URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1097>

п. 5. Захист дисертації за спеціальністю «Економіка та управління національним господарством» на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук (диплом ДК № 058762 від 9 лютого 2021 р.).

п. 8. 1. Виконавець науково-дослідної роботи «Наукове обґрунтування напрямів підвищення економічної ефективності використання ресурсного потенціалу ТОВ «Агрокомплекс-Вільшанка» Уманського району Черкаської області (договір № 8/22 від 07.06.2022);

2. Керівник науково-дослідної роботи «Наукове обґрунтування інвестиційного забезпечення діяльності ТОВ «ЕРГОН – ЕЛЕКТРИК ЛТД» м. Київ (договір №16/24 від 23.05.2024).
п. 10. 1. Учасник Міжнародного наукового проекту Європейського Союзу Еразмус+ KA2 «Multilevel Local, Nation- and Regionwide Education and Training in Climate Services, Climate Change Adaptation and Mitigation», 15.11.2020 р. - 14.11.2023 р.;

2. Учасник міжнародного проекту «Erasmus+ KA2 DEFER «DEFER «Distance Education for Future: best EU practices in response to the requests of modern higher education seekers and labor market» (Дистанційна освіта для майбутнього: Кращі Європейські практики для партнерів), 2023-2025 рр.;

3. Тренер курсу «Організація та управління бізнесом у садівництві» для жінок-фермерів в Уманському національному університеті садівництва за підтримки Японського агентства міжнародного співробітництва, 19.02.2024 - 05.03.2024.

п. 14. Керівництво студентом, який зайняв призове місце на I етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт: II місце, Рудь Катерина Сергіївна, 41-а група, 2023 р.

п. 19. Членкиня Громадської організації «Міжнародна фундація науковців та освітян» (№ ES1488).
URL :
<https://www.iesfukr.org/members>

Профайл викладача :
<https://ket.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/novyj-resurs1.html>

117160	Семенда Ольга Володимирівна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємства	<p>Диплом бакалавра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2008, спеціальність: 0501</p> <p>Економіка і підприємства, Диплом спеціаліста, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2009, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 032487, виданий 15.12.2015, Атестат доцента АД 007583, виданий 15.04.2021</p>	8	Основи наукових досліджень та академічна доброчесність	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> Міжнародне підвищення кваліфікації «Міжнародний досвід використання штучного інтелекту в освітньому процесі (частина II)» м. Люблін (Республіка Польща). 02 липня по 11 липня 2024 року. Сертифікат ESN№20418 11.07.2024 Підвищення кваліфікації «Сталий розвиток аграрного сектору економіки та сільських територій: виклики сьогодення». м.Київ. Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», травень 2023 року; свідоцтво № 150523109. ISMA University of Applied Sciences (Рига, Латвія); «Теорія та практика науково-педагогічних підходів в освіті»; сертифікат № 1-22/04-22 (13 грудня 2021р. – 13 січня 2022 р.). Міжнародний університет бізнесу і права. Центр українсько-європейського наукового співробітництва; Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації з економічних наук «НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ ТА НАУКИ: ІННОВАЦІЇ, ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ, ІНТЕГРАЦІЯ – ІДІ»; сертифікат № ADV-151136-ECO від 26.12.2021 р. Цикл тренінгів LIFECELL DIDGITAL ACADEMY, сертифікат № 203 від 16.12.2021 р. <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 2,5</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,2,3,4,8,14,19) п 1. 1. Семенда О.В. Описове дослідження в маркетингу як основа наукових досліджень. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023. №8.</p>
--------	-----------------------------	------------------------------	--------------------------	---	---	--	---

<https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01>
2. Пенькова О.Г., Семенда О.В. Теоретичні основи проведення наукових досліджень здобувачами вищих навчальних закладів: огляд літератури як методологія дослідження. Наукові інновації та передові технології. 2022. №4(6). С.164-176. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4\(6\)-164-176](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4(6)-164-176)
3. Семенда О.В. Корман І.І. Методика проведення маркетингових досліджень поведінки споживачів у віртуальному середовищі. «Věda a perspektivy». 2022. №1(8). С.60-71. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71)
4. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Теоретичні підходи до формування наукових гіпотез в маркетингу. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2021. №8. С.42-48. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.8.6>
5. Корман І.І., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна в умовах війни. «Вчені записки». Збірник наукових праць КНЕУ. 2023. №31(2). С.107-118. DOI: 10.33111/vz_kneu.31.22.02.10.068.074
6. Semenda, O., Sokolova, Y., Korovina, O., Bratko, O., & Polishchuk, I. (2024). Using Social Media Analysis to Improve E-commerce Marketing Strategies. International Review of Management and Marketing, 14(4), 61–71. URL : <https://doi.org/10.32479/irmm.16196> (Scopus)
7. Semenda, O., Shevchenko, V., Purhani, S., Kharit, O., & Krasnostanova, N. (2023). Adaptation of Logistics Companies to Functioning under the Restrictions Imposed by Military Operations. WSEAS Transactions

on Environment and Development, vol. 19, P.558-570. DOI: 10.37394/232015.2023.19.54 (Scopus)

8. Євсейцева, О., Люльчак, З., Семенда, О., Ярвіс, М., & Пономаренко, І. (2022). Digital-маркетинг як сучасний інструмент просування товарів та послуг у соціальних мережах. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики, 1(42), 361-370. URL : <https://doi.org/10.18371/fcaptr.1.42.2022.3723> (Web of Science/Scopus)

9. Семенда О.В., Корман І.І. Аналіз українського ринку овочів в умовах війни. International Science Journal of Management, Economics & Finance. 2024. Vol.3. No.1. pp.72-80. doi: 10.46299/j.isjmef.20240301.07

10. Семенда О.В. Вплив цифрових технологій на трансформацію операційних процесів та взаємодію зі споживачами в роздрібній торгівлі. International scientific journal «Grail of Science». 2024. №45. С.168-174. DOI 10.36074/grail-of-science.01.11.2024.018

11. Семенда О. Застосування інтегрованої омніканальної стратегії залучення цільової аудиторії у фармацевтичному маркетингу. Економіка та суспільство. 2024. №60. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-114>

12. Корман І.І., Семенда О.В., Макушок О.В. Маркетингове дослідження українського ринку страхових послуг. Київський економічний науковий журнал. 2024. №4. С.119-126. DOI 10.32782/2786-765X/2024-4-17

13. Семенда О.В., Корман І.І. Модель впливу контент-маркетингу на інноваційний

потенціал бізнесу. Підприємництво та інновації. 2024. №30. С.66-71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/30.1014>. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг вражень: пошук оптимальної стратегії впливу на поведінку споживачів в умовах зміни ціннісних орієнтирів суспільства. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. №11. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-04-01>

15. Семенда О.В. Аналіз впливу контент-маркетингу на свідомість покоління Z. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Том 7. № 3. С.156-164. DOI: [10.15276/mdt.7.3.2023.11](https://doi.org/10.15276/mdt.7.3.2023.11).

16. Громик О., Семенда О. Споживання м'яса в Україні: реалії та проблеми розвитку. Комунальне господарство міст. 2023. №5(179). С.20–26. <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2023-5-179-20-26>

17. Zrybnieva I., Larina K., Semenda O. Sustainable entrepreneurship: analysis of digital marketing trends in the regional and global dimension. Futurity Economics&Law. 2023. №3(2). P.150-170. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.06.25.1018>

18. Семенда О.В. Концепція обслуговування споживачів логістичної галузі: переваги, проблеми та способи вирішення. Економічні горизонти. 2023. №1(23). С.26-34. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.270796](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.270796)

19. Sanakuiev M., Mykhalchenko H., Semenda O., & Vdovichena O. Information marketing: the essence, characteristics, and trends of development. Futurity Economics&Law. 2023.

№3(1). Р.16–27.
<https://doi.org/10.57125/FEL.2023.03.25.02>
20. Семенда Д.К., Семенда О.В. Впровадження цифрового маркетингу на підприємствах агропромислового комплексу України. Globalization of scientific knowledge: international cooperation and integration of sciences. 2023. 599с. С.54-59. DOI 10.36074/grail-of-science.17.03.2023.006

21. Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. Ефективна економіка. 2023. №2. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22>

22. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг інновацій на ринку молочної продукції: основні споживчі тенденції. Агросвіт. 2023. №3-4. С.49-55. DOI: 10.32702/2306-6792.2023.3-4.49

23. Семенда О.В. Перспективи розвитку підприємницької діяльності у підсистемах логістики. Підприємництво та інновації. 2022. №24. С.108-112. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/24.18>

24. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. №9-10. С.16–23. DOI: 10.32702/2306-6814.2022.9-10.16

25. Корман І.І., Лементовська В.А., Семенда О.В. Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. Економіка та держава. 2022. №4. С.62–68. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.62

26. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Оцінка кон'юнктури та споживчих переваг на ринку сиру України. Агросвіт. 2022. №3.

C.77–88. DOI:
10.32702/2306-
6792.2022.3.77
27. Корман І.І.,
Семенда О.В., Гаєнко
В.І. Формування
попиту та
стимулювання збуту
на вітчизняному
ринку рибної
продукції.
Підприємництво та
інновації. 2021. №19.
С.19-26. DOI:
<https://doi.org/10.37320/2415-3583/19.3>
28. Корман І.І.,
Семенда О.В., Осадчук
Н.В. Маркетингове
дослідження каналів
розподілу. Економіка
та суспільство. 2021.
№29. DOI:
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-29>
29. Семенда Д.К.,
Семенда О.В.
Перспективи
запровадження
моделі D2C
електронної комерції
в Україні.
Інфраструктура
ринку. 2021. №1(51).
С.208-212. DOI:
<https://doi.org/10.32843/infrastructure51-33>
30. Семенда Д.К.,
Семенда О.В.,
Семенда О.В.
Логістика та її роль в
підвищенні
економічної
ефективності
реалізації продукції
рослинництва.
Молодий вчений.
2021. №1. С.185-190.
DOI:
<https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-1-89-38>
31. Семенда О.В.,
Вдовічена О.Г., Кохан
М.О. Маркетингові
інновації в умовах
глобальної кризи
викликаною
пандемією
коронавірусу. Наукові
перспективи. 2021.
№1(7) С.356-369. DOI:
[https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1\(7\)-356-369](https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1(7)-356-369)
32. Семенда Д.К.,
Семенда О.В.,
Семенда О.В.
Маркетингові
дослідження
кон'юнктури ринку
зерна. Агросвіт. 2021.
№1-2. С.56-64. DOI:
10.32702/2306-
6792.2021.1-2.56
33. Penkova, O.,
Lementovska, V.,
Sokovnina, D., Korman,
I., & Semenda, O.
(2021). Developing a

marketing strategy to improve the market activities of agricultural and processing enterprises, using the policy of “Goodvalley” as an example. Scientific Horizons, 24(11), 92-100. DOI: 10.48077/scihor.24(11).2021.92-100 (Scopus)

34. Semenda, O., Hurzhyi, N., Turchak, I., Hatska, L., Buryk, Z. (2021). Market of organic products in the EU: an assessment of manufacturing segments and consumers. Ad Alta. Journal of Interdisciplinary Research. P.47-52. DOI: <https://doi.org/10.33543/11022>. (Web of Science)

35. Padalka, A.M., Gribincea, A., Lesik, I.M., Semenda, O.V., & Barabash, O.O. (2021). Consumer protection when purchasing goods on the Internet. Journal of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine, 28(2), P.189-197. DOI: 10.37635/jnalsu.28(2).2021.189-197 (Scopus)

36. Trachuk, T., Vdovichena, O., Andriushchenko, M., Semenda, O., Pashkevych, M. (2021). Branding and Advertising on Social Networks: Current Trends. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, vol.21, No.4, P.178-185. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.4.22>. (Web of Science)

п 2. 1. свідоцтво № 99138 від 17.08.2020 р.; 2. свідоцтво № 99139 від 17.08.2020 р.; 3. свідоцтво № 99141 від 17.08.2020 р.; 4. свідоцтво № 99142 від 17.08.2020 р.; 5. свідоцтво № 99143 від 17.08.2020 р.; 6. свідоцтво №118670 від 02.05.2023 р.; 7. свідоцтво №119824 від 16.06.2023 р.; 8. свідоцтво №122304 від 25.12.2023 р.; 9. свідоцтво №122303 від 25.12.2023 р.; 10. свідоцтво №122354 від 26.12.2023 р.

п 3. Маркетинг в підприємницькій діяльності та управління продажем логістичних послуг:

підручник / С.Л. Литвиненко, О.С. Трегубов, В.С. Войцеховський, О.В. Семенда, Ю.М. Попова, Т.В. Кайдакова. К.: Видавничий дім «Кондор, 2021. 280 с. п 4. 1. Основи наукових досліджень та академічна доброчесність: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2024. 49 с.

2. Основи комерційної діяльності: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 71с.

3. Поведінка споживачів: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» перший (бакалаврський) рівень денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС, 2024. 55 с.

4. Логістика: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 121с.

5. Маркетинг в соціальних мережах: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 56 с.

п 8. 1. Відповідальний виконавець наукового проекту за

						<p>господарчою тематикою на замовлення ПП «ЕнергоСервіс ДСК» м. Умань Черкаської області (2023 рік)</p> <p>2. Член редколегії наукового журналу «Актуальні питання економічних наук» (ISSN 3041-2129 online), Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика п 14. Призери I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг» : 2023 р. – Зіновкін Б.К. (21 м-ма група) – диплом 2-го ступеня. п 19. 1. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 597 від 02.06.2021 р.)</p> <p>2. Членство в ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян» IESF» №ES1234 2023р.</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/semenda-olga-volodimirivna.html</p>	
229532	Побережець Іван Іванович	доцент, Основне місце роботи	Інженерно-технологічний	<p>Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2004, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Фізика і математика,</p> <p>Диплом магістра, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2005, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти.</p> <p>Математика, Диплом кандидата наук ДК 005231, виданий 17.02.2012,</p>	19	Математика для економістів	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <p>1. Малопольська школа державного управління Краківського економічного університету; «Новітні та інноваційні методики навчання»; свідоцтво про підвищення кваліфікації NR 2327/MSAP/2020 від 29.05.2020 р.</p> <p>2. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітнього простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301062-ECO від 10.12.2023 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1,5.</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,3,4,14,19) п.1. 1. Медведєва М.О., Ковальов Л.Є., Побережець І.І. Аналіз можливостей бібліотек PYTHON при вивченні курсу</p>

Атестат
доцента АД
005411,
виданий
24.09.2020

«Математичне програмування». Наука і техніка сьогодні. 2024. № 4 (32). С. 680-690.

2. Бурляй А.П., Бурляй О.Л., Побережець І.І., Журавель Р.О. Аналіз міграційних процесів: ризики для сільського господарства України. Збірник наукових праць Уманського НУС. 2022. № 100. Ч. 2. С. 284-290.

3. Ковальов Л.С., Побережець І.І., Медведєва М.О. Використання інтерактивного імітатора фізичних процесів STEP в освітньому процесі у закладах вищої освіти. Фізико-математична освіта. 2021. Том 29. № 3. С 68-73.

4. Penkova Oksana, Kharenko Andrii, Lementovska Valentyna, Poberezhets Ivan, Nehanov Victor. The Influence of Raw Material Factors and Demand Factors on the Formation of Supply of Products by Milk-processing Enterprises on the Regional Market: Ukrainian Experience // The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries. 2021. pp 594-603. (Scopus)

5. Temperature dependence of dielectric properties of the liquid crystal 6CB with the embedded Ag₇GeS₅I nanoparticles. (2020). S.I. Poberezhets, O.V. Kovalchuk, I.P. Studenyak, T.M. Kovalchuk, I.I. Poberezhets. Semiconductor physics, quantum electronics and optoelectronics, 23 (2), P. 125-132. (Scopus)

6. Influence of cation substitution on dielectric properties and electric conductivity of 6CB liquid crystal with Me₇GeS₅I (me= Ag, Cu) superionic nanoparticles. I.P. Studenyak, O.V. Kovalchuk, A.I. Pogodin, S.I. Poberezhets, V.I. Studenyak, I.I. Poberezhets, V.

Lackova, P. Kopcansky, M. Timko. Molecular crystals and liquid crystals 2020, Vol. 702 № 1, 21-29. (Scopus)

п. 3. Фізика: навчальний посібник для студентів, які навчаються за спеціальностями галузі знань «Аграрні науки та продовольство» / Н. Й. Ільїних, Л. Є. Ковальов, І. І. Побережець. Умань: ВПЦ «Візаві», 2022. 169 с.

п. 4. 1. Методичні вказівки для підготовки до практичних занять студентів і виконання самостійної роботи студентів з дисципліни «Математика для економістів» для здобувачів вищої освіти спеціальностей 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» і 075 «Маркетинг». Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2023. 169 с.

2. Побережець І.І., Лещенко С.В., Побережець І.І. Дискретна математика: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти спеціальності 122 «Комп'ютерні науки». Умань: Видавничо-поліграфічний центр УНУС, 2020. 119 с.

3. Березовський В.Є., Побережець І.І., Ненька Р.В. Теорія ймовірностей: методичні рекомендації для проведення практичних занять та самостійної роботи студентів факультету економіки і підприємництва. Умань: УНУС, 2023. 170 с.

