НАЦІОНАЛЬНЕ АГЕНТСТВО ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	**Державний біотехнологічний університет**
Освітня програма	**52468 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	**6459**
Повна назва ЗВО	**Державний біотехнологічний університет**
Ідентифікаційний код ЗВО	**44234755**
ПІБ керівника ЗВО	**Москаленко Олена Вячеславівна**
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	**https://biotechuniv.edu.ua/**

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

https://registry.edbo.gov.ua/university/6459

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	**52468**
Назва ОП	**Маркетинг**
Галузь знань	**07 Управління та адміністрування**
Спеціальність	**075 Маркетинг**
Спеціалізація (за наявності)	*відсутня*
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, управління репутацією та клієнтським досвідом**
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	**Кафедра економіки та бізнесу; Кафедра європейських мов; Кафедра інформаційних технологій, кібернетики та захисту інформації; Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування; Кафедра обліку, аудиту та оподаткування; Кафедра торгівлі, готельно-ресторанної та митної справи; Кафедра фізики та математики; Кафедра фінансів, банківської справи та страхування; Кафедра ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін.**
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	**м. Харків, вул. Алчевських 44, 61002**
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	*не передбачає*
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	***відсутня***
Мова (мови) викладання	**Українська**
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	**405123**
ПІБ гаранта ОП	**Олініченко Катерина Сергіївна**
Посада гаранта ОП	**Доцент**
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	**olinichenko.k@biotechuniv.edu.ua**
Контактний телефон гаранта ОП	**+38(067)-365-23-80**
Додатковий телефон гаранта ОП	*відсутній*

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

ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальність 075 Маркетинг реалізується на кафедрі маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державного біотехнологічного університету (ДБТУ). ДБТУ створено шляхом реорганізації відповідно до Розпорядження Кабінету Міністрів України від 12.05.2021 р. №431-р "Про утворення Державного біотехнологічного університету" та наказу МОН України від 18.06.2021 р. № 689. ОП "Маркетинг" є результатом поєднання найкращих освітніх практик, які раніше використовувалися в ХНТУСГ імені П. Василенка, ХДУХТ, ХНАУ імені В.В. Докучаєва. У процесі формування ОП "Маркетинг" проаналізовано існуючі навчальні плани та методичні підходи закладів, що увійшли до ДБТУ, з метою створення сучасної, конкурентоспроможної програми, орієнтованої на потреби ринку праці. ОП було оновлено і затверджено на засіданні Вченої ради університету, протокол №5 від 14.04.2022 р. У 2024 р. ОП переглянуто і оновлено із урахуванням пропозицій стейкхолдерів та затверджено Вченою радою ДБТУ (протокол №11 від 26.04.2024р.). Процес оновлення ОП відбувається періодично з урахуванням пропозицій стейкхолдерів: здобувачів, роботодавців, випускників, викладачів (№9 від 24.04.2025р., №16 від 28.05.2026р. засідань Вченої ради університету). Основна мета ОП це підготовка бакалаврів маркетингу, здатних розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми маркетингової діяльності з орієнтацією на потреби споживчого ринку та розвиток сталих продовольчих систем в умовах невизначеності. Особливістю ОП є орієнтація на споживчий ринок та поглиблення професійної підготовки у сфері продовольчого маркетингу, що розширює можливості застосування набутих компетентностей у сталих продовольчих системах. Зміст ОП забезпечує формування компетентностей, необхідних для виконання основних професійних завдань маркетолога, та враховує сучасні вимоги ринку праці. Випусковою для ОП «Маркетинг» є кафедра маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом. До забезпечення освітнього процесу за ОП залучені висококваліфіковані науково-педагогічні працівники університету, досвід роботи та кваліфікація яких гарантують якісну підготовку фахівців.

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

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	*З*	*ОД*	*З*
1 курс	2026 - 2027	100	8	11	0	0
2 курс	2025 - 2026	100	12	11	4	2
3 курс	2024 - 2025	160	18	3	3	0
4 курс	2023 - 2024	160	9	5	0	0

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

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	*програми відсутні*
перший (бакалаврський) рівень	**52468 Маркетинг**
другий (магістерський) рівень	**52514 Маркетинг**
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	**63924 Маркетинг**

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

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	47994447	47856166

Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	47994447	47856166
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	0	0

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:
- щодо ОП, яка реалізується у базовому ЗВО – без урахування приміщень ВСП;
- щодо ОП, яка реалізується у ВСП – лише щодо приміщень даного ВСП.

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	*075b-opp-mr-24v.pdf*	qne12xWuoH2s4G7LAcGK3JZw4g+NelC3IV2p0N8R8fg=
Навчальний план за ОП	*NP_24_b_mark_ZV.pdf*	McQT5bSCL2epzGYv8AGe6ZC+Ub6haca9+paHiaDnKA8=
Навчальний план за ОП	*NP_24_b_mark_DV.pdf*	hoQXFHDE2IkOsjKwUg3e4eswv4DKIgEm9MLInkdxAIc=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*Recenziya_Terra_24.pdf*	uZTNGn93sx0+f+4e+3V6dTlxQaBNiy/OrTa9QfQPco0=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*Recenziya_Kostuchenko_24.pdf*	gqRva/bu7arRjsFnuTxyohlaslCI/D/cjz9nLqu+vYE=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*Recenziya_Strachinska_24.pdf*	Wln5DAdZ3xg0VHMCCfMz0019c85vmzE4B6bSOsHxhcE=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	*Recenziya_UAM_24.pdf*	KdNGt81sATMv16JnKww0WPZdfJQHOst2xfk5eVYT8qE=

1. Проєктування освітньої програми

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

Розробка ОП проводилася згідно вимог Закону України «Про вищу освіту» та опираючись на Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня ВО, затвердженого і введеного в дію Наказом МОН України №1343 від 05.12.2018 р. (https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf). Предметна область, мета, цілі, інтегральна компетентність, перелік загальних і фахових компетентностей та програмних результатів навчання освітньої

програми повністю відповідають затвердженому стандарту вищої освіти. ОП спрямована на підготовку бакалаврів маркетингу, здатних вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності, що передбачає застосування відповідних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. Програмні результати навчання (Р) зазначені в ОП та визначені стандартом досягаються за рахунок 37 обов'язкових освітніх компонентів, поєднання теоретичного та практичного навчання, що показано в матриці забезпечення Р, відповідними освітніми компонентами (ОК) (таблиця 2). Освітні компоненти з каталогу вибіркових дисциплін (у кількості 20 (60 кредитів ЄКТС), 25% від загальної кількості) підсилюють досягнення Р. Атестацію здобувачів передбачено у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, що повністю відповідає стандарту ВО. ОП відповідає вимогам, що мінімум 50 % обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом ВО. Кожен Р досягається комплексно через системне взаємодоповнення змісту ОК.

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

За ОП присвоюється освітня кваліфікація, проте зміст програми дозволяє здобувачам здобути професійну кваліфікацію за умов виконання всіх вимог професійного стандарту у суб'єкта, уповноваженого її присвоювати. ОП враховує вимоги професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» https://register.nqa.gov.ua/en/standards/398 . У освітній програмі це відображено в навчальному плані та забезпечується формуванням спеціальних компетентностей та програмних результатів навчання. Зміст освітньої програми передбачає формування компетентностей, необхідних для збору маркетингової інформації, розроблення маркетингових програм, а саме товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики, використання інструментів цифрового маркетингу, контент стратегії та маркетингових інновацій. Докладна таблиця відповідності наведена за лінком (https://drive.google.com/file/d/1tN-JIFkFAKFEcvQANqD79KMS9g_t7p16/view?usp=drive_link).

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

Зміст ОП визначається з урахуванням потреб здобувачів вищої освіти та випускників, що забезпечується через:
- опитування здобувачів щодо якості, змісту та практичної спрямованості ОП (https://forms.gle/Sub41qQTuy1itjiC8), результати яких використовуються для визначення напрямів її вдосконалення.
- анкетування випускників щодо якості отриманих знань, практичної підготовки та відповідності набутих компетентностей професійним потребам (https://forms.gle/DjL8vbXb2yJeBbZs9).
- безпосередню участь здобувачів у перегляді ОП. Зокрема, 26.03.2026 до засідання групи удосконалення залучено Анастасію Зав'ялову, Вероніку Калітіну, Софію Михайлову-Сопу та Анну Бондаренко. Запропоновані зміни відображено у протоколах засідання групи удосконалення (https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#obgov).
Обговорення змісту ОП проводиться під час кураторських годин і зустрічей із викладачами, де здобувачі можуть висловлювати пропозиції щодо змісту навчання та вдосконалення освітніх компонентів.