4. Побережець І.І. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення дисципліни «Математика для економістів» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» і 075 «Маркетинг». URL: moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1740

						<p>п 14. Призер І туру Всеукраїнської студентської олімпіади з математики: 2020 р. – Заярна В.О. (11-ф група) 1 місце; 2023 р. – Павленко В.В. (21 к-н група) 1 місце. п. 19. Член Київського математичного товариства.</p> <p>Профайл викладача : https://math.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/poberejecz-ivan-mladshiy.html</p>	
425923	Мороз Юрій Миколайович	доцент 0,5ст., Сумісництво	Лісового і садово-паркового господарства	<p>Диплом спеціаліста, Полтавський державний педагогічний університет імені В.Г. Короленка, рік закінчення: 2000, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти, фізична культура, методика спортивно-масової роботи, Диплом кандидата наук ДК 056531, виданий 16.12.2009, Атестат доцента 12/ДЦ 028818, виданий 10.11.2011</p>	24	Фізичне виховання	<p>Підвищення кваліфікації: 1. Центр українсько-європейського наукового співробітництва; «Проектування та реалізація освітніх програм за спеціальністю 014 «Середня освіта»; свідоцтво ADV-311040-PSI від 11.12.2022 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1,2,5</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,8,19) п 1. 1. Мороз Ю.М. Дидактичні умови підготовки вчителя до професійної взаємодії. Наука і техніка сьогодні. Випуск 14 (42). Київ: Видавнича група «Наукові перспективи», 2025. С. 600-610. 2. Мороз Ю.М. Вплив фізичної рекреації як освітнього компонента на професійну підготовку фахівців із фізичної культури. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Педагогічні науки». Випуск 2 (356). Одеса: Гельветика, 2023. С. 70-76. URL : https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/10085 3. Турчинов, А. В., Чудик, А. В., Мороз, Ю. М., Тимченко, Г. М., РодигінаВ. П., Скальські, Д. В., Мартиненко, О. М., & Коваленко, Б. О. (2022). Удосконалення техніки застосування</p>

заходів фізичного впливу та спеціальних засобів майбутніми офіцерами-правоохоронцями із використанням сучасних технічних засобів навчання. Науковий часопис Українського державного університету імені Михайла Драгоманова. Серія 15, (1(145), 110-116. URL : [https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series15.2022.1\(145\).27](https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series15.2022.1(145).27)

4. Abdullah KH, Khoshnaw KK, Nabee HM, Moroz Y. Building a measure of sports tolerance for youth football players 2022. Health, Sport, Rehabilitation. 2022;8 (1):52-60. URL : <https://doi.org/10.34142/HSR.2022.08.01.04>.

5. Мороз Ю. Значення фізичної рекреації в освітньому просторі сучасної молоді. Витоки педагогічної майстерності. 2021. № 28. С. 106-110. URL : <https://doi.org/10.33989/2075-146x.2021.28.250359>

п 4. 1. Мороз Ю.М., Осадча Л.А. Основи здорового способу життя та культури здоров'я: методичний посібник. Умань: УНУС. 2024. 88 с.

2. Методичні вказівки для проведення практичних занять з дисципліни «Фізичне виховання» для студентів факультету «Економіки і підприємництва» (всіх спеціальностей). Баскетбол (тестові завдання). Умань. 2023. 39 с.

3. Мороз Ю.М. Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з навчальної дисципліни “Вступ до спеціальності” для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 014 Середня освіта (Фізична культура). Умань: УНУС. 2024. 36 с.

4. Мороз Ю.М. Методичні рекомендації до

						<p>проведення практичних занять та організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Історія фізичної культури» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 014 Середня освіта (Фізична культура). Умань: УНУС. 2024. 38 с.</p> <p>п 8. 1. Науковий керівник науково-дослідної теми «Розробка рекомендацій з покращення силової підготовки під час тренувальних занять», договір №23/23, від 30.08.2023 р.</p> <p>2. Науковий керівник науково-дослідної теми «Розробка рекомендацій з розвитку швидкісної витривалості в процесі проведення тренувальних занять», договір №27/24, від 09.07.2024 р.</p> <p>п 19. 1. Член Наукової Ради з туризму та курортів (наказ номер 717 від 23.05.2018р. Міністерства Економіки України).</p> <p>2. Член Студентської спортивної спілки України.</p> <p>Профайл викладача : https://sport.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/moroz-yurij-mikolajovich.html</p>	
153213	Бечко Яна Валеріївна	доцент, Основне місце роботи	Менеджменту	<p>Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2008, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Мова та література (англійська), Диплом кандидата наук ДК 008637, виданий 26.09.2012, Атестат доцента 12ДЦ 043863, виданий 29.09.2015</p>	15	Іноземна мова	<p>Підвищення кваліфікації: Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини; «Інноваційні технології в професійній діяльності викладача: використання методу кейс-стаді під час навчання англійської мови студентів закладу вищої освіти для формування навичок критичного мислення»; свідоцтво ПК №02125639/000705-21 від 01.11.2021 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1,2,5.</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов</p>

(1,3,4,14)
п 1. 1. Bechko Ya.,
Komisarenko N. To the
issue of the use of case
study method during
foreign language
teaching. Актуальні
питання гуманітарних
наук: міжвузівський
збірник наукових
праць молодих вчених
Дрогобицького
державного
педагогічного
університету імені
Івана Франка.
Дрогобич :
Видавничий дім
«Гельветика», 2024.
Вип. 75. Том 1. С. 231-
237. DOI:
<https://doi.org/10.24919/2308-4863/75-1-35>
2. Polunina, O.,
Maiboroda, V.,
Chaploutskyi, A.,
Bechko, Ya. Influence of
budding height and
method on bi-axis
young apple trees (cv.
'Florina'). Agronomy
Research 2024, Vol. 22,
No. 3, pp. 1275-1283
(Scopus). DOI:
<https://doi.org/10.15159/AR.24.098>
3. Bechko Ya.V.
Semantic development
of the polysemous
lexeme eng. fire in the
integral structure of
phraseological units
Закарпатські
філологічні студії.
Випуск 29 (Том 1),
2023. С.193-198. DOI:
<https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.29.1.36>
4. Бечко Я.В. Роль
конотативно-
асоціативних рис
найменувань вогню у
фразеологічному
контексті.
Закарпатські
філологічні студії.
Випуск 27 (Том 1),
2023. С.130-135. DOI:
<https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.27.1.22>
5. Бечко Я.В.
Смисловий розвиток
ад'єктива термічної
семантики нім.heiß у
контексті внутрішньої
форми фразем.
Закарпатські
філологічні студії.
Випуск 21.
Ужгородський
національний
університет, 2022. С.
187-191. DOI:
<https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.21.1.34>
6. Bechko Y., Naharin
M., Koblyk V., Tkachuk
M.Domestic and

Foreign Experience in Training Future Managers of Educational Institutions. Journal of Higher Education Theory and Practice, 2022(6). p.53-62 (Scopus) DOI: <https://doi.org/10.33423/jhetp.v22i6.5228>

7. Бечко Я.В. Семантичний розвиток дієслів на позначення горіння нім.(ver)brennen (sich), feuern,укр. горіти, палати, палити у контексті внутрішньої форми фразем. Закарпатські філологічні студії. Випуск 16. Ужгородський національний університет, 2021. С.50-55. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.16.9>

8. Бечко Я.В. Особливості функціонування лексико-семантичних варіантів іменника англ. Fire у процесі фразеотворення. Вісник університету імені Альфреда Нобеля». Серія «Філологічні науки». №1(21). Дніпро, 2021р. С. 140-148 (Scopus). DOI:<https://doi.org/10.32342/2523-4463-2021-1-21-14>

9. Бечко Я.В. Семантичний розвиток дієслів на позначення горіння англ. Burn, Fire у контексті внутрішньої форми фразем. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71). Ч.2. № 3. 2021. С.85-90. DOI:<https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.3-1/15>

10. Бечко Я.В. Функціонування лексико-семантичних варіантів багатозначного прикметника укр. гарячий в процесі утворення фразеологічних одиниць. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71). Ч.2. № 1. 2021. С.23-28. DOI:<https://doi.org/10.32838/2710->

4656/2021.1-2/05
11. Бечко Я. В.
Прокоф'єв Г.Л. On the
role of speech act irony
in resolving conflict
between conversational
and non-conversational
maxims. Вчені записки
ТНУ імені В. І.
Вернадського. Серія:
Філологія. Соціальні
комунікації. Том 31
(70), № 1, частина 2,
2020. С.186-193.
DOI:<https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.1-2/37>
п. 3. Бечко Я. В. Мова
у семіотичній ієрархії
культури. Від природи
до людини: термічна
семантика і її
семіотико-
моделювальний
потенціал у
фразеологічному
відображенні:
монографія / за заг.
ред. С.С.Єрмоленко.
Київ: Наукова думка.
2023. С.98-121. (вносок
автора – 1,7 д.а.)
п. 4. 1. Бечко Я.В.
Методичні
рекомендації для
проведення
практичних занять із
дисципліни «Іноземна
мова» для здобувачів
освітнього рівня
бакалавр за
спеціальністю 075
«Маркетинг». Умань :
Видавничо-
поліграфічний центр
«Візаві», 2024. 90 с.
2. Бечко Я.В.
Методичні вказівки та
завдання для
самостійної роботи з
дисципліни «Іноземна
мова» для студентів
спеціальності 075
«Маркетинг». Умань:
Видавничо-
поліграфічний центр
«Візаві», 2024. 70 с.
3. Бечко Я.В.
Навчально-
методичний посібник
з дисципліни «Ділова
іноземна мова»
(розмовні теми)
(англійська) для
студентів ОР
«Магістр». Умань:
ФОП «Масловатий»,
2022. 92 с.
4. Бечко Я.В.
Електронний
навчальний курс для
дистанційного
вивчення дисципліни
«Іноземна мова» для
здобувачів першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти
спеціальності 075
«Маркетинг». URL:
<https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?>

						<p>id=2163 п. 14. Керівництво студентами, які зайняли призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади з іноземної мови (англійська):2020-2021 н.р. «Іноземна мова (англійська)» II місце Максименюк В. О. (21 тм).; 2021-2022 н.р. «Іноземна мова (англійська)» II місце Мурзак С. О. (21 тм)</p> <p>Профайл викладача : https://langs.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/prepodavatelii-sotrudniki/bechko-yana-valeriivna.html</p>	
326733	Фротер Оксана Сергіївна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом бакалавра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2009, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництва, Диплом магістра, Уманський національний університет садівництва, рік закінчення: 2010, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 053094, виданий 20.06.2019, Атестат доцента АД 015833, виданий 26.06.2024</p>	6	Мікроекономіка	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Національний університет біоресурсів та природокористування України; «Розвиток інноваційних професійних компетентностей в педагогічній діяльності»; свідоцтво СС 00493706/017501-22 від 11.11.2022 р. 2. Міжнародне післядипломне (науково-педагогічне) стажування на тему: «Новітні та інноваційні методи викладання», (Польща) (22.05.2023-30.06.2023р.); сертифікат №3505/MSAP/2023 від 30.06.2023р. 3. Міжнародне стажування на тему: «Fescue Toxicosis and Management», (США) (07.09.2023-16.11.2023р.); сертифікат Б/Н від 16.11.2023р. 4. Міжнародне стажування для науково-педагогічних працівників «Дистанційна освіта. Курс для викладачів університетів» за проектом Еразмус+КА2 «Дистанційна освіта майбутнього: Передовий досвід ЄС у відповідь на запити сучасних здобувачів вищої освіти та ринку праці» (01.08.2024 - 21.08.2024); сертифікат № 101083143-DEF/565 від 21.08.2024

Відповідність пункту 37
Ліцензійних умов :
2,5.

Відповідність пункту
38 Ліцензійних умов
(1,4,8,14,19)
п. 1. 1. Мудрак Р.,
Лагодієнко В., Осіпова
А., Фротер О.,
Соколюк К. Концепція
продовольчої безпеки:
теорія і українська
практика. Financial
and credit activity
problems of theory and
practice. 2024. №
1(54). С. 452-470. URL:
<https://doi.org/10.5564/3/fcaptr.1.54.2024.4194>
(Scopus, Web of
Science)
2. Ревуцька А.О.,
Фротер О.С.,
Непечатенко З.В.
Стратегія циркулярної
економіки як
інструмент стабілізації
та сталого розвитку
агробізнесу України в
умовах
невизначеності.
Збірник наукових
праць Уманського
національного
університету
садівництва. 2024.
Випуск 105. Частина 2.
С. 211-219. URL:
<https://doi.org/10.3278/2/2415-8240-2024-105-2-211-219>
3. Осіпова А.А.,
Фротер О.С., Костюк
В.С., Сидоренко О.С.
Розвиток
підприємництва на
селі як пріоритет
соціальної політики
держави. Збірник
наукових праць
Уманського
національного
університету
садівництва. 2024.
Випуск 105. Частина 2.
С. 231-242. URL:
<https://doi.org/10.3278/2/2415-8240-2024-105-2-231-242>
4. Мазур Ю.П., Фротер
О.С., Длугоборська
Л.В., Пархоменко Л.А.
Використання
штучного інтелекту в
галузях економіки
(сільське
господарство,
промислове
виробництво,
переробка продукції).
Наука і техніка
сьогодні. (Серія
«Педагогіка», Серія
«Право», Серія
«Економіка», Серія
«Техніка», Серія
«Фізико-математичні
науки»): журнал.
2023. № 3(17). С. 566 -
575.

URL:[https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-3\(17\)-566-575](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-3(17)-566-575)
5. Прокопчук О.Т., Бондаренко Н.В., Улянич Ю.В., Фротер О.С., Анрусішина І.В. Особливості системи соціального захисту населення в Україні. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2023. Випуск 102. Частина 2. С. 131-145. URL: <https://journal.udau.edu.ua/assets/files/102/102.2/13.pdf>

6. Чернега І.І., Фротер О.С., Бондаренко Н.В., Бурляй О.Л., Бленда Н.О. Соціальне підприємництво та лідерство в процесі управління соціально-трудовими відносинами. Наука і техніка сьогодні. (Серія «Педагогіка», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Техніка», Серія «Фізико-математичні науки»): журнал. 2023. № 1(1). С. 72-84. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-1\(15\)-72-84](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-1(15)-72-84)

7. Viktor Koval, Halyna Kryshtal, Viktoriia Udovychenko, Olha Soloviova, Oksana Froter, Viktoriia Kokorina and Liudmyla Veretin. Review of mineral resource management in a circular economy infrastructure. Mining of Mineral Deposits. 2023. 17(2). Pp. 61-70. URL: <https://doi.org/10.33271/mining17.02.061> (Scopus, Web of Science)

8. Tanasiichuk A., Kovalchuk S., Nepochatenko O., Froter O., Kovtun E., Abdullaieva A. International Marketing Strategies for Sustainable Development of Enterprises. European Journal of Sustainable Development. 2023. 12(4). Pp. 513-532. URL: <https://doi.org/10.14207/ejsd.2023.v12n4p513> (Web of Science)

9. Костюк В.С., Ревуцька А.О., Пархоменко Л.А., Фротер О.С. Охорона здоров'я як пріоритет

соціального розвитку територіальних громад. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 9 (15). С. 45-58. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-9\(15\)-45-58](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-9(15)-45-58)

10. Стендер С.В., Фротер О.С., Снітко Ю.М. Цифрова інтеграція та кіберзахист економіки України: правові аспекти та інноваційні стратегії. Академічні візії. 2023. (26). URL: <https://academy-vision.org/index.php/article/view/799>

11. Пархоменко Л.А., Фротер О.С., Осіпова А.А. Сучасний розвиток економічної думки в Україні. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 35. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-38>

12. Пархоменко Л.А., Загороднюк О.В., Малюга Л.М., Фротер О.С. Удосконалення системи прийняття управлінських рішень щодо управління операційними витратами з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2022. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=10010>

13. Пархоменко Л. А., Малюга Л. М., Фротер О. С., Нижник І. О. Методи обліку та управління операційними витратами. Економіка та держава. 2022. № 1. С. 50–54. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=5099&i=8>

14. Пархоменко Л.А., Фротер О.С. Аграрні проблеми та розвиток фермерства в українській економічній думці. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 34. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-94>

15. Пархоменко Л. А., Малюга Л. М., Фротер О. С., Нижник І. О. Управління витратами як резерв для підвищення ефективності діяльності

підприємства.
Ефективна економіка.
2021. № 12. URL:
<https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.12.103>

16. Пархоменко Л.А., Фротер О.С., Осіпова А.А. Еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу в контексті розвитку економічної думки. Інфраструктура ринку. 2021. № 62. URL:
http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/62_2021/3.pdf

17. Осіпова А.А., Фротер О.С., Пархоменко Л.А. Кейнсіанство як економічна стратегія державного регулювання кризового періоду. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2020. №11. URL:
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-11-6447>

п 4. 1. Фротер О.С., Смолій Л.В. Робочий зошит для практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Мікроекономіка» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальностей 051 «Економіка», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля». Умань, УНУС. 2024. 80 с.

2. Фротер О.С. Методичні рекомендації для самостійної роботи та виконання контрольних робіт з дисципліни «Мікроекономіка» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти заочної форми навчання спеціальностей 051 «Економіка», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок», 075

«Маркетинг», 076
«Підприємництво та торгівля». Умань, УНУС. 2024. 57 с.

3. Фротер О.С. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Мікроекономіка» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 051 «Економіка», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля». URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=403>

4. Ревуцька А.О., Осіпова А.А., Смолій Л.В., Фротер О.С. Програма та методичні рекомендації для підготовки та захисту звіту про проходження виробничої практики для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Бізнес-економіка» спеціальності 051 Економіка галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки денної та заочної форми навчання. Умань, УНУС. 2024. 46 с.

5. Ревуцька А.О., Осіпова А.А., Смолій Л.В., Мудрак Р.П., Костюк В.С., Фротер О.С. Методичні вказівки з підготовки та написання кваліфікаційної роботи магістра ОПП «Бізнес-економіка» спеціальності 051 Економіка. Умань, УНУС. 2024. 64 с.

п. 8. 1. Відповідальний виконавець науково-дослідної роботи «Наукове обґрунтування підвищення економічної ефективності функціонування ПСП «ЗЕЛЕНЬКІВСЬКЕ» Звенигородського району Черкаської області» (договір № 18/23 від 19.06.2023 року).

						<p>2. Відповідальний виконавець науково-дослідної роботи «Наукове обґрунтування інвестиційного забезпечення діяльності ТОВ «ЕРГОН – ЕЛЕКТРИК ЛТД» м. Київ (договір №16/24 від 23.05.2024). п 14. Керівництво студентським науковим гуртком (з 2023 р.). п. 19. Член наукової громадської організації «Міжнародна фундація науковців та освітян» (посвідчення № ES1275). URL: https://www.iesfukr.org/members</p> <p>Профайл викладача : https://ket.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/froter-oksana-sergiivna.html</p>	
327349	Концеба Сергій Михайлович	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний інститут імені П.Г. Тичини, рік закінчення: 1995, спеціальність: 03.02.00 праця і фізика, Диплом спеціаліста, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2006, спеціальність: облік і аудит, Диплом спеціаліста, Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет", рік закінчення: 2017, спеціальність: 122 Комп'ютерні науки та інформаційні технології, Диплом кандидата наук ДК 066111, виданий 31.05.2011, Атестат доцента 12ДЦ 043867, виданий 29.09.2015</p>	25	Інформатика	<p>Підвищення кваліфікації: 1. Національний університет біоресурсів і природокористування України; «Формування професійних компетентностей для спеціальності 122 «Комп'ютерні науки» при вивченні дисципліни «Інтелектуальний аналіз даних»»; свідоцтво СС 00493706/017503-22 від 11.11.2022 р. 2. ТОВ «Академія цифрового розвитку»; курс «Цифрові інструменти Google для освіти»; сертифікат GDTfE-04-B-03197 від 13.11.2022. 3. ТОВ «АгріАналітика»; «Онлайн програма «Агрі: Бухгалтерія» як складова екосистеми сучасного малого та середнього бізнесу: новації для бізнесу, освіти та науки»; сертифікат 23-2-056 від 05.10.2023 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1,5.</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,3,4,9,10) п.1. 1. Kulakov, P. et al. (2024). Method for Counting Animals in</p>

Motion for the Milking Plant Information Systems. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies, vol 195. Springer, Cham. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-54012-7_16 (Scopus)

2. Кулаков, П., Кучерук, В., Нескородева, Т., Ліщук, Р., Концеба, С., Маньковська, В., & Кулакова, А. (2024). Інформаційна система для доїльної установки з молокопроводом на основі технології «INTERNET OF THINGS». Measuring and computing devices in technological processes, (2), 125–133. URL: <https://doi.org/10.31891/2219-9365-2024-78-15>

3. Родащук Г.Ю., Концеба С.М., Ліщук Р.І., Скуртол С.Д. Мережеве планування в управлінні IT-проектами. Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2023. Вип. 1. С.42 - 56.

4. Концеба С.М., Ліщук Р.І. Використання методів DATA MINING для прогнозування показників зовнішньоекономічної діяльності. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2022. Вип 4 (83). С.56-61.

5. Концеба С.М., Ліщук Р.І., Родащук Г.Ю., Скуртол С.Д., Васильченко І.П. Прогнозування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції за допомогою методів інтелектуального аналізу даних. Системні дослідження та інформаційні технології. К.: 2021. №1. С.16-22.

6. Kozhukhivska R., Sakovska O., Skurtol S., Kontseba S., Zhmudenko V. An analysis of use of Internet technologies

by the consumers of tourism industries in Ukraine. International Journal of Advanced Science and Technology. 2020. Vol. 29. № 6s. P. 1007-1013. URL: <http://sersec.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9097> (Scopus)

п. 3. 1. Системний аналіз: навчальний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 122 «Комп'ютерні науки» та іншими спеціальностями галузі 12 «Інформаційні технології». / Р.В. Бараненко, Є.В. Лепа, Р.І. Ліщук, С.М. Концеба, С.Д. Скуртол, В.Ю. Кучерук, П.І. Кулаков, Т.В. Нескородева, В.С. Маньковська, Ю.А. Цимбалюк / під заг. ред. к.т.н., доц. Бараненка Р.В. Умань: Уманський НУС, 2024. 152 с.

2. Методи штучного інтелекту. Статистичне і машинне навчання з вчителем (класифікація, апроксимація та прогнозування) / Нескородева Т.В., Федоров Є.Є., Ліщук Р.І., Кулаков П.І., Кучерук В.Ю., Концеба С.М. / під заг. ред. д.т.н., проф. Нескородевої Т.В. Умань: Уманський НУС, 2024. 146 с.

3. Мальований М.І., Концеба С.М., Ліщук Р.І. Інформаційні системи в малому бізнесі: навчально-методичний посібник. Умань: ВПЦ «Візаві». 2023. 110 с.

4. Ліщук Р.І., Концеба С.М., Скуртол С.Д., Родащук Г.Ю., Сольський О.С., Васильченко І.П., Миколайчук Я.Л., Попелнуха К.М. Штучний інтелект з Python: навчальний посібник. Умань: ВПЦ «Візаві», 2020. 240 с.

5. Миколайчук Я.Л., Сольський О.С., Гринчак О.В., Васильченко І.П., Мазур Ю.П., Попелнуха К.М., Ліщук Р.І., Концеба С.М., Скуртол С.Д.,

Родашук Г.Ю.
Комп'ютерні мережі:
навчальний посібник.
Умань: «Візаві», 2020.
160 с.

п. 4. 1. Концеба С.М.,
Мазур Ю. П., Ліщук
Р.І., Скуртол С.Д.
Інформатика:
методичні вказівки
для виконання
лабораторних робіт
студентами
факультету економіки
і підприємництва
(денної та заочної
форм навчання).
Умань: УНУС, 2024. 62
с.

2. Концеба С.М.,
Мазур Ю. П., Ліщук
Р.І., Скуртол С.Д.
Інформатика:
методичні вказівки
для виконання
самостійної роботи
студентами
факультету економіки
і підприємництва
(денної та заочної
форм навчання).
Умань: УНУС, 2024.
46 с.

3. Концеба С.М.,
Мазур Ю. П., Ліщук
Р.І., Скуртол С.Д.
Електронний
навчальний курс
дистанційного
вивчення навчальної
дисципліни
«Інформатика» для
студентів денної та
заочної форми
навчання
спеціальностей 051
«Економіка», 071
«Облік і
оподаткування», 072
«Фінанси, банківська
справа, страхування та
фондовий ринок», 075
«Маркетинг», 076
«Підприємництво та
торгівля». URL:
<https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=211>

п. 9. 1. Експерт
НАЗЯВО за
спеціальностями 122
«Комп'ютерні науки»,
126 «Інформаційні
системи та
технології».

п. 10. Проект
«Норвегія - Україна»,
UKR - 20/002
(NUPASS).
Професійна
перепідготовка
військовослужбовців,
ветеранів та членів їх
сімей в Україні за
спеціальністю
«Організація власного
бізнесу в садівництві
та овочівництві».
(наказ Уманського
НУС № 01-05/33 від
23.02.2021 р.).

						Профайл викладача : https://ekis.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/konceba-sergij-mihajlovich1.html	
160323	Семенда Дмитро Костянтинович	професор 0,5ст., Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	Диплом спеціаліста, Уманським ордена Трудового Червоного Прапора сільськогосподарським інститутом імені О.М. Горького, рік закінчення: 1973, спеціальність: агрономія, Диплом кандидата наук КН 002767, виданий 16.06.1993, Атестат доцента ДЦ 004573, виданий 18.04.2002, Атестат професора 12ПР 007240, виданий 10.11.2011	25	Економіка підприємства	<p>Підвищення кваліфікації: 1. Національний університет біоресурсів і природокористування ; «Науково-педагогічні працівники з інноваційної спрямованості педагогічної діяльності»; СС № 00493706/014695-21 від 08.10.2021 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 2,3,5.</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,2,3,4,8) п 1. 1. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг вражень: пошук оптимальної стратегії впливу на поведінку споживачів в умовах зміни ціннісних орієнтирів суспільства. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. №11. https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-04-01 2. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг інновацій на ринку молочної продукції: основні споживчі тенденції. Агросвіт. 2023. №3-4. С.49-55. 3. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Оцінка кон'юнктури та споживчих переваг на ринку сиру України. Агросвіт. 2022. №3. С.77-88. 4. Семенда Д.К., Семенда О.В. Роль держави у розвитку підприємства в Україні. Наукові інновації та передові технології. № 2(4). 2022. С. 230-239. 5. Семенда Д.К., Семенда О.Вс., Семенда О.В. Логістика та її роль в підвищенні економічної ефективності реалізації продукції рослинництва.</p>

Молодий вчений. №1. 2021. С.185-190.
6. Семенда Д.К., Семенда О.В. Перспективи запровадження моделі D2C електронної комерції в Україні. Інфраструктура ринку. №1 (51). 2021. С.208-212.
7. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Вплив мерчандайзингу на поведінку споживачів. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. №1(28). 2021. С.42-46.
8. Семенда Д.К., Семенда О.Вс., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна. Агросвіт. №1-2. 2021. С.56-64.
9. Семенда Д.К., Семенда О.Вс., Семенда О.В. Оцінка розвитку ринку продукції олійних культур. Молодий вчений. № 3 (79). 2020, С. 258-263.
10. Семенда Д.К., Семенда О.Вс., Семенда О.В. Сучасний стан та шляхи підвищення економічної ефективності виробництва зерна кукурудзи. Агросвіт. № 3. 2020. С.65-74
п 2. 1. свідоцтво № 99138 від 17.08.2020 р.; 2. свідоцтво № 99139 від 17.08.2020 р.; 3. свідоцтво № 99141 від 17.08.2020 р.; 4. свідоцтво № 99142 від 17.08.2020 р.; 5. свідоцтво № 99143 від 17.08.2020 р.; 6. свідоцтво №119824 від 16.06.2023 р.
п 3. 1. Економіка підприємства: навч. посібник / Нестерчук Ю.О., Соколюк С.Ю., Семенда Д.К., Бурляй О.Л., Коротєєв М.А., Жарун О.В., Непочатенко О.А. Умань: ВПЦ «Візаві», 2022. 278 с.
п 4. 1. Економіка підприємства: методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету економіки і підприємництва спеціальностей 075

						<p>«Маркетинг», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 071 «Облік і оподаткування», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» [уклад.: Д.К. Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 50с.</p> <p>2. Економіка підприємства: методичні вказівки для виконання практичних завдань здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету економіки і підприємництва спеціальностей 075 «Маркетинг», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 071 «Облік і оподаткування», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» [уклад.: Д.К. Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 50 с.</p> <p>3. Семенда Д.К. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Економіка підприємства» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг. URL: moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=505 п 8. Виконавець НДП «Економічне обґрунтування закладання яблуневого саду у ФГ «Краснопілка-КПВ». (договір 20/21 від 18.10.2021 р.)</p> <p>Профайл викладача : https://economics.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/semenda-dmitro-kostyantynovich.html</p>	
124306	Мудрак Руслан Петрович	професор, Основне місце роботи	Економіки і підприємства	Диплом спеціаліста, Уманською сільськогосподарською академією, рік закінчення: 1997, спеціальність: аграрний менеджмент, Диплом доктора наук ДД 002399, виданий 10.10.2013,	24	Макроекономіка	Підвищення кваліфікації: 1. Національний університет біоресурсів та природокористування України; «Науково-педагогічні працівники: розвиток інноваційних професійних компетентностей в педагогічній діяльності»; свідоцтво СС 00493706/017498-22 від 11.11.2022 р.

Диплом
кандидата наук
ДК 016139,
виданий
09.10.2002,
Атестат
доцента 02ДЦ
013560,
виданий
19.10.2006,
Атестат
професора
12ПР 010553,
виданий
28.04.2015

2. Національний
університет
біоресурсів та
природокористування
України;
«Комунікативні і
психологічні стратегії
реалізації
акмеологічного
потенціалу науково-
педагогічних
працівників»;
свідоцтво СС
00493706/022860-24
від 31.05.2024 р.

Відповідність пункту 37
Ліцензійних умов :
2,4,5.

Відповідність пункту
38 Ліцензійних умов
(1,4,6,7,8,9,10,14)
п.1. 1. Мудрак Р.П.
Диспропорційність
глобального
економічного
розвитку. Збірник
наукових праць
Уманського
національного
університету
садівництва. 2024.
Випуск 105. Частина 2.
С. 27-40.

2. Мудрак Р.П.,
Андрусяк Н.О. Ризики
соціальної сталості
аграрного
виробництва України.
Збірник наукових
праць Уманського
національного
університету
садівництва. 2024.
Випуск 104. Частина 2.
С. 116-131.

3. Мудрак Р.П.
Інвестиційне
забезпечення сталого
аграрного
виробництва України:
стан та ключові
ризики [Електронний
ресурс]. Ефективна
економіка. 2024. № 1.
URL:

<https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2856/2892>

4. Мудрак Р.П.
Розподіл української
зернової продукції
між внутрішнім та
зовнішнім ринком:
стан, причини та
наслідки. Економіка
харчової
промисловості. 2023.
Том 15. Випуск 3. С. 3-
12.

5. Мудрак Р.П., Грабек
Я.А. Глобальні
ланцюги вартості у
виробництві
продовольства та
місце України в них.
Збірник наукових
праць Уманського
національного
університету

садівництва. 2023. Випуск 103. Частина 2. С. 16-29.

6. Мудрак Р.П. ВВП України за категоріями кінцевого використання [Електронний ресурс]. Ефективна економіка. 2023. №2. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.1>

7. Mudrak R., Lagodienko V., Kordzaia, N. Industry Structure of Agri-Food Production and Consumer Food Price Index. Scientific Horizons. 2022. Tom 25. No7. P. 90-100.

8. Мудрак Р.П., Лагодієнко В.В., Демченко О.В. Проблеми реалізації концепції сталого розвитку в аграрному секторі економіки України. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 3. С. 204-2013.

9. Мудрак Р.П., Лагодієнко В.В., Демченко О.В. Економічна складова сталого розвитку сільського господарства України. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2022. Випуск 101. Частина 2. С. 141-152.

10. Мудрак Р.П. Вплив російсько-української війни на глобальне та внутрішнє продовольче забезпечення. Вісник Хмельницького національного університету. 2022. № 3. С. 294-298.

11. Мудрак Р.П. Макроекономічна нестабільність: інфляція. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 2. С. 10-17.

12. Мудрак Р.П. Економічна доступність продовольства в умовах російсько-української війни. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2022. Випуск 100. Частина 2. С. 43-55.

13. Nesterchuk Yu., Beshko P., Mudrak R., Sokoliuk S., Melnyk L.

State tools for the development of entrepreneurial activity in the agrarian sphere. Laplage em Revista (International). 2021. Vol.7. N. 3B. P.125-138.

14. Мудрак Р.П., Ревуцька А.О., Осіпова А.А., Пархоменко Л.А. Макроекономічна нестабільність: безробіття. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2021. Випуск 99. Частина 2. С. 103-115.

15. Нестерчук Ю.О., Мудрак Р.П., Мельник Л.Ю., Соколюк С.Ю., Власюк С.А. Вплив регуляторних механізмів підприємницької діяльності на бюджетно-податковий процес та сталий розвиток регіонів. Агросвіт. 2021. № 13-14. С. 3-10. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.13-14.3

16. Нестерчук Ю.О., Мудрак Р.П., Мельник Л.Ю., Чернега І.І., Власюк С.А. Теоретичні основи класифікації регуляторних механізмів розвитку підприємницької діяльності в аграрній сфері [Електронне видання]. Ефективна економіка. 2021. №7. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9041>

17. Скудларські Я., Бурляй А.П., Мудрак Р.П., Смертенюк І.І. Напрями інноваційного розвитку сільського господарства в контексті кліматичних змін. Облік і фінанси. 2021. № 2(92). С. 136-146.

18. Непочатенко О.О., Мудрак Р.П., Бечко П.К., Непочатенко О.А. Роль кредитного ринку в забезпеченні банківськими кредитами сільськогосподарських підприємств. Агросвіт. 2020. №23. С. 10-16.

19. Мудрак Р. П. Стан та перспективи розвитку підприємств харчової промисловості України. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том

5. № 3. С. 125-134.
20. Мудрак Р. П.,
Довгаль О. В.
Актуальні проблеми
глобальної економіки:
голод та недоїдання.
Український журнал
прикладної
економіки. 2020. Том
5. № 2. С. 311-319.
21. Мудрак Р. П.
Господарська
діяльність
підприємств
молокопереробної
галузі харчової
промисловості
України. Український
журнал прикладної
економіки. 2020. Том
5. № 1. С. 388-396.
22. Нестерчук Ю.О.,
Мудрак Р.П., Бечко
В.П., Непочатенко
О.А. Вплив кооперації
на розвиток ринку
кредитних ресурсів
для суб'єктів
господарювання
аграрної галузі.
Збірник наукових
праць Уманського
національного
університету
садівництва. 2020.
Випуск 97. Частина 2.
С. 263-275.
23. Мудрак Р. П.
Підвищення
конкурентоспроможн
ості
сільськогосподарських
товаровиробників і
розвиток кооперації.
Збірник наукових
праць Уманського
національного
університету
садівництва. 2020.
Випуск 97. Частина 2.
С. 184-196.
24. Мудрак Р. П.,
Довгаль О. В.
Актуальні проблеми
глобальної економіки:
зміни у світовому
виробництві в
постпандемічний
період. Збірник
наукових праць
Уманського
національного
університету
садівництва. 2020.
Випуск 96. Частина 2.
С. 116-131.
п. 4. 1. Мудрак Р.П.
Методичні вказівки
для підготовки до
практичних занять з
дисципліни
«Макроекономіка»
для студентів першого
рівня вищої освіти
факультету економіки
і підприємництва.
Умань: УНУС, 2024. 36
с.
2. Мудрак Р.П.
Методичні вказівки
для виконання

самостійної роботи з дисципліни «Макроекономіка» студентами денної і заочної форми навчання першого рівня вищої освіти факультету економіки і підприємництва. Умань: УНУС, 2024. 37 с.

з. Мудрак Р.П. Електронний курс дисципліни «Макроекономіка» на платформі дистанційного навчання Moodle. URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=86>

п. 6. Нижник І.О. «Захист продовольчих інтересів населення України в умовах глобалізації»; дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 051 Економіка (Наказ МОН України «Про присудження ступеня доктора філософії з галузей знань та за спеціальностями (за списком) № 157 від 09.02.2021р.).

п. 7. Офіційний опонент:
- дисертації Завгороднього А. В. «Зовнішньоекономічні і пріоритети сталого розвитку агропродовольчого виробництва Причорноморського регіону», поданої на здобуття наукового ступеня д.е.н. за спеціальністю 08.00.05. Захист відбувся 08.07.2020 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.088.05 в Одеській національній академії харчових технологій;

- дисертації Слюсареві Л. В. «Система управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств: теорія, методологія, практика», поданої на здобуття наукового ступеня д.е.н. за спеціальністю 08.00.04. Захист відбувся 16.12.2020р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.088.05 в Одеській національній академії харчових технологій;

- дисертації Колокольчикової І.В. «Розвиток ринку плодово-ягідної продукції півдня України», поданої на здобуття наукового ступеня д.е.н. за спеціальністю 08.00.03. Захист відбувся 27.01.2021р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 44.887.01 у Полтавській державній аграрній академії;

- дисертації Немченко Г.В. «Розвиток підприємств харчової промисловості в умовах реформування аграрного сектору економіки», поданої на здобуття PhD за спеціальністю 076. Захист відбувся 15.03.2021р. на засіданні спеціалізованої вченої ради ДФ 41.088.006 в Одеській національній академії харчових технологій;

- дисертації Вовчок С.В. «Системи управління конкурентним розвитком підприємств молокопереробної галузі: теорія, методологія, практика», поданої на здобуття наукового ступеня д.е.н. за спеціальністю 08.00.04. Захист відбувся 04.06.2021р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.088.05 в Одеській національній академії харчових технологій;

- дисертації Філатової О.М. «Інвестиційне забезпечення розвитку харчової промисловості в Україні», поданої на здобуття наукового ступеня к.е.н. за спеціальністю 08.00.03. Захист відбувся 29.09.2022р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.088.05 в Одеській національній академії харчових технологій;

- дисертації Ревкової А.В. «Організаційно-економічні засади продовольчого забезпечення населення України», поданої на здобуття PhD за спеціальністю 051 Економіка. Захист

відбувся 28.06.2024р.
на засіданні
спеціалізованої вченої
ради ДФ 05.854.021 у
Вінницькому
національному
аграрному
університеті.
п. 8. 1. Науковий
керівник наукової
теми «Соціально-
економічні пріоритети
розвитку національної
продовольчої системи
в умовах глобалізації»
(державний
реєстраційний номер
011Uo10418)
2. Член редакційної
колегії «Збірника
наукових праць
Уманського
національного
університету
садівництва»
(<http://journal.udau.edu.ua/ua/redakczjnakolegya.html>),
включеного до
переліку наукових
фахових видань
України.
3. Член редакційної
колегії «Економіка
харчової
промисловості»
(<https://fie.onaft.edu.ua/uk/site/editors>),
включеного до
переліку наукових
фахових видань
України.
п. 9. 1. Експерт
НАЗЯВО.
п. 10. 1. Учасник
Міжнародного
наукового проекту
Європейського Союзу
Еразмус+ КА2
«Multilevel Local,
Nation- and
Regionwide Education
and Training in Climate
Services, Climate
Change Adaptation and
Mitigation», 15.11.2020
– 14.11.2023
2. Учасник освітньої
програми з підтримки
аграрної освіти
«Corteva Grows», що
реалізується
Міжнародною
сільськогосподарською
науково-
дослідницькою
компанією Corteva
Agriscience в УНУС.
(<https://www.corteva.com.ua/news-and-events/corteva-started-an-educational-program-at-uman-university-of-horticulture.html>)
п. 14. Керівництво
студентом, який
зайняв призове місце
на I етапі
Всеукраїнського
конкурсу студентських

						<p>наукових робіт: Рудь К.С., 21-е група, 2021 р.</p> <p>Профайл викладача : https://ket.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/mudrak-ruslan-petrovich.html</p>
328919	Коваленко-Чукіна Ірина Григорівна	доцент, Основне місце роботи	Менеджменту	<p>Диплом спеціаліста, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, рік закінчення: 2006, спеціальність: 030301 Історія, Диплом кандидата наук ДК 057164, виданий 10.02.2010, Атестат доцента АД 004470, виданий 26.02.2020</p>	14	<p>Правознавство</p> <p>Підвищення кваліфікації: 1. Національний університет біоресурсів і природокористування України; «Науково-педагогічні працівники з інноваційної спрямованості педагогічної діяльності»; свідоцтво СС № 00493706/014718-21 від 08.10.2021 р. Стажування: 1. Польсько-українська фундація «Інститут Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці» (IASC, KRS: 0000647929), (Польща); «Академічна доброчесність»; сертифікат KW-240622/073 від 24.06.2022 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1, 5.</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,8,14,19) п 1. 1. Машковська Л. В., Коваленко-Чукіна І.Г. Правові аспекти нормативно-правової регламентації запобігання корупційним правопорушенням. Право і суспільство. 2024. № 4. С. 24-29. 2. Машковська Л. В., Коваленко-Чукіна І. Г. Сучасні дослідження проблем захисту трудових прав працівників. Інтернаука. Серія: «Юридичні науки». 2024. № 8. URL: https://doi.org/10.25313/2520-2308-2024-8-10186 3. Коваленко-Чукіна І.Г., Машковська Л. В. Захист прав орендаря земельної ділянки під час воєнного стану. Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції. 2023.</p>

№ 3. С. 28-32.

4. Kovalenko-Chukina I. Novak I., Movchaniuk A., Pitel N., Kucher L., Chukina I., (2023), Investment security of strategic management of Ukraine's agricultural sector development. Scientific Papers Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development", Vol. 23, Issue 1, P. 459-473.

5. Коваленко-Чукіна І.Г., Машковська Л. В. Правовий захист аграрного сектору в умовах військового стану. Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції. Дніпро. 2023. № 6. С. 71-74.

6. Коваленко-Чукіна І.Г. Машковська Л. В. Генезис поглядів на навколишнє середовище і його захист в міжнародних документах. Право і суспільство. Дніпро. 2022 № 2 С. 242-247.

7. Машковська Л. В., Коваленко-Чукіна І.Г. Правове забезпечення розвитку суспільних відносин у сфері праці. Інтернаука. Серія: «Юридичні науки». К. 2021. № 2(36). С. 69-74.

8. Коваленко-Чукіна І.Г. Молодь її права та обов'язки в сучасній Україні. Зб. наук. праць «Гуманітарний вісник». Вип.20. Черкаси: ЧДТУ. Вип.20. 2020. С.185-187.

9. Коваленко-Чукіна І.Г., Машковська Л.В. Правова охорона навколишнього природного середовища в сільському господарстві. Юридичний науковий електронний журнал. 2020. № 6. С. 91-95.

10. Коваленко-Чукіна І.Г., Машковська Л.В. Юридична відповідальність некомерційних суб'єктів господарювання як різновид соціальної відповідальності. Порівняльно-аналітичне право. 2020. № 1. С.129-133.

п 4. 1. Коваленко-Чукіна І.Г. Правознавство : методичні

						<p>рекомендації для самостійної роботи студентів факультету економіки і підприємництва спеціальності 075 «Маркетинг». Умань: УНУС, 2023. 21 с.</p> <p>2. Коваленко-Чукіна І. Г. Правознавство: методичні вказівки до підготовки і проведення семінарських занять для студентів факультету економіки і підприємництва спеціальності 075 Маркетинг. Умань: УНУС, 2023. 40 с.</p> <p>3. Коваленко-Чукіна І. Г. Методичний посібник-практикум з курсу «Правознавство» для студентів заочної форми навчання факультету економіки і підприємництва спеціальності 075 Маркетинг. Умань: УНУС, 2023. 26 с.</p> <p>4. Коваленко-Чукіна І. Г. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Правознавство» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету економіки і підприємництва. URL: https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=809</p> <p>п 8. Виконання наукового проекту за господарчою тематикою «Розробка рекомендацій з проведення семінарів, тренінгів, курсів для ФОП Рябошапка Михайла Олександровича»; договір № 18/21 від 09.09.2021.</p> <p>п 14. Керівник студентського наукового гуртка з права.</p> <p>п 19. Член Громадської наукової організації «Міжнародний центр з розвитку науки і технологій».</p> <p>Профайл викладача : https://social.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/kovalenko-chukina-irina-grigorivna.html</p>	
122809	Ратушна Ольга	старший викладач,	Економіки і підприємств	Диплом бакалавра,	16	Економетрика	Підвищення кваліфікації:

	Павлівна	Основне місце роботи	а	<p>Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2005, спеціальність: 0501 Економіка і підприємств о, Диплом магістра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2006, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 016873, виданий 10.10.2013</p>		<p>1. Вища школа безпеки та економіки м. Пловдив Болгарія; «Сучасні методи навчання та інноваційні технології у вищій освіті: європейський досвід та світові тенденції»; сертифікат № В/HSSE/073-2024 від 30.11.2024 р.</p> <p>2. ННЦ Інститут аграрної економіки м. Київ Україна; «Сталий розвиток аграрного сектору економіки та сільських територій: виклик сьогодення»; свідоцтво № 150523103 від 19.05.2023 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 2, 5.</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,3,4,19) п.1. Ратушна О.П., Матрос О.М., Черняк М.В. Застосування економетричних моделей при економіко-статистичному аналізі розрахунків з контрагентами. Економічний простір. 2025. № 197. URL: https://economic-prostir.com.ua/potochnyy-nomer/ 2. Ратушна О.П., Матрос О.М., Михайловина С.О. Крочак О.І. Необхідність удосконалення обліку кредитних операцій банку як інформаційного джерела економетричних досліджень. Ефективна економіка. 2024. № 5. URL: https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/3778. 3. Матрос О. М., Михайловина С. О., Ратушна О.П., Поліщук О.М. Ефективний облік у ФОП: стратегії та перспективи в умовах сучасного бізнес-середовища. Бізнес Інформ. 2024. №4. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2024-4_0-pages-163_170.pdf 4. Михайловина С. О., Матрос О. М., Поліщук О. М., Ратушна О. П. Облікові аспекти</p>
--	----------	----------------------	---	---	--	---

розрахунку та оподаткування відпускних. Інтернаука. Серія: «Економічні науки». 2024. №4. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/economic2024/4/9849>

5. Мельник Л.Ю., Матрос О.М., Ратушна О.П. Цифровізація в процесі адміністрування податків в Україні // Ефективна економіка. 2023. № 1. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/932>

6. Матрос О. М., Михайловина С. О., Ратушна О. П. Бізнес-термінологія соціальних медіа в контексті об'єктів бухгалтерського обліку. Бізнес Інформ. 2023. №5. С. 153-158. URL: https://business-inform.net/article/?year=2023&abstract=2023_5_0_153_158

7. Мельник Л.Ю., Матрос О.М., Крочак О.І., Ратушна О.П. Законодавче регулювання оподаткування діяльності суб'єктів ІТ-сфери і сфери цифрових комунікацій та його облікове відображення в Україні // Облік і фінанси. 2022. № 3(97). С. 62-68. URL: <https://afj.org.ua/pdf/928-zakonodavche-regulyvannya-opodatkuvannya-diyalnosti-sub-ektiv-it-sferi-i-sferi-cifrovih-komunikacij-ta-yogo-oblikove-vidobrazhennya-v-ukraini.pdf>

п 3. Облік і звітність сільськогосподарських підприємств: навч. посіб. / Аніщенко Г.Ю., Андрусяк В.М., Іванова Н.А., Крочак О.І., Кучеренко Т.Є., Матрос О.М., Михайловина С.О., Мельник Л.Ю. Оляднічук Н.В., Поліщук О.М., Підлубна О.Д., Ратушна О.П., Станкевич В.Ф. / За ред. Т.Є. Кучеренко, Л.Ю. Мельник, В.Ф. Станкевич.. Умань: Видавець "Сочинський М.М.", 2024. 564 с.

п 4. 1. Ратушна О.П., Поліщук О.М., Матрос

						<p>О.М. Методичні рекомендації для виконання лабораторних робіт з дисципліни «Економетрика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Умань: УНУС, 2024. 60 с.</p> <p>2. Ратушна О.П., Поліщук О.М., Матрос О.М. Методичні рекомендації для виконання самостійної та індивідуальної роботи з дисципліни «Економетрика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Умань: УНУС, 2024. 41 с.</p> <p>3. Ратушна О.П., Поліщук О.М., Матрос О.М. Методичні рекомендації для виконання контрольної роботи з дисципліни «Економетрика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти заочної форми навчання. Умань: УНУС, 2024. 37 с.</p> <p>4. Ратушна О.П. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Економетрика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг. URL: https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1287</p> <p>п. 19. Член громадської організації «Федерації бухгалтерів, аудиторів і фінансистів АПК України» (довідка № 05/09 від 19.09.2024 р.)</p> <p>Профайл викладача : https://oblik.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/profesorosko-vikladackij-sklad/ratushna-olga-pavlivna.html</p>	
327349	Концеба Сергій Михайлович	доцент, Основне місце роботи	Економіки і підприємництва	Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний інститут імені П.Г. Тичини, рік закінчення: 1995, спеціальність:	25	Оптимізаційні методи і моделі	Підвищення кваліфікації: 1. Національний університет біоресурсів і природокористування України; «Формування професійних компетентностей для

03.02.00 праця і фізика,
Диплом спеціаліста,
Уманський державний аграрний університет,
рік закінчення: 2006,
спеціальність: облік і аудит,
Диплом спеціаліста,
Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет",
рік закінчення: 2017,
спеціальність: 122
Комп'ютерні науки та інформаційні технології,
Диплом кандидата наук ДК 066111, виданий 31.05.2011, Атестат доцента 12ДЦ 043867, виданий 29.09.2015

спеціальності 122 «Комп'ютерні науки» при вивченні дисципліни «Інтелектуальний аналіз даних»;
свідоцтво СС 00493706/017503-22 від 11.11.2022 р.
2. ТОВ «Академія цифрового розвитку»; курс «Цифрові інструменти Google для освіти»; сертифікат GDTfE-04-B-03197 від 13.11.2022.
3. ТОВ «АгріАналітика»; «Онлайн програма «Agri: Бухгалтерія» як складова екосистеми сучасного малого та середнього бізнесу: новації для бізнесу, освіти та науки»; сертифікат 23-2-056 від 05.10.2023 р.

Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1,5.

Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,3,4,9,10)
п.1. 1. Kulakov, P. et al. (2024). Method for Counting Animals in Motion for the Milking Plant Information Systems. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies, vol 195. Springer, Cham. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-54012-7_16 (Scopus)
2. Кулаков, П., Кучерук, В., Нескородева, Т., Ліщук, Р., Концеба, С., Маньковська, В., & Кулакова, А. (2024). Інформаційна система для доїльної установки з молокопроводом на основі технології «INTERNET OF THINGS». Measuring and computing devices in technological processes, (2), 125–133. URL: <https://doi.org/10.31891/2219-9365-2024-78-15>
3. Родащук Г.Ю., Концеба С.М., Ліщук Р.І., Скуртол С.Д. Мережеве планування в управлінні ІТ-проектами. Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні

науки. Херсон :
Видавничий дім
«Гельветика», 2023.
Вип. 1. С.42 - 56.

4. Концеба С.М.,
Ліщук Р.І.
Використання методів
DATA MINING для
прогнозування
показників
зовнішньоекономічної
діяльності. Вісник
Херсонського
національного
технічного
університету. 2022.
Вип 4 (83). С.56-61.

5. Концеба С.М.,
Ліщук Р.І., Родащук
Г.Ю., Скуртол С.Д.,
Васильченко І.П.
Прогнозування
обсягів виробництва
сільськогосподарської
продукції за
допомогою методів
інтелектуального
аналізу даних.
Системні дослідження
та інформаційні
технології. К.: 2021.
№1. С.16-22.

6. Kozhukhivska R.,
Sakovska O., Skurtol S.,
Kontseba S.,
Zhmedenko V. An
analysis of use of
Internet technologies
by the consumers of
tourism industries in
Ukraine. International
Journal of Advanced
Science and
Technology. 2020. Vol.
29. № 6s. P. 1007-1013.
URL:<http://sersec.org/journals/index.php/IJAST/article/view/9097>
(Scopus)

п. 3. 1. Системний
аналіз: навчальний
посібник для
здобувачів першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти, які
навчаються за
спеціальністю 122
«Комп'ютерні науки»
та іншими
спеціальностями
галузі 12
«Інформаційні
технології». / Р.В.
Бараненко, Є.В. Лєпа,
Р.І. Ліщук, С.М.
Концеба, С.Д.
Скуртол, В.Ю.
Кучерук, П.І. Кулаков,
Т.В. Нескорородева, В.С.
Маньковська, Ю.А.
Цимбалюк / під заг.
ред. к.т.н., доц.
Бараненка Р.В. Умань:
Уманський НУС, 2024.
152 с.

2. Методи штучного
інтелекту.
Статистичне і
машинне навчання з
вчителем
(класифікація,

апроксимація та прогнозування) / Нескородева Т.В., Федоров Є.Є., Ліщук Р.І., Кулаков П.І., Кучерук В.Ю., Концеба С.М./ під заг. ред. д.т.н., проф. Нескородевої Т.В. Умань: Уманський НУС, 2024. 146 с.

3. Мальований М.І., Концеба С.М., Ліщук Р.І. Інформаційні системи в малому бізнесі: навчально-методичний посібник. Умань: ВПЦ «Візаві». 2023. 110 с.

4. Ліщук Р.І., Концеба С.М., Скуртол С.Д., Родашук Г.Ю., Сольський О.С., Васильченко І.П., Миколайчук Я.Л., Попелнуха К.М. Штучний інтелект з Python: навчальний посібник. Умань: ВПЦ «Візаві», 2020. 240 с.

5. Миколайчук Я.Л., Сольський О.С., Гринчак О.В., Васильченко І.П., Мазур Ю.П., Попелнуха К.М., Ліщук Р.І., Концеба С.М., Скуртол С.Д., Родашук Г.Ю. Комп'ютерні мережі: навчальний посібник. Умань: «Візаві», 2020. 160 с.

п. 4. 1. Концеба С.М., Ліщук Р.І., Скуртол С.Д. Оптимізаційні методи і моделі: методичні вказівки та завдання для виконання лабораторних робіт студентами денної форми навчання ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг». Умань: УНУС, 2023. 95 с.

2. Концеба С.М., Ліщук Р.І., Скуртол С.Д. Оптимізаційні методи і моделі: методичні вказівки та завдання для виконання самостійної роботи студентами денної форми навчання ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг». Умань: УНУС, 2023. 52 с.

3. Концеба С.М. Електронний навчальний курс дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Оптимізаційні методи і моделі» для студентів денної та заочної форми

						<p>навчання спеціальностей 051 «Економіка», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля». URL: https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=774</p> <p>п. 9. 1. Експерт НАЗЯВО за спеціальностями 122 «Комп'ютерні науки», 126 «Інформаційні системи та технології».</p> <p>п. 10. Проект «Норвегія - Україна», UKR - 20/002 (NUPASS). Професійна перепідготовка військовослужбовців, ветеранів та членів їх сімей в Україні за спеціальністю «Організація власного бізнесу в садівництві та овочівництві». (наказ Уманського НУС № 01-05/33 від 23.02.2021 р.).</p> <p>Профайл викладача : https://ekis.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/koncebaser-gij-mihajlovich1.html</p>	
117160	Семенда Ольга Володимирівна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом бакалавра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2008, спеціальність: 0501 Економіка і підприємств о, Диплом спеціаліста, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2009, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 032487, виданий 15.12.2015, Атестат доцента АД 007583, виданий 15.04.2021</p>	8	Основи комерційної діяльності	<p>Підвищення кваліфікації: 1. Міжнародне підвищення кваліфікації «Міжнародний досвід використання штучного інтелекту в освітньому процесі (частина II)» м. Люблін (Республіка Польща). 02 липня по 11 липня 2024 року. Сертифікат ESN№20418 11.07.2024 2. Підвищення кваліфікації «Сталий розвиток аграрного сектору економіки та сільських територій: виклики сьогодення». м.Київ. Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», травень 2023 року; свідоцтво № 150523109. 3. ISMA University of Applied Sciences (Рига, Латвія); «Теорія та практика науково-педагогічних підходів в освіті»; сертифікат № 1-22/04-22 (13 грудня 2021р. – 13 січня 2022 р.).</p>

4. Міжнародний університет бізнесу і права. Центр українсько-європейського наукового співробітництва; Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації з економічних наук «НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ ТА НАУКИ: ІННОВАЦІЇ, ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ, ІНТЕГРАЦІЯ – ІДІ»; сертифікат № ADV-151136-ЕСО від 26.12.2021 р.
5. Цикл тренінгів LIFECELL DIDGITAL ACADEMY, сертифікат № 203 від 16.12.2021 р.

Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 2,5

Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,2,3,4,8,14,19)
п 1. 1. Semenda, O., Sokolova, Y., Korovina, O., Bratko, O., & Polishchuk, I. (2024). Using Social Media Analysis to Improve E-commerce Marketing Strategies. *International Review of Management and Marketing*, 14(4), 61–71. URL : <https://doi.org/10.32479/irmm.16196> (Scopus)
2. Семенда О.В. Вплив цифрових технологій на трансформацію операційних процесів та взаємодію зі споживачами в роздрібній торгівлі. *International scientific journal «Grail of Science»*. 2024. №45. С.168-174. DOI 10.36074/grail-of-science.01.11.2024.018
3. Семенда О.В. Перспективи розвитку підприємницької діяльності у підсистемах логістики. *Підприємництво та інновації*. 2022. №24. С.108-112. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/24.18>
4. Корман І.І., Семенда О.В., Гаєнко В.І. Формування попиту та стимулювання збуту на вітчизняному ринку рибної продукції.

Підприємництво та інновації. 2021. №19. С.19-26. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/19.3>

5. Семенда Д.К., Семенда О.В. Перспективи запровадження моделі D2C електронної комерції в Україні. Інфраструктура ринку. 2021. №1(51). С.208-212. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct51-33>

6. Semenda, O., Shevchenko, V., Purhani, S., Kharit, O., & Krasnostanova, N. (2023). Adaptation of Logistics Companies to Functioning under the Restrictions Imposed by Military Operations. WSEAS Transactions on Environment and Development, vol. 19, P.558-570. DOI: [10.37394/232015.2023.19.54](https://doi.org/10.37394/232015.2023.19.54) (Scopus)

7. Євсейцева, О., Люльчак, З., Семенда, О., Ярвіс, М., & Пономаренко, І. (2022). Digital-маркетинг як сучасний інструмент просування товарів та послуг у соціальних мережах. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики, 1(42), 361-370. URL : <https://doi.org/10.18371/fcaptr.1.42.2022.3723> (Web of Science/ Scopus)

8. Семенда О.В., Корман І.І. Аналіз українського ринку овочів в умовах війни. International Science Journal of Management, Economics & Finance. 2024. Vol.3. No.1. pp.72-80. doi: [10.46299/j.isjmef.20240301.07](https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240301.07)

9. Семенда О. Застосування інтегрованої омніканальної стратегії залучення цільової аудиторії у фармацевтичному маркетингу. Економіка та суспільство. 2024. №60. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-114>

10. Корман І.І., Семенда О.В., Макушок О.В. Маркетингове дослідження

українського ринку страхових послуг. Київський економічний науковий журнал. 2024. №4. С.119-126. DOI 10.32782/2786-765X/2024-4-17

11. Семенда О.В., Корман І.І. Модель впливу контент-маркетингу на інноваційний потенціал бізнесу. Підприємництво та інновації. 2024. №30. С.66-71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/30.10>

12. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг вражень: пошук оптимальної стратегії впливу на поведінку споживачів в умовах зміни ціннісних орієнтирів суспільства. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. №11. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-04-01>

13. Семенда О.В. Аналіз впливу контент-маркетингу на свідомість покоління Z. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Том 7. № 3. С.156-164. DOI: 10.15276/mdt.7.3.2023.11.

14. Громик О., Семенда О. Споживання м'яса в Україні: реалії та проблеми розвитку. Комунальне господарство міст. 2023. №5(179). С.20–26. <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2023-5-179-20-26>

15. Zrybnieva I., Larina K., Semenda O. Sustainable entrepreneurship: analysis of digital marketing trends in the regional and global dimension. Futurity Economics&Law. 2023. №3(2). P.150-170. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.06.25.10>

16. Корман І.І., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна в умовах війни. «Вчені записки». Збірник наукових праць КНЕУ. 2023. №31(2). С.107-118. DOI

10.33111/vz_kneu.31.22.02.10.068.074
17. Семенда О.В. Описове дослідження в маркетингу як основа наукових досліджень. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023. №8. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01>

18. Семенда О.В. Концепція обслуговування споживачів логістичної галузі: переваги, проблеми та способи вирішення. Економічні горизонти. 2023. №1(23). С.26-34. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.270796](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.270796)

19. Sanakuiiev M., Mykhalchenko H., Semenda O., & Vdovichena O. Information marketing: the essence, characteristics, and trends of development. Futurity Economics&Law. 2023. №3(1). P.16–27. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.03.25.02>

20. Семенда Д.К., Семенда О.В. Впровадження цифрового маркетингу на підприємствах агропромислового комплексу України. Globalization of scientific knowledge: international cooperation and integration of sciences. 2023. 599с. С.54-59. DOI 10.36074/grail-of-science.17.03.2023.006

21. Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. Ефективна економіка. 2023. №2. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22>

22. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг інновацій на ринку молочної продукції: основні споживчі тенденції. Агросвіт. 2023. №3-4. С.49-55. DOI: 10.32702/2306-6792.2023.3-4.49

23. Пенькова О.Г.,

Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. №9-10. С.16–23. DOI: 10.32702/2306-6814.2022.9-10.16

24. Корман І.І., Лементовська В.А., Семенда О.В. Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. Економіка та держава. 2022. №4. С.62–68. DOI: 10.32702/2306-6806.2022.4.62

25. Пенькова О.Г., Семенда О.В. Теоретичні основи проведення наукових досліджень здобувачами вищих навчальних закладів: огляд літератури як методологія дослідження. Наукові інновації та передові технології. 2022. №4(6). С.164-176. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4\(6\)-164-176](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4(6)-164-176)

26. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Оцінка кон'юнктури та споживчих переваг на ринку сиру України. Агросвіт. 2022. №3. С.77–88. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.3.77

27. Семенда О.В., Корман І.І. Методика проведення маркетингових досліджень поведінки споживачів у віртуальному середовищі. «Věda a perspektivy». 2022. №1(8). С.60-71. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71)

28. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Теоретичні підходи до формування наукових гіпотез в маркетингу. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2021. №8. С.42-48. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.8.6>

29. Корман І.І., Семенда О.В., Осадчук Н.В. Маркетингове дослідження каналів розподілу. Економіка та суспільство. 2021. №29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29->

29
30. Семенда Д.К.,
Семенда О.Вс.,
Семенда О.В.
Логістика та її роль в
підвищенні
економічної
ефективності
реалізації продукції
рослинництва.
Молодий вчений.
2021. №1. С.185-190.
DOI:
<https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-1-89-38>

31. Семенда О.В.,
Вдовічена О.Г., Кохан
М.О. Маркетингові
інновації в умовах
глобальної кризи
викликаною
пандемією
коронавірусу. Наукові
перспективи. 2021.
№1(7) С.356-369. DOI:
[https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1\(7\)-356-369](https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1(7)-356-369)

32. Семенда Д.К.,
Семенда О.Вс.,
Семенда О.В.
Маркетингові
дослідження
кон'юнктури ринку
зерна. Агросвіт. 2021.
№1-2. С.56-64. DOI:
[10.32702/2306-6792.2021.1-2.56](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.1-2.56)

33. Penkova, O.,
Lementovska, V.,
Sokovnina, D., Korman,
I., & Semenda, O.
(2021). Developing a
marketing strategy to
improve the market
activities of agricultural
and processing
enterprises, using the
policy of "Goodvalley"
as an example.
Scientific Horizons,
24(11), 92-100. DOI:
[10.48077/scihor.24\(11\).2021.92-100](https://doi.org/10.48077/scihor.24(11).2021.92-100) (Scopus)

34. Semenda, O.,
Hurzhyi, N., Turchak,
I., Hatska, L., Buryk, Z.
(2021). Market of
organic products in the
EU: an assessment of
manufacturing
segments and
consumers. Ad Alta.
Journal of
Interdisciplinary
Research. P.47-52. DOI:
<https://doi.org/10.33543/11022>. (Web of
Science)

35. Padalka, A.M.,
Gribincea, A., Lesik,
I.M., Semenda, O.V., &
Barabash, O.O. (2021).
Consumer protection
when purchasing goods
on the Internet. Journal
of the National
Academy of Legal
Sciences of Ukraine,
28(2), P.189-197. DOI:

10.37635/jnalsu.28(2).2
021.189-197 (Scopus)
36. Trachuk, T.,
Vdovichena, O.,
Andriushchenko, M.,
Semenda, O.,
Pashkevych, M. (2021).
Branding and
Advertising on Social
Networks: Current
Trends. IJCSNS
International Journal of
Computer Science and
Network Security,
vol.21, No.4, P.178-185.
<https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.4.22>.
(Web of Science)
п 2. 1. свідоцтво №
99138 від 17.08.2020
р.; 2. свідоцтво №
99139 від 17.08.2020
р.; 3. свідоцтво №
99141 від 17.08.2020
р.; 4. свідоцтво №
99142 від 17.08.2020
р.; 5. свідоцтво №
99143 від 17.08.2020
р.; 6. свідоцтво
№118670 від
02.05.2023 р.; 7.
свідоцтво №119824 від
16.06.2023 р.; 8.
свідоцтво №122304
від 25.12.2023 р.; 9.
свідоцтво №122303
від 25.12.2023 р.; 10.
свідоцтво №122354
від 26.12.2023 р.
п 3. Маркетинг в
підприємницькій
діяльності та
управління продажем
логістичних послуг:
підручник / С.Л.
Лигвиненко, О.С.
Трегубов, В.С.
Войцеховський, О.В.
Семенда, Ю.М.
Попова, Т.В.
Кайдакова. К.:
Видавничий дім
«Кондор, 2021. 280 с.
п 4. 1. Основи
комерційної
діяльності: методичні
вказівки для
підготовки до
практичних занять
здобувачів першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти ОП
«Маркетинг» денної
та заочної форми
навчання. [уклад.:
О.В. Семенда]. Умань:
УНУС. 2023. 71с.
2. Основи наукових
досліджень та
академічна
добросесність:
методичні вказівки
для підготовки до
практичних занять
здобувачів першого
(бакалаврського)
рівня вищої освіти ОП
«Маркетинг» денної
та заочної форми
навчання. [уклад.:
О.В. Семенда]. Умань:

УНУС. 2024. 49 с.
3. Поведінка споживачів: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» перший (бакалаврський) рівень денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС, 2024. 55 с.

4. Логістика: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 121с.

5. Маркетинг в соціальних мережах: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 56 с.

п 8. 1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «ЕнергоСервіс ДСК» м. Умань Черкаської області (2023 рік)

2. Член редколегії наукового журналу «Актуальні питання економічних наук» (ISSN 3041-2129 online), Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика

п 14. Призери I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг» : 2023 р. – Зіновкін Б.К. (21 м-ма група) – диплом 2-го ступеня.

п 19. 1. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 597 від 02.06.2021 р.)

2. Членство в ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян» IESF» №ES1234 2023р.

Профайл викладача : <https://marketing.udau>

							.edu.ua/ua/prokafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/semenda-olga-volodimirivna.html
117160	Семенда Ольга Володимирівна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	Диплом бакалавра, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2008, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництва, Диплом спеціаліста, Уманський державний аграрний університет, рік закінчення: 2009, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом кандидата наук ДК 032487, виданий 15.12.2015, Атестат доцента АД 007583, виданий 15.04.2021	8	Поведінка споживачів	<p>Підвищення кваліфікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> Міжнародне підвищення кваліфікації «Міжнародний досвід використання штучного інтелекту в освітньому процесі (частина II)» м. Люблін (Республіка Польща). 02 липня по 11 липня 2024 року. Сертифікат ESN^o20418 11.07.2024 Підвищення кваліфікації «Сталий розвиток аграрного сектору економіки та сільських територій: виклики сьогодення». м.Київ. Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», травень 2023 року; свідоцтво № 150523109. ISMA University of Applied Sciences (Рига, Латвія); «Теорія та практика науково-педагогічних підходів в освіті»; сертифікат № 1-22/04-22 (13 грудня 2021р. – 13 січня 2022 р.). Міжнародний університет бізнесу і права. Центр українсько-європейського наукового співробітництва; Всеукраїнське науково-педагогічне підвищення кваліфікації з економічних наук «НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ ТА НАУКИ: ІННОВАЦІЇ, ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ, ІНТЕГРАЦІЯ – ІДІ»; сертифікат № ADV-151136-ECO від 26.12.2021 р. Цикл тренінгів LIFECELL DIDGITAL ACADEMY, сертифікат № 203 від 16.12.2021 р. <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 2,5</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,2,3,4,8,14,19) п 1. 1. Семенда О.В. Вплив цифрових технологій на трансформацію</p>

операційних процесів та взаємодію зі споживачами в роздрібній торгівлі. International scientific journal «Grail of Science». 2024. №45. С.168-174. DOI 10.36074/grail-of-science.01.11.2024.018

2. Семенда О. Застосування інтегрованої омніканальної стратегії залучення цільової аудиторії у фармацевтичному маркетингу. Економіка та суспільство. 2024. №60. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-114>

3. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг вражень: пошук оптимальної стратегії впливу на поведінку споживачів в умовах зміни ціннісних орієнтирів суспільства. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. №11. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-04-01>

4. Семенда О.В. Аналіз впливу контент-маркетингу на свідомість покоління Z. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Том 7. № 3. С.156-164. DOI: 10.15276/mdt.7.3.2023.11.

5. Громик О., Семенда О. Споживання м'яса в Україні: реалії та проблеми розвитку. Комунальне господарство міст. 2023. №5(179). С.20–26. <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2023-5-179-20-26>

6. Семенда Д.К., Корман І.І., Семенда О.В. Оцінка кон'юнктури та споживчих переваг на ринку сиру України. Агросвіт. 2022. №3. С.77–88. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.3.77

7. Семенда О.В. Корман І.І. Методика проведення маркетингових досліджень поведінки споживачів у віртуальному середовищі. «Věda a perspektivy». 2022.

№1(8). C.60-71. DOI:
[https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1\(8\)-60-71](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-1(8)-60-71)

8. Semenda, O., Sokolova, Y., Korovina, O., Bratko, O., & Polishchuk, I. (2024). Using Social Media Analysis to Improve E-commerce Marketing Strategies. *International Review of Management and Marketing*, 14(4), 61–71. URL : <https://doi.org/10.32479/irmm.16196> (Scopus)

9. Semenda, O., Shevchenko, V., Purhani, S., Kharit, O., & Krasnostanova, N. (2023). Adaptation of Logistics Companies to Functioning under the Restrictions Imposed by Military Operations. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, vol. 19, P.558-570. DOI: [10.37394/232015.2023.19.54](https://doi.org/10.37394/232015.2023.19.54) (Scopus)

10. Євсейцева, О., Люльчак, З., Семенда, О., Ярвіс, М., & Пономаренко, І. (2022). Digital-маркетинг як сучасний інструмент просування товарів та послуг у соціальних мережах. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*, 1(42), 361-370. URL : <https://doi.org/10.18371/fcaptr.1.42.2022.3723> (Web of Science/ Scopus)

11. Семенда О.В., Корман І.І. Аналіз українського ринку овочів в умовах війни. *International Science Journal of of Management, Economics & Finance*. 2024. Vol.3. No.1. pp.72-80. doi: [10.46299/j.isjmef.20240301.07](https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240301.07)

12. Корман І.І., Семенда О.В., Макушок О.В. Маркетингове дослідження українського ринку страхових послуг. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. №4. С.119-126. DOI [10.32782/2786-765X/2024-4-17](https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-4-17)

13. Семенда О.В., Корман І.І. Модель впливу контент-маркетингу на інноваційний

потенціал бізнесу.
Підприємництво та інновації. 2024. №30. С.66-71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/30.1014>. Zrybnieva I., Larina K., Semenda O.

Sustainable entrepreneurship: analysis of digital marketing trends in the regional and global dimension. *Futurity Economics&Law*. 2023. №3(2). P.150-170. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.06.25.1015>. Корман І.І., Семенда О.В.

Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна в умовах війни. «Вчені записки». Збірник наукових праць КНЕУ. 2023. №31(2). С.107-118. DOI: [10.33111/vz_kneu.31.22.02.10.068.074](https://doi.org/10.33111/vz_kneu.31.22.02.10.068.074)

16. Семенда О.В. Описове дослідження в маркетингу як основа наукових досліджень. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023. №8. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-01>

17. Семенда О.В. Концепція обслуговування споживачів логістичної галузі: переваги, проблеми та способи вирішення. *Економічні горизонти*. 2023. №1(23). С.26-34. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.270796](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.270796)

18. Sanakuiev M., Mykhalchenko H., Semenda O., & Vdovichena O. Information marketing: the essence, characteristics, and trends of development. *Futurity Economics&Law*. 2023. №3(1). P.16-27. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.03.25.0219>. Семенда Д.К., Семенда О.В.

Впровадження цифрового маркетингу на підприємствах агропромислового комплексу України. Globalization of scientific knowledge:

international cooperation and integration of sciences. 2023. 599с. С.54-59. DOI 10.36074/grail-of-science.17.03.2023.006

20. Семенда О.В., Корман І.І. Інструменти лідогенерації в цифровому маркетингу для формування попиту споживачів. Ефективна економіка. 2023. №2. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.2.22>

21. Семенда Д.К., Семенда О.В. Маркетинг інновацій на ринку молочної продукції: основні споживчі тенденції. Агросвіт. 2023. №3-4. С.49-55. DOI: [10.32702/2306-6792.2023.3-4.49](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2023.3-4.49)

22. Семенда О.В. Перспективи розвитку підприємницької діяльності у підсистемах логістики. Підприємництво та інновації. 2022. №24. С.108-112. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/24.18>

23. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. №9-10. С.16–23. DOI: [10.32702/2306-6814.2022.9-10.16](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2022.9-10.16)

24. Корман І.І., Лементовська В.А., Семенда О.В. Маркетингове дослідження ринку молока та молочних продуктів України. Економіка та держава. 2022. №4. С.62–68. DOI: [10.32702/2306-6806.2022.4.62](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.4.62)

25. Пенькова О.Г., Семенда О.В. Теоретичні основи проведення наукових досліджень здобувачами вищих навчальних закладів: огляд літератури як методологія дослідження. Наукові інновації та передові технології. 2022. №4(6). С.164-176. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4\(6\)-164-176](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4(6)-164-176)

26. Корман І.І., Семенда О.В., Гаєнко В.І. Формування попиту та

стимулювання збуту на вітчизняному ринку рибної продукції. Підприємництво та інновації. 2021. №19. С.19-26. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/19.3>

27. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Теоретичні підходи до формування наукових гіпотез в маркетингу. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2021. №8. С.42-48. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.8.6>

28. Корман І.І., Семенда О.В., Осадчук Н.В. Маркетингове дослідження каналів розподілу. Економіка та суспільство. 2021. №29. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-29>

29. Семенда Д.К., Семенда О.В. Перспективи запровадження моделі D2C електронної комерції в Україні. Інфраструктура ринку. 2021. №1(51). С.208-212. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure51-33>

30. Семенда Д.К., Семенда О.В. Логістика та її роль в підвищенні економічної ефективності реалізації продукції рослинництва. Молодий вчений. 2021. №1. С.185-190. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-1-89-38>

31. Семенда О.В., Вдовічена О.Г., Кохан М.О. Маркетингові інновації в умовах глобальної кризи викликаню пандемією коронавірусу. Наукові перспективи. 2021. №1(7) С.356-369. DOI: [https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1\(7\)-356-369](https://doi.org/10.32689/2708-7530-2021-1(7)-356-369)

32. Семенда Д.К., Семенда О.В., Семенда О.В. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку зерна. Агросвіт. 2021. №1-2. С.56-64. DOI: [10.32702/2306-6792.2021.1-2.56](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.1-2.56)

33. Penkova, O., Lementovska, V., Sokovnina, D., Korman, I., & Semenda, O. (2021). Developing a marketing strategy to improve the market activities of agricultural and processing enterprises, using the policy of "Goodvalley" as an example. *Scientific Horizons*, 24(11), 92-100. DOI: 10.48077/scihor.24(11).2021.92-100 (Scopus)

34. Semenda, O., Hurzhyi, N., Turchak, I., Hatska, L., Buryk, Z. (2021). Market of organic products in the EU: an assessment of manufacturing segments and consumers. *Ad Alta. Journal of Interdisciplinary Research*. P.47-52. DOI: <https://doi.org/10.33543/11022>. (Web of Science)

35. Padalka, A.M., Gribincea, A., Lesik, I.M., Semenda, O.V., & Barabash, O.O. (2021). Consumer protection when purchasing goods on the Internet. *Journal of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine*, 28(2), P.189-197. DOI: 10.37635/jnalsu.28(2).2021.189-197 (Scopus)

36. Trachuk, T., Vdovichena, O., Andriushchenko, M., Semenda, O., Pashkevych, M. (2021). Branding and Advertising on Social Networks: Current Trends. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, vol.21, No.4, P.178-185. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.4.22>. (Web of Science)

п 2. 1. свідоцтво № 99138 від 17.08.2020 р.; 2. свідоцтво № 99139 від 17.08.2020 р.; 3. свідоцтво № 99141 від 17.08.2020 р.; 4. свідоцтво № 99142 від 17.08.2020 р.; 5. свідоцтво № 99143 від 17.08.2020 р.; 6. свідоцтво №118670 від 02.05.2023 р.; 7. свідоцтво №119824 від 16.06.2023 р.; 8. свідоцтво №122304 від 25.12.2023 р.; 9. свідоцтво №122303 від 25.12.2023 р.; 10. свідоцтво №122354 від 26.12.2023 р.

п 3. Маркетинг в підприємницькій діяльності та управління продажем логістичних послуг: підручник / С.Л. Литвиненко, О.С. Трегубов, В.С. Войцеховський, О.В. Семенда, Ю.М. Попова, Т.В. Кайдакова. К.: Видавничий дім «Кондор, 2021. 280 с.

п 4. 1. Поведінка споживачів: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» перший (бакалаврський) рівень денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС, 2024. 55 с.

2. Основи наукових досліджень та академічна доброчесність: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2024. 49 с.

3. Основи комерційної діяльності: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2023. 71с.

4. Логістика: методичні вказівки для підготовки до практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання [уклад.: О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 121с.

5. Маркетинг в соціальних мережах: методичні вказівки для підготовки до практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. [уклад.:

						<p>О.В. Семенда]. Умань: УНУС. 2022. 56 с. п 8. 1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «ЕнергоСервіс ДСК» м. Умань Черкаської області (2023 рік) 2. Член редколегії наукового журналу «Актуальні питання економічних наук» (ISSN 3041-2129 online), Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика п 14. Призери I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напрямку «Маркетинг» : 2023 р. – Зіновкін Б.К. (21 м-ма група) – диплом 2-го ступеня. п 19. 1. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 597 від 02.06.2021 р.) 2. Членство в ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян» IESF» №ES1234 2023р.</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/prokafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/semenda-olga-volodimirivna.html</p>	
73174	Макушок Ольга Василівна	доцент, Основне місце роботи	Економіка і підприємництва	<p>Диплом спеціаліста, Уманська сільськогосподарська академія, рік закінчення: 1998, спеціальність: Аграрний менеджмент, Диплом магістра, Уманська сільськогосподарська академія, рік закінчення: 1999, спеціальність: Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 036251, виданий 12.10.2006, Атестат доцента 12/ДЦ 021380, виданий 23.12.2008</p>	24	Маркетинг	<p>Підвищення кваліфікації: 1. Національний університет біоресурсів і природокористування ; «Інноваційна спрямованість педагогічної діяльності»; свідоцтво СС № 00493706/015333-21 від 05.11.2021р. 2. Міжнародна фундація науковців та освітян (МФНО) та ТОВ «Науково-дослідний інститут Люблінського науково-технологічного парку» м. Люблін (Польща); сертифікат ES №13934 від 15.05.2023 3. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітянського простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301039-ECO від</p>

10.12.2023 р.

Відповідність пункту 37
Ліцензійних умов : 2,5

Відповідність пункту
38 Ліцензійних умов
(1,4,8,14,19)

п 1. 1. Корман І.І.,
Семенда О.В.,
Макушок О.В.
Маркетингове
дослідження
українського ринку
страхових послуг.
Київський
економічний
науковий журнал. №
4, 2024. С. 119-126.
DOI 10.32782/2786-
765X/2024-4-17
2. Макушок О.В.,
Корман І. І.,
Лементовська В. А.
Практичні аспекти
формування
ефективної
маркетингової
стратегії. Інвестиції:
практика та досвід.
2023. № 13. С. 67-72.
3. Taras Sus , Iryna
Stoianenko, Oksana
Penkova, Iryna Zaichko,
Liudmyla
Bohrinovtseva, Olga
Makushok and Olena
Purdenko Financial
Performance
Assessment of Agrarian
Enterprises as a Result
of Innovative Resource
Development
Management //
International Journal of
Computer Science and
Network Security,
VOL.22 No.11,
November 2022 P. 717-
726.
<https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.11.100>
4. Макушок О. В.,
Цимбалюк Ю. А.,
Андрусяк В. М.
Упровадження та
реалізація цифрових
маркетингових
технологій в
економічну діяльність
суб'єктів
підприємства.
Інтернаука. Серія:
«Економічні науки».
2022. № 8. URL:
<https://lib.udau.edu.ua/items/0703a183-96e8-4644-a8b0-07a391e0ae3a>
5. Панкратова Л.А.,
Макушок О.В., Бобко
В.В. Бенчмаркінг як
інструмент управління
ефективністю
підприємства в
Україні. Східна
Європа: економіка,
бізнес та управління.
№3 (26). 2020. С.87-
91.

6. Макушок О.В., Рибчак О.С. Маркетингові дослідження як основа забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”. № 1, 2020, С. 55-65.
п 4. 1. Макушок О.В. Маркетинг: методичні вказівки для семінарських і практичних занять, самостійної роботи здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський) денної форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 87 с.
2. Макушок О.В. Маркетинг: методичні вказівки для практичних занять і самостійної роботи здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» ОР перший (бакалаврський) заочної форми навчання. Умань: УНУС. 2024. 78 с.
3. Макушок О.В. Маркетинг. Частина 1. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1383>
п 8. 1. Відповідальний виконавець наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «ЕнергоСервіс ДСК» м. Умань Черкаської області (2023 рік)
2. Член редакційної колегії міжнародного видання «IJBST Journal Group». URL: <http://board.ijbst.org/>
п 14. Призер I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з спеціальності «Маркетинг»
Поляруш Н.С. (31-ма група) – 2021 р.; ; 2023 р. – Іванов К.М. (21 м-ма група) – диплом 3-го ступеня. Підготовка призерів

						<p>Всеукраїнського конкурсу рекламних проєктів зі спеціальності «Маркетинг» 2024 р. – Галайко Вікторія (21-ма група) – диплом 3-го ступеня. п 19. Членство в ГО «Об'єднання маркетологів України» (посвідчення № 0164 від 08.02.2021 р.)</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobitniki/makushok-olga-vasilivna.html</p>	
229532	Побережець Іван Іванович	доцент, Основне місце роботи	Інженерно-технологічний	<p>Диплом спеціаліста, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2004, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Фізика і математика, Диплом магістра, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2005, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Математика, Диплом кандидата наук ДК 005231, виданий 17.02.2012, Аттестат доцента АД 005411, виданий 24.09.2020</p>	19	Теорія ймовірності і математична статистика	<p>Підвищення кваліфікації: 1. Малопольська школа державного управління Краківського економічного університету; «Новітні та інноваційні методики навчання»; свідоцтво про підвищення кваліфікації NR 2327/MSAP/2020 від 29.05.2020 р. 2. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітнього простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301062-ECO від 10.12.2023 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 1,5.</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,3,4,14,19) п.1. 1. Медведєва М.О., Ковальов Л.Є., Побережець І.І. Аналіз можливостей бібліотек РУТНОН при вивченні курсу «Математичне програмування». Наука і техніка сьогодні. 2024. № 4 (32). С. 680-690. 2. Бурляй А.П., Бурляй О.Л., Побережець І.І., Журавель Р.О. Аналіз міграційних процесів: ризики для сільського господарства України. Збірник наукових праць Уманського НУС. 2022. № 100. Ч. 2. С. 284-290. 3. Ковальов Л.Є., Побережець І.І., Медведєва М.О. Використання інтерактивного імітатора фізичних</p>

процесів STEP в освітньому процесі у закладах вищої освіти. Фізико-математична освіта. 2021. Том 29. № 3. С 68-73.

4. Penkova Oksana, Kharenko Andrii, Lementovska Valentyna, Poberezhets Ivan, Nehanov Victor. The Influence of Raw Material Factors and Demand Factors on the Formation of Supply of Products by Milk-processing Enterprises on the Regional Market: Ukrainian Experience // The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries. 2021. pp 594-603. (Scopus)

5. Temperature dependence of dielectric properties of the liquid crystal 6CB with the embedded Ag₇GeS₅I nanoparticles. (2020). S.I. Poberezhets, O.V. Kovalchuk, I.P. Studenyak, T.M. Kovalchuk, I.I. Poberezhets. Semiconductor physics, quantum electronics and optoelectronics, 23 (2), P. 125-132. (Scopus)

6. Influence of cation substitution on dielectric properties and electric conductivity of 6CB liquid crystal with Me₇GeS₅I (me= Ag, Cu) superionic nanoparticles. I.P. Studenyak, O.V. Kovalchuk, A.I. Pogodin, S.I. Poberezhets, V.I. Studenyak, I.I. Poberezhets, V. Lackova, P. Korcansky, M. Timko. Molecular crystals and liquid crystals 2020, Vol. 702 № 1, 21-29. (Scopus)

п. 3. Фізика: навчальний посібник для студентів, які навчаються за спеціальностями галузі знань «Аграрні науки та продовольство» / Н. Й. Ільїних, Л. Є. Ковальов, І. І. Побережець. Умань: ВПЦ «Візаві», 2022. 169 с.

п. 4. 1. Березовський В.Є., Побережець І.І., Ненька Р.В. Теорія

						<p>ймовірностей: методичні рекомендації для проведення практичних занять та самостійної роботи студентів факультету економіки і підприємництва. Умань: УНУС, 2023. 170 с.</p> <p>2. Методичні вказівки для підготовки до практичних занять студентів і виконання самостійної роботи студентів з дисципліни «Математика для економістів» для здобувачів вищої освіти спеціальностей 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» і 075 «Маркетинг». Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2023. 169 с.</p> <p>3. Побережець І.І., Лещенко С.В., Побережець І.І. Дискретна математика: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти спеціальності 122 «Комп'ютерні науки». Умань: Видавничо-поліграфічний центр УНУС, 2020. 119 с.</p> <p>4. Побережець І.І. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення дисципліни «Теорія ймовірності і математична статистика» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». URL: https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=2171</p> <p>п. 14. Призер I туру Всеукраїнської студентської олімпіади з математики: 2020 р. – Заярна В.О. (11-ф група) 1 місце; 2023 р. – Павленко В.В. (21 кн група) 1 місце.</p> <p>п. 19. Член Київського математичного товариства.</p> <p>Профайл викладача : https://math.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/poberejecz-ivan-mladshiy.html</p>	
30707	Пенькова Оксана Георгіївна	завідувач кафедри, Основне	Економіка і підприємства	Диплом спеціаліста, Уманський	21	Маркетинг	Підвищення кваліфікації: 1. Національний

місце роботи		<p>державний педагогічний університет імені Павла Тичини, рік закінчення: 2002, спеціальність: 0501 Економіка підприємства, Диплом доктора наук ДД 002392, виданий 10.10.2013, Диплом кандидата наук ДК 040715, виданий 10.05.2007, Аттестат доцента 12ДЦ 023206, виданий 17.06.2010, Аттестат професора АП 004827, виданий 23.12.2022</p>		<p>університет біоресурсів і природокористування ; «Інноваційна спрямованість педагогічної діяльності»; свідоцтво СС № 00493706/015336-21 від 05.11.2021р. 2. Малопольська школа державного управління Краківського економічного університету; «Новітні та інноваційні методики навчання»; сертифікат № 2671/MSAP/2021 (01-26 березня 2021р.) 3. Цикл тренінгів LIFECCELL DIDGITAL ACADEMY, сертифікат № 173 від 16.12.2021 р. 4. Балтійський науково-дослідний інститут проблем трансформації економічного простору: «Інноваційні освітні технології: Європейський досвід та його європейський досвід та його застосування у підготовці фахівців з економіки та менеджменту» (13.02-26.03.2023р.); сертифікат від 26.03.2023 р. 5. Державний університет інтелектуальних технологій та зв'язку; «Інновації та інтеграція цифрових трендів освітянського простору в економіку знань»; свідоцтво № ADV-301056-ECO від 10.12.2023 р. 6. Міжнародний історико-біографічний інститут: «Разом із Нобелівськими Лауреатами: Цінності, Досвід, Знання, Компетентності і Технології для Формування Успішної Особистості та Трансформації Оточуючого Світу»; сертифікат № 29006 від 05.12.2024 р.</p> <p>Відповідність пункту 37 Ліцензійних умов : 5</p> <p>Відповідність пункту 38 Ліцензійних умов (1,4,7,8,14,19) п 1. 1. Penkova, O., Kharenko, A., Strunhar, A., Lementovska, V., Korman, I. (2024). Marketing approaches</p>
--------------	--	--	--	--

amid rapid technological shifts: forecasting and flexibility. AD ALTA Journal of Interdisciplinary Research, 14(1), pp.140-145. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/140142/papers/A_27.pdf (Web of Science)

2. Penkova, O., Kharenko, A. (2023) Transformation of marketing logistics for the export of ukrainian crop production in the context of a full-scale war with the russian federation. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series Economics, 10(1), pp. 37–48. URL: DOI: 10.52566/msu-econ1.2023.037 (Web of Science, Scopus)

3. Стояненко, І.В., Пенькова, О.Г., Макушок, О.В. (2023). Оцінка впливу інноваційного потенціалу ресурсозабезпечення на фінансову ефективність аграрного сектора економіки України. Академічний огляд, 2(59), с.113-130. URL: DOI:10.32342/2074-5354-2023-2-59-8. (Web of Science)

4. Zelic, V., Dronova, T., Penkova, O., Kabanova, O., Travin, V. (2023). Content marketing as an effective component of business promotion. AD ALTA-JOURNAL OF INTERDISCIPLINARY RESEARCH, 13(2), 86-93. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130236/papers/A_15.pdf (Web of Science)

5. Penkova, O., Zakharchuk, O., Blahun, I., Berher, A., Nechytailo, V., Kharenko, A.. (2022). Price Monitoring Automation with Marketing Forecasting Methods. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, 22(9), pp 471-480. URL: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.9.61> (Web of Science)

6. Penkova, O., Lementovska, V., Sokovnina, D., Korman, I., & Semenda, O. (2021). Developing a

marketing strategy to improve the market activities of agricultural and processing enterprises, using the policy of “Goodvalley” as an example. Scientific Horizons, 24(11), 92-100. DOI: 10.48077/scihor.24(11).2021.92-100/ URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9175> (Scopus)

7. Penkova, O., Kharenko, A., Lementovska, V., Poberezhets, I., Nehanov, V. (2021). The Influence of Raw Material Factors and Demand Factors on the Formation of Supply of Products by Milk-processing Enterprises on the Regional Market: Ukrainian Experience. Lecture Notes in Networks and Systems, 194, 594–603. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_45 (Scopus)

8. Braslavskaya O. V., Penkova O.H., Plets I.I., Sus T.Y., Biloshkurska N.V., Biloshkurskyi M.V. (2020). Management of the higher education institutions innovative potential: formalization and evaluation. Revista Inclusiones, 7(4), 624-645. URL: <https://revistainclusiones.org/index.php/inclusiones/article/view/1575> (Web of Science).

9. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Стратегії просування бренду на різних етапах життєвого циклу продукції. Економіка та суспільство. 2024. № 66. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-31>

10. Пенькова О.Г., Лементовська В.А., Бортник Т.І. Кон'юнктура ринку зерна в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки. 2024. №11 (91). URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-11>

11. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Маркетинговий аналіз середовища функціонування аграрних

підприємств. Вісник аграрної науки Причорномор'я, 2023. Том 27. № 2. С. 28-40. URL: <https://bsagriculture.com.ua/uk/journals/tom-27-2-2023/marketingovy-analiz-seredovishchafunktsionuvannya-agrarnikh-pidpriyemstv>

12. Пенькова О. Г. Використання посередників при здійсненні збутової діяльності фармацевтичними підприємствами. Інноваційна економіка. 2023. № 1 [93]. С. 131-136. URL: <http://inneco.org/index.php/inneco.ua/article/view/1024>

13. Пенькова О. Г. Маркетингова політика розподілу фармацевтичних підприємств. Ефективна економіка. 2023. № 5. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1547/1557>

14. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Тенденції розвитку рекламних технологій на ринку нерухомості. 36. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2023. Вип. 102. Ч. 2. С. 222-234. URL: <https://journal.udau.edu.ua/arxiv-nomerv/2023/vipusk-102-chastina-2/tendencii-rozvitku-reklamnih-tehnologij-na-rinku-neruhomosti.html>

15. Прокопчук О. Т., Пенькова О. Г., Харенко А. О. Теоретичні засади управління маркетинговою діяльністю у страховому бізнесі. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва / Редкол.: О. О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2022. Вип. 101. Ч. 2 : Економічні науки. С. 120-130. URL: [https://journal.udau.edu.ua/arxiv-nomerv/2022/vipusk-101-chastina-2/teoretichni-zasadi-upravlinnya-](https://journal.udau.edu.ua/arxiv-nomerv/2022/vipusk-101-chastina-2/teoretichni-zasadi-upravlinnya)

marketingovoyu-diynalnistyu-u-strahovomu-biznesi.html
16. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 9-10. С. 16–23. DOI: 10.32702/2306-6814.2022.9-10.16 URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9206>

17. Пенькова О.Г., Семенда О.В. Теоретичні основи проведення наукових досліджень здобувачами вищих навчальних закладів: огляд літератури як методологія дослідження. Наукові інновації та передові технології. № 4(6). 2022. С.164-176. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4\(6\)-164-176](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-4(6)-164-176) URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9178>

18. Пенькова О.Г., Харенко А.О. Практика застосування концепції соціально відповідального маркетингу міжнародними компаніями під час російсько-української війни. Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2022. Т.27. Вип. 2 (92). С. 44-49. URL:<https://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/9283>

19. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Економічний механізм маркетингу вітчизняних середніх підприємств аграрного бізнесу. Збірник наук. праць Уманського національного університету садівництва. Умань, 2022. Вип. 100. Ч. 2. С. 311-319. URL:<https://journal.udau.edu.ua/assets/files/100.2/30.pdf>

20. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Теоретичні підходи до формування наукових гіпотез в маркетингу. Таврійський науковий вісник. Серія:

Економіка. 2021. №8. С. 42-48. URL: <http://tnveconom.ksau.niv.ks.ua/index.php/journal/article/view/179/176>

21. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Соковніна Д.М. Використання інструментарію маркетингу послуг елеваторами України. Економіка та суспільство. 2021. №29. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/579/555>

22. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Кулішенко Є.М. Адаптація маркетингової стратегії підприємств сільськогосподарського машинобудування до умов внутрішнього і міжнародного ринків Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія „Економічні науки”. 2021. № 2. Т. 1. С. 35-50. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7909>

23. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Кулішенко Є.М. Організація управління маркетинговою діяльністю підприємства сільськогосподарського машинобудування на внутрішньому та зовнішньому ринках. Збірник наукових праць Уманського НУС. Серія економіка. Випуск 98. Частина 2, 2021. С. 153-165. URL: <http://lib.udau.edu.ua/handle/123456789/7895>

24. Кірдан О.Л., Пенькова О.Г. Методика викладання у вищій школі - фундаментальний складник підготовки доктора філософії. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2020. № 71. С. 32-37. URL: <http://lib.udau.edu.ua/bitstream/bd.pdf>

25. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингова товарна політика молокопереробних підприємств Черкаської області.

Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 1. Серія „Економічні науки”. 2020. С. 17-32. URL: <http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/2762/1/4.pdf>

26. Pen'kova, O., Kharenko, A. and Nevlad, V. (2020), Advertising concepts of the promotion of the production of milk processing enterprises in cherkasy region. Investytsiyi: praktyka ta dosvid, vol. 15-16, pp. 22–27. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/15-16_2020/6.pdf

27. Пенькова О.Г., Харенко А.О., Лементовська В.А. Маркетингові дослідження ставлення студентства до органічних продуктів харчування. Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». 2020. №3-4. С.133-139. URL: <http://inneco.org/index.php/inneco.ua/article/view/573>

п 4. 1. Пенькова О.Г. Методичні вказівки для підготовки до семінарських і практичних занять з дисципліни «Маркетинг» здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми Маркетинг. Умань: Уманський НУС, 2024. 83 с.

2. Пенькова О.Г. Методичні вказівки для самостійної роботи та виконання індивідуальних дослідних завдань здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми Маркетинг. Умань: Уманський НУС, 2024. 36 с.

3. Пенькова О.Г. Методичні вказівки для підготовки до семінарських і практичних занять, самостійної роботи та виконання індивідуальних дослідних завдань

здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти заочної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми Маркетинг. Умань: Уманський НУС, 2024. 92 с.

4. Пенькова О.Г. Маркетинг. Частина 2. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». URL: <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=712>

п. 7. Разові СВР: ДФ 74.844.004; ДФ 74.844.007; ДФ 74.053.032.

п 8. 1. Науковий керівник наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області (2020 та 2022 роки)

2. Науковий керівник наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ТОВ «Зоотехцентр» Уманського району Черкаської області (2021 рік)

3. Науковий керівник наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «ЕнергоСервіс ДСК» м. Умань Черкаської області (2023 рік)

4. Науковий керівник наукового проекту за господарчою тематикою на замовлення ПП «Астрея» Ананьївського району Одеської області (2024 рік)

п 14. Керівництво студентами, які зайняли призове місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності: 2020-2021 н.р. «Маркетинг» I місце Чорна І.А.; 2021-2022 н.р. «Маркетинг» I місце Бойко Я.М. Керівництво

						<p>студентом, який зайняв призове місце у Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних робіт з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами – Шалієвський Т.П. (диплом 3 ступеня (2023 р.)).</p> <p>Керівництво студентом, який зайняв призове місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт «Економіка АПК та сільського господарства» - Кочергін Є.О. (диплом 3 ступеня (2024 р.)).</p> <p>п 19. Членство в Українській асоціації маркетингу (сертифікат № 575 від 30.03.2021 р.)</p> <p>Профайл викладача : https://marketing.udau.edu.ua/ua/prokafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/penkova-oksana-georgiivna.html</p>
--	--	--	--	--	--	--

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
Р. 19. Демонструвати розуміння специфіки та вміння організувати, проваджувати та вдосконалювати маркетингову діяльність суб'єктів аграрної сфери економіки	<input type="checkbox"/>	Основи економіки аграрного сектора	Лекційні заняття, практичні заняття, дискусія, консультування, самостійна робота, проблемні ситуації, «кейс метод», ситуаційні завдання, самонавчання через Moodle	Усне та письмове опитування, тестування, перевірка виконання ситуаційних завдань, поточний модульний контроль
		Маркетинг в аграрній сфері	Лекції, семінари, практичні, самостійна робота, дискусія, консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання практичних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Р 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень	<input checked="" type="checkbox"/>	Політична економія	Лекційні заняття, практичні роботи, дискусії, кейс-метод, аналітична робота, воркшоп, самонавчання через платформу Moodle, а також вирішення конкретних задач і ситуацій.	Усне та письмове опитування, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)

суспільства у професійній маркетинговій діяльності.		Історія та культура України	Традиційні методи (технології) навчання: лекція, семінарське заняття, індивідуальні заняття, самостійна робота. Інноваційні методи (технології) навчання: проблемні лекції, дискусія, мозковий штурм, презентації, рольові ігри, ділові ігри, самонавчання через платформу Moodle	Усне та письмове опитування, тестування, активність під час обговорення, прояв лідерських якостей, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Правознавство	Тематичні лекції; семінарські заняття, консультації з викладачами, дискусія, самостійна робота; самонавчання через платформу Moodle; мозковий штурм, презентації, рольові ігри	Усне та письмове опитування, тестування, активність під час обговорення, прояв лідерських якостей, поточний модульний контроль
Р 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	☒	Іноземна мова	Словесні методи (розповідь-пояснення, дискусія), наочні методи (ілюстрація, демонстрація), практичні методи (вправи, практичні роботи, твори), репродуктивні методи (відтворення як засіб повторення готових зразків); творчі, проблемно-пошукові методи, навчальна робота під керівництвом викладача, самостійна робота (твори, самостійна письмова робота), самонавчання на основі посібників та іншої рекомендованої літератури, навчальних матеріалів через електронне модульне середовище навчального процесу Moodle.	Усне і письмове опитування, експрес-контроль, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних завдань, підготовка та представлення презентацій, модульний контроль (тестування), підсумковий контроль.
		Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Ділова українська мова	Словесні методи (розповідь-пояснення, дискусія, лекція); практичні методи (вправи, практичні роботи, твори, реферати); індуктивні методи; дедуктивний метод; репродуктивні методи (відтворення як засіб повторення готових зразків); творчі, проблемно-пошукові методи; самостійна робота поза контролем викладача; інтерактивні методи навчання (робота в малих групах, дискусії, презентації, ділові та рольові ігри тощо)	Форми проведення поточного контролю: самооцінювання; завдання на вибір правильної відповіді із декількох можливих; оцінювання за участь у практичних заняттях, обговореннях; письмова робота; усні відповіді на заняттях; поточний модульний контроль. Підсумковий контроль (іспит)
Р 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських	☒	Інформаційні системи і технології в маркетингу	Лекційні заняття, лабораторні заняття, презентації, консультації з викладачем, метод «мозкового штурму», метод «переваги та недоліки», самостійна робота,	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний)

рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

	самонавчання через Moodle	контроль, підсумковий (семестровий) контроль знань (іспит)
Маркетингові комунікації	За джерелом знань використовуватимуться словесні та наочні методи навчання. За характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів використовуватимуться проблемний, евристичний та дослідницький методи навчання. З цією метою передбачається проведення лекцій, семінарів, практичних та виконання самостійної роботи здобувачів. Самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, виконання практичних завдань, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
Менеджмент	Словесні методи навчання: пояснення, інформаційне повідомлення, розповідь, дискусія, робота студентів з навчальною літературою, лекційний метод; практичні методи навчання: вирішення конкретних задач і ситуацій; інтерактивні методи навчання: аналіз історій і ситуацій, відповіді на запитання і опитування думок студентів, мозковий штурм; методи дистанційного навчання: індивідуальне і групове консультування щодо виконання завдань через чати та e-mail-надсилання; самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, виступи на заняттях, виконання завдань самостійної роботи, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Інформатика	Лекційні заняття з використанням наочних методів навчання, зокрема, проведення онлайн лекцій (відеоконференції у Zoom тощо) та інтерактивних лекцій (медіа презентація); під час проведення лабораторних занять – використання інтерактивних методів (схеми взаємодії «викладач-студент», «студент-студент»), графічні роботи. Також під час викладу навчального матеріалу викладачем надаються консультації. Студенти протягом вивчення дисципліни користуються системою дистанційного навчання Moodle	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий контроль знань (іспит)
Іноземна мова	Словесні методи (розповідь-пояснення, дискусія), наочні методи (ілюстрація, демонстрація), практичні	Усне і письмове опитування, експрес-контроль, участь у дискусії, виконання індивідуальних і командних

			методи (вправи, практичні роботи, твори), репродуктивні методи (відтворення як засіб повторення готових зразків); творчі, проблемно-пошукові методи, навчальна робота під керівництвом викладача, самостійна робота (твори, самостійна письмова робота), самонавчання на основі посібників та іншої рекомендованої літератури, навчальних матеріалів через електронне модульне середовище навчального процесу Moodle.	завдань, підготовка та представлення презентацій, модульний контроль (тестування), підсумковий контроль.
<i>Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</i>	☒	Основи наукових досліджень та академічна доброчесність	Лекція, практичні (семінарські) заняття, дискусія, самостійна робота з джерелами інформації, підготовка рефератів, «прес»-метод, метод «Коло ідей», самонавчання через платформу Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль
		Маркетинг	Лекція, практичні (семінарські) заняття, дискусія, самостійна та індивідуальна робота, «прес»-метод, метод «мікрофон», метод «Коло ідей», самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Інформаційні системи і технології в маркетингу	Лекційні заняття, лабораторні заняття, презентації, консультації з викладачем, метод «мозкового штурму», метод «переваги та недоліки», самостійна робота, самонавчання через Moodle	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий (семестровий) контроль знань (іспит)
		Навчальна практика з вступу до фаху	Практичні завдання, самостійна робота студентів	Поточний контроль (перевірка виконаних завдань), підсумковий контроль (залік)
		Навчальна практика з маркетингу	Індивідуальні практичні завдання, самостійна робота студентів	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		<i>Р 15. Діяти соціально відповідально та громадянсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського</i>	☒	Маркетингові комунікації

суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.			лекцій, семінарів, практичних та виконання самостійної роботи здобувачів. Самонавчання через Moodle	
		Правознавство	Тематичні лекції; семінарські заняття, консультації з викладачами, дискусія, самостійна робота; самонавчання через платформу Moodle; мозковий штурм, презентації, рольові ігри	Усне та письмове опитування, тестування, активність під час обговорення, прояв лідерських якостей, поточний модульний контроль
		Фізичне виховання	Практичні заняття, самостійна та індивідуальна роботи, практичні методи (методи навчання рухових дій, методи вдосконалення рухових дій та функціональних можливостей організму і методи тренування (розвитку рухових якостей)), методи використання слова та методи демонстрації	Оцінювання роботи студентів під час практичних занять, проведення поточних тестів і контрольних нормативів фізичного розвитку
		Історія та культура України	Традиційні методи (технології) навчання: лекція, семінарське заняття, індивідуальні заняття, самостійна робота. Інноваційні методи (технології) навчання: проблемні лекції, дискусія, мозковий штурм, презентації, рольові ігри, ділові ігри, самонавчання через платформу Moodle	Усне та письмове опитування, тестування, активність під час обговорення, прояв лідерських якостей, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Політична економія	Лекційні заняття, практичні роботи, дискусії, кейс-метод, аналітична робота, воркшоп, самонавчання через платформу Moodle, а також вирішення конкретних задач і ситуацій.	Усне та письмове опитування, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Р 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	☒	Економіка підприємства	Лекційні заняття, практичні заняття, індивідуально-консультативна робота, дискусія, самостійна робота, мозковий штурм, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Усне та письмове опитування, тестування, перевірка виконання розрахункових завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Економічний аналіз	Лекції-бесіди, гостьові лекції, робота в мікрогрупах, практичні заняття і семінари-дискусії, презентації, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, поточний модульний контроль
		Економічний механізм маркетингу	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
		Навчальна практика з маркетингу	Індивідуальні практичні завдання, самостійна робота студентів	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)

		Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
<i>Р 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</i>	☒	Менеджмент	Словесні методи навчання: пояснення, інформаційне повідомлення, розповідь, дискусія, дискусія, робота студентів з навчальною літературою, лекційний метод; практичні методи навчання: вирішення конкретних задач і ситуацій; інтерактивні методи навчання: аналіз історій і ситуацій, відповіді на запитання і опитування думок студентів, мозковий штурм; методи дистанційного навчання: індивідуальне і групове консультування щодо виконання завдань через чати та e-mail-надсилання; самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, виступи на заняттях, виконання завдань самостійної роботи, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Логістика	Лекція, практичні, дискусія, самостійна робота з джерелами інформації, підготовка реферату, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, виконання індивідуального завдання, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Управління каналами розподілу	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, бесіда, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, індивідуальна робота, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
<i>Р 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</i>	☒	Основи наукових досліджень та академічна доброчесність	Лекція, практичні (семінарські) заняття, дискусія, самостійна робота з джерелами інформації, підготовка рефератів, «прес»-метод», метод «Коло ідей», самонавчання через платформу Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Маркетингові дослідження	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, бесіда, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), мозковий штурм,	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний

			консультації з викладачем, самостійна робота, індивідуальна робота, самонавчання через Moodle	модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Навчальна практика з маркетингу	Індивідуальні практичні завдання, самостійна робота студентів	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Менеджмент	Словесні методи навчання: пояснення, інформаційне повідомлення, розповідь, дискусія, дискусія, робота студентів з навчальною літературою, лекційний метод; практичні методи навчання: вирішення конкретних задач і ситуацій; інтерактивні методи навчання: аналіз історій і ситуацій, відповіді на запитання і опитування думок студентів, мозковий штурм; методи дистанційного навчання: індивідуальне і групове консультування щодо виконання завдань через чати та e-mail-надсилання; самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, виступи на заняттях, виконання завдань самостійної роботи, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	☒	Математика для економістів	Лекція, практичні заняття, самостійна робота, робота в малих групах, аналітичний метод, розрахункові завдання, самонавчання через платформу Moodle	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на практичних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий контроль знань (іспит)
		Економіка підприємства	Лекційні заняття, практичні заняття, індивідуально-консультативна робота, дискусія, самостійна робота, мозковий штурм, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Усне та письмове опитування, тестування, перевірка виконання розрахункових завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Логістика	Лекція, практичні, дискусія, самостійна робота з джерелами інформації, підготовка реферату, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, виконання індивідуального завдання, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Маркетингові комунікації	За джерелом знань використовуватимуться словесні та наочні методи навчання. За характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів використовуватимуться проблемний, евристичний та дослідницький методи навчання. З цією метою передбачається проведення лекцій, семінарів, практичних та виконання самостійної роботи здобувачів. Самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, виконання практичних завдань, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)

		Маркетингова товарна політика	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
		Управління каналами розподілу	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, бесіда, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, індивідуальна робота, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Маркетинг послуг	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
		Маркетинг в соціальних мережах	Лекція, практичні заняття, дискусія, самостійна робота, «прес»-метод», метод кейсів, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, виконання практичних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Інформаційні системи і технології в маркетингу	Лекційні заняття, лабораторні заняття, презентації, консультації з викладачем, метод «мозкового штурму», метод «переваги та недоліки», самостійна робота, самонавчання через Moodle	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий (семестровий) контроль знань (іспит)
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
<i>Р 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</i>	☒	Економічний механізм маркетингу	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Мікроекономіка	Лекція, практичне заняття, дискусія, робота в малих групах, «круглий стіл»,	При контролі систематичності та активності роботи на

	самостійна робота, самонавчання через платформу Moodle	практичних заняттях оцінюванню в балах підлягають: рівень знань, необхідний для виконання аналітично-розрахункових робіт, що передбачені завданнями для самостійного опрацювання; повнота, якість і вчасність їх виконання та результати захисту; рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на практичних заняттях; активність при обговоренні питань, що винесені на практичні заняття; результати експрес-контролю тощо. Проводиться також поточний (модульний) та підсумковий (екзамен) контроль
Макроекономіка	Лекційні заняття (проблемні лекції, онлайн-лекції), практичні (семінарські) заняття, дискусія, консультації з викладачем, підготовка реферату, самостійна робота, самонавчання через платформу Moodle	Письмове та усне опитування, розв'язання задач, тестування, підготовка і захист реферату, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Теорія ймовірності і математична статистика	Лекційні заняття, практичні заняття, консультації з викладачем, робота в малих групах, самостійна робота, практичні завдання, аналітичний метод, розрахункові завдання, самонавчання через платформу Moodle	Усне та письмове опитування, тестування, перевірка виконання практичних завдань, самостійної роботи, підсумковий контроль (іспит)
Оптимізаційні методи і моделі	Тематичні лекції, лабораторні заняття, самостійна робота, дискусія, виконання поточних завдань, самонавчання на основі конспектів, посібників та іншої рекомендованої літератури, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Поточний контроль (рівень знань, необхідний для виконання лабораторних робіт, що передбачені завданнями для самостійного опрацювання; повнота, якість і вчасність їх виконання та результати захисту; рівень знань, продемонстрований у відповідях на лабораторних заняттях; активність при обговоренні питань); модульний контроль; підсумковий контроль (іспит)
Маркетинг	Лекція, практичні (семінарські) заняття, дискусія, самостійна та індивідуальна робота, «прес»-метод, метод «мікрофон», метод «Коло ідей», самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Логістика	Лекція, практичні, дискусія, самостійна робота з джерелами інформації, підготовка реферату, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, виконання індивідуального завдання, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Маркетингові дослідження	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, бесіда, онлайн	Письмове та усне опитування, тестування,

			лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), мозковий штурм, консультації з викладачем, самостійна робота, індивідуальна робота, самонавчання через Moodle	перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Маркетингове ціноутворення	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
		Маркетингова товарна політика	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
		Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Економіка підприємства	Лекційні заняття, практичні заняття, індивідуально-консультативна робота, дискусія, самостійна робота, мозковий штурм, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Усне та письмове опитування, тестування, перевірка виконання розрахункових завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	☒	Маркетинг в соціальних мережах	Лекція, практичні заняття, дискусія, самостійна робота, «прес»-метод», метод кейсів, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, виконання практичних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Маркетингові дослідження	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, бесіда, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), мозковий штурм, консультації з викладачем, самостійна робота, індивідуальна робота, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Інформаційні системи і технології в маркетингу	Лекційні заняття, лабораторні заняття, презентації, консультації з викладачем, метод «мозкового штурму», метод «переваги та недоліки», самостійна робота, самонавчання через Moodle	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий (семестровий) контроль знань (іспит)
		Маркетингові комунікації	За джерелом знань використовуватимуться словесні та наочні методи навчання. За характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів	Письмове та усне опитування, виконання практичних завдань, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)

			використовуватимуться проблемний, евристичний та дослідницький методи навчання. З цією метою передбачається проведення лекцій, семінарів, практичних та виконання самостійної роботи здобувачів. Самонавчання через Moodle	
		Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Інформатика	Лекційні заняття з використанням наочних методів навчання, зокрема, проведення онлайн лекцій (відеоконференції у Zoom тощо) та інтерактивних лекцій (медіа презентація); під час проведення лабораторних занять – використання інтерактивних методів (схеми взаємодії «викладач-студент», «студент-студент»), графічні роботи. Також під час викладу навчального матеріалу викладачем надаються консультації. Студенти протягом вивчення дисципліни користуються системою дистанційного навчання Moodle	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий контроль знань (іспит)
<i>Р 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</i>	☒	Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Маркетинг в соціальних мережах	Лекція, практичні заняття, дискусія, самостійна робота, «прес»-метод», метод кейсів, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, виконання практичних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Маркетингові комунікації	За джерелом знань використовуватимуться словесні та наочні методи навчання. За характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів використовуватимуться проблемний, евристичний та дослідницький методи навчання. З цією метою передбачається проведення лекцій, семінарів, практичних та виконання самостійної роботи здобувачів. Самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, виконання практичних завдань, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Інформаційні системи	Лекційні заняття,	Усне опитування, перевірка

		і технології в маркетингу	лабораторні заняття, презентації, консультації з викладачем, метод «мозкового штурму», метод «переваги та недоліки», самостійна робота, самонавчання через Moodle	виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий (семестровий) контроль знань (іспит)
		Маркетингова товарна політика	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
Р 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	☒	Маркетингова товарна політика	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
		Управління каналами розподілу	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, бесіда, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, індивідуальна робота, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Маркетингові комунікації	За джерелом знань використовуватимуться словесні та наочні методи навчання. За характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів використовуватимуться проблемний, евристичний та дослідницький методи навчання. З цією метою передбачається проведення лекцій, семінарів, практичних та виконання самостійної роботи здобувачів. Самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, виконання практичних завдань, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Економічний механізм маркетингу	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
		Маркетинг послуг	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).

Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
Маркетингове ціноутворення	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
Економічний аналіз	Лекції-бесіди, гостьові лекції, робота в мікрогрупах, практичні заняття і семінари-дискусії, презентації, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, поточний модульний контроль
Економіка підприємства	Лекційні заняття, практичні заняття, індивідуально-консультативна робота, дискусія, самостійна робота, мозковий штурм, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Усне та письмове опитування, тестування, перевірка виконання розрахункових завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Маркетинг	Лекція, практичні (семінарські) заняття, дискусія, самостійна та індивідуальна робота, «прес»-метод, метод «мікрофон», метод «Коло ідей», самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Математика для економістів	Лекція, практичні заняття, самостійна робота, робота в малих групах, аналітичний метод, розрахункові завдання, самонавчання через платформу Moodle	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на практичних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий контроль знань (іспит)
Економетрика	Розповідь-пояснення, бесіда (тематичні лекції); виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах (лабораторні заняття), консультації з викладачем; підготовка реферату, самонавчання на основі конспектів, посібників та іншої рекомендованої літератури, навчальних мультимедійних матеріалів, через модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище – Moodle.	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий (семестровий) контроль знань (іспит)
Оптимізаційні методи і моделі	Тематичні лекції, лабораторні заняття, самостійна робота, дискусія, виконання поточних завдань, самонавчання на	Поточний контроль (рівень знань, необхідний для виконання лабораторних робіт, що передбачені завданнями для

			основі конспектів, посібників та іншої рекомендованої літератури, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	самостійного опрацювання; повнота, якість і вчасність їх виконання та результати захисту; рівень знань, продемонстрований у відповідях на лабораторних заняттях; активність при обговоренні питань); модульний контроль; підсумковий контроль (іспит)
		Основи комерційної діяльності	Лекція, практичні заняття, дискусія, самостійна робота з джерелами інформації, підготовка реферату, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, виконання індивідуального завдання, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
<i>Р 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</i>	☒	Політична економія	Лекційні заняття, практичні роботи, дискусії, кейс-метод, аналітична робота, воркшоп, самонавчання через платформу Moodle, а також вирішення конкретних задач і ситуацій.	Усне та письмове опитування, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Мікроекономіка	Лекція, практичне заняття, дискусія, робота в малих групах, «круглий стіл», самостійна робота, самонавчання через платформу Moodle	При контролі систематичності та активності роботи на практичних заняттях оцінюванню в балах підлягають: рівень знань, необхідний для виконання аналітично-розрахункових робіт, що передбачені завданнями для самостійного опрацювання; повнота, якість і вчасність їх виконання та результати захисту; рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на практичних заняттях; активність при обговоренні питань, що винесені на практичні заняття; результати експрес-контролю тощо. Проводиться також поточний (модульний) та підсумковий (екзамен) контроль
		Макроекономіка	Лекційні заняття (проблемні лекції, онлайн-лекції), практичні (семінарські) заняття, дискусія, консультації з викладачем, підготовка реферату, самостійна робота, самонавчання через платформу Moodle	Письмове та усне опитування, розв'язання задач, тестування, підготовка і захист реферату, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Поведінка споживачів	Лекція, практичні (семінарські) заняття, дискусія, самостійна та індивідуальна робота, «прес»-метод, метод кейсів, метод «Коло ідей», самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Маркетинг	Лекція, практичні (семінарські) заняття, дискусія, самостійна та індивідуальна робота, «прес»-метод, метод	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний

			«мікрофон», метод «Коло ідей», самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Основи економіки аграрного сектора	Лекційні заняття, практичні заняття, дискусія, консультування, самостійна робота, проблемні ситуації, «кейс метод», ситуаційні завдання, самонавчання через Moodle	Усне та письмове опитування, тестування, перевірка виконання ситуаційних завдань, поточний модульний контроль
		Маркетингові дослідження	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, бесіда, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), мозковий штурм, консультації з викладачем, самостійна робота, індивідуальна робота, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Маркетинг послуг	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
		Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	☒	Інформатика	Лекційні заняття з використанням наочних методів навчання, зокрема, проведення онлайн лекцій (відеоконференції у Zoom тощо) та інтерактивних лекцій (медіа презентація); під час проведення лабораторних занять – використання інтерактивних методів (схеми взаємодії «викладач-студент», «студент-студент»), графічні роботи. Також під час викладу навчального матеріалу викладачем надаються консультації. Студенти протягом вивчення дисципліни користуються системою дистанційного навчання Moodle	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий контроль знань (іспит)
		Економетрика	Розповідь-пояснення, бесіда (тематичні лекції); виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах (лабораторні заняття), консультації з викладачем; підготовка реферату, самонавчання на основі конспектів, посібників та іншої рекомендованої літератури, навчальних мультимедійних матеріалів, через модульне	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий (семестровий) контроль знань (іспит)

	об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище – Moodle.	
Оптимізаційні методи і моделі	Тематичні лекції, лабораторні заняття, самостійна робота, дискусія, виконання поточних завдань, самонавчання на основі конспектів, посібників та іншої рекомендованої літератури, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Поточний контроль (рівень знань, необхідний для виконання лабораторних робіт, що передбачені завданнями для самостійного опрацювання; повнота, якість і вчасність їх виконання та результати захисту; рівень знань, продемонстрований у відповідях на лабораторних заняттях; активність при обговоренні питань); модульний контроль; підсумковий контроль (іспит)
Менеджмент	Словесні методи навчання: пояснення, інформаційне повідомлення, розповідь, дискусія, робота студентів з навчальною літературою, лекційний метод; практичні методи навчання: вирішення конкретних задач і ситуацій; інтерактивні методи навчання: аналіз історій і ситуацій, відповіді на запитання і опитування думок студентів, мозковий штурм; методи дистанційного навчання: індивідуальне і групове консультування щодо виконання завдань через чати та e-mail-надсилання; самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, виступи на заняттях, виконання завдань самостійної роботи, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Економічний аналіз	Лекції-бесіди, гостьові лекції, робота в мікрогрупах, практичні заняття і семінари-дискусії, презентації, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, поточний модульний контроль
Маркетингові дослідження	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, бесіда, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), мозковий штурм, консультації з викладачем, самостійна робота, індивідуальна робота, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Інформаційні системи і технології в маркетингу	Лекційні заняття, лабораторні заняття, презентації, консультації з викладачем, метод «мозкового штурму», метод «переваги та недоліки», самостійна робота, самонавчання через Moodle	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий (семестровий) контроль знань (іспит)
Маркетингове ціноутворення	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль

		Маркетингова товарна політика	Moodle Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	(іспит). Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
		Економіка підприємства	Лекційні заняття, практичні заняття, індивідуально-консультативна робота, дискусія, самостійна робота, мозковий штурм, самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Усне та письмове опитування, тестування, перевірка виконання розрахункових завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Управління каналами розподілу	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, бесіда, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, індивідуальна робота, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Економічний механізм маркетингу	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
		Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Маркетинг послуг	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
<i>Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Навчальна практика 3 маркетингу	Індивідуальні практичні завдання, самостійна робота студентів	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
		Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
<i>Р 2. Аналізувати і</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	Виробнича практика 2	Консультації, самостійна	Усне опитування, перевірка

прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

	робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
Маркетингова товарна політика	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
Маркетингове ціноутворення	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит).
Інформаційні системи і технології в маркетингу	Лекційні заняття, лабораторні заняття, презентації, консультації з викладачем, метод «мозкового штурму», метод «переваги та недоліки», самостійна робота, самонавчання через Moodle	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий (семестровий) контроль знань (іспит)
Політична економія	Лекційні заняття, практичні роботи, дискусії, кейс-метод, аналітична робота, воркшоп, самонавчання через платформу Moodle, а також вирішення конкретних задач і ситуацій.	Усне та письмове опитування, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Мікроекономіка	Лекція, практичне заняття, дискусія, робота в малих групах, «круглий стіл», самостійна робота, самонавчання через платформу Moodle	При контролі систематичності та активності роботи на практичних заняттях оцінюванню в балах підлягають: рівень знань, необхідний для виконання аналітично-розрахункових робіт, що передбачені завданнями для самостійного опрацювання; повнота, якість і вчасність їх виконання та результати захисту; рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на практичних заняттях; активність при обговоренні питань, що винесені на практичні заняття; результати експрес-контролю тощо. Проводиться також поточний (модульний) та підсумковий (екзамен) контроль
Макроекономіка	Лекційні заняття (проблемні лекції, онлайн-лекції), практичні (семінарські) заняття,	Письмове та усне опитування, розв'язання задач, тестування, підготовка і захист

			дискусія, консультації з викладачем, підготовка реферату, самостійна робота, самонавчання через платформу Moodle	реферату, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Теорія ймовірності і математична статистика	Лекційні заняття, практичні заняття, консультації з викладачем, робота в малих групах, самостійна робота, практичні завдання, аналітичний метод, розрахункові завдання, самонавчання через платформу Moodle	Усне та письмове опитування, тестування, перевірка виконання практичних завдань, самостійної роботи, підсумковий контроль (іспит)
		Економетрика	Розповідь-пояснення, бесіда (тематичні лекції); виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах (лабораторні заняття), консультації з викладачем; підготовка реферату, самонавчання на основі конспектів, посібників та іншої рекомендованої літератури, навчальних мультимедійних матеріалів, через модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище – Moodle.	Усне опитування, перевірка виконання студентами завдань на лабораторних заняттях, перевірка виконання завдань самостійної роботи, поточний (модульний) контроль, підсумковий (семестровий) контроль знань (іспит)
		Поведінка споживачів	Лекція, практичні (семінарські) заняття, дискусія, самостійна та індивідуальна робота, «прес»-метод», метод кейсів, метод «Коло ідей», самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Економічний аналіз	Лекції-бесіди, гостьові лекції, робота в мікрогрупах, практичні заняття і семінари-дискусії, презентації, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, поточний модульний контроль
		Маркетингові дослідження	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, бесіда, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), мозковий штурм, консультації з викладачем, самостійна робота, індивідуальна робота, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	☒	Поведінка споживачів	Лекція, практичні (семінарські) заняття, дискусія, самостійна та індивідуальна робота, «прес»-метод», метод кейсів, метод «Коло ідей», самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
		Маркетинг	Лекція, практичні (семінарські) заняття, дискусія, самостійна та індивідуальна робота, «прес»-метод, метод «мікрофон», метод «Коло ідей», самонавчання за допомогою навчального середовища Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)

	Маркетингові дослідження	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, бесіда, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), мозковий штурм, консультації з викладачем, самостійна робота, індивідуальна робота, самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, тестування, перевірка виконання та захист індивідуальних завдань, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
	Маркетингове ціноутворення	Лекційні заняття (розповідь та пояснення, метод проблемного викладення, гостьові лекції, онлайн лекції), практичні заняття (метод навчальної дискусії та ін.), консультації з викладачем, самостійна робота, самонавчання через Moodle	Поточне оцінювання знань та умінь з кожної теми курсу в формі опитування, з врахуванням виконання практичних завдань та самостійної роботи; проведення тестового модульного контролю; підсумковий контроль (іспит)
	Маркетингові комунікації	За джерелом знань використовуватимуться словесні та наочні методи навчання. За характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів використовуватимуться проблемний, евристичний та дослідницький методи навчання. З цією метою передбачається проведення лекцій, семінарів, практичних та виконання самостійної роботи здобувачів. Самонавчання через Moodle	Письмове та усне опитування, виконання практичних завдань, тестування, поточний модульний контроль, підсумковий контроль (іспит)
	Виробнича практика 1	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)
	Виробнича практика 2	Консультації, самостійна робота, індивідуальна робота, практичні завдання, пошуковий метод	Усне опитування, перевірка виконання звіту, підсумковий контроль (публічний захист звіту)