- роботодавці

Інтереси та потреби роботодавців враховуються під час формування, перегляду й удосконалення ОП через системну співпрацю з бізнес-середовищем. Представники роботодавців залучаються до обговорення змісту ОП, визначення необхідних професійних компетентностей (https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#obgov) та рецензування ОП (https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#recen). Під час круглих столів, робочих зустрічей і публічних обговорень розглядаються актуальні вимоги ринку праці та пропозиції щодо оновлення ОП. Зокрема, до обговорення залучалися О. Сінаюк, директор ТОВ «НЬЮ ІМІДЖ МАРКЕТІНГ ГРУП»; С. Макєєв, виконавчий директор ТОВ «УКР-ТРЕЙД»; І. Панченко, керівник відділу маркетингу ТОВ «ТЕРРА» (посилання на обговорення наведено вище). Додатковим інструментом урахування потреб роботодавців є опитування щодо якості ОП, актуальності її змісту та відповідності ПРН вимогам професійної діяльності (https://forms.gle/qoSQwyGzk8bMtE2p8). Отримані пропозиції розглядаються проєктною групою під час перегляду ОП.

- академічна спільнота

Зміст ОП визначається з урахуванням пропозицій академічної спільноти, представники якої залучаються до обговорення та вдосконалення ОП. Участь у цьому процесі брали: І. Лилик – президентка ГО «Українська асоціація маркетингу», к.е.н., доцент; Діана Райко – завідувачка кафедри маркетингу НТУ «ХПІ», д.е.н., професор; Світлана Ковальчук – професор Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, д.е.н.; Тетяна Устік – професор кафедри маркетингу та логістики Сумського НАУ, д.е.н.; Лариса Страшинська – професор кафедри маркетингу Національного університету харчових технологій, д.е.н.; Олена Бондаренко – завідувачка кафедри маркетингу Київського державного торговельно-економічного університету, д.е.н., професор та інш. Пропозиції представників академічної спільноти та результати обговорень відображено у відповідних матеріалах на сайті кафедри (https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#obgov). Важливе значення має співпраця з ГО «Українська асоціація маркетингу» (УАМ) (всі члени кафедри є

членами ГО), яка сприяє узгодженню змісту ОП із сучасними вимогами маркетингової професії та професійними стандартами. Залучення представників УАМ до обговорення програми дає змогу враховувати актуальні вимоги до компетентностей маркетологів, посилювати практичну спрямованість підготовки та зв'язок освіти з професійним середовищем.

- інші стейкхолдери

Зміст освітніх компонентів, що забезпечують програмні результати навчання постійно оновлюється з урахуванням співпраці кафедри з ГО "Асоціація приватних роботодавців", представниками відділу контролю за рекламою та дотриманням антитютюнового законодавства Держпродспоживслужби України на регіональному та національному рівні, ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» (Kharkiv IT Cluster), ГО "Українська асоціація маркетингу", яка налічує більше 1200 членів маркетингової спільноти, 85 кафедр маркетингу з усіх регіонів України. Гарант ОПП Олініченко К.С. 2024-2025 рр. була розробником професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» https://uam.in.ua/wp-content/uploads/2025/04/714-2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirenna_rinku_zbutu_marketolog-1.pdf що сприяло актуалізації змісту освітніх компонентів та узгодженню програмних результатів навчання з вимогами професійного середовища і ринку праці. Професор Савицька Н.Л. у період 2022-2026 рр. входить в групу розробників програми ЄФВВ "Управління та адміністрування", була розробником і рецензентом тестових завдань ЄФВВ зі спеціальності 075 (лінк), членом НМК НМР МОН України, що сприяло залученості широкого кола стейкхолдерів до актуалізації змісту ОПП, вимогами професійного середовища, регіонального і національного ринку праці.

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

Мета ОП узгоджується з місією та стратегією ДБТУ (https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/), визначеними у Статуті ДБТУ та Стратегії розвитку ДБТУ на 2022–2027 рр. Вона спрямована на підготовку конкурентоспроможних фахівців, здатних застосовувати сучасні маркетингові знання та інструменти для вирішення професійних завдань, розвитку бізнесу й задоволення потреб споживачів. Відповідність мети ОП положенням Статуту ДБТУ проявляється у забезпеченні якісної професійної підготовки, поєднанні освітньої, наукової та інноваційної діяльності, розвитку інтелектуального потенціалу здобувачів, формуванні їхньої здатності до самостійного прийняття рішень і професійного розвитку. Мета ОП узгоджується зі стратегічними напрямами розвитку ДБТУ щодо підвищення якості освіти, практикоорієнтованого навчання, цифровізації, інтеграції освіти, науки та бізнесу, розширення співпраці з роботодавцями й міжнародними партнерами. Особливістю ОП є орієнтація на потреби споживчого ринку та поглиблене розуміння маркетингової діяльності у сталих продовольчих системах, що відповідає галузевій спрямованості університету, його орієнтації на інноваційний розвиток і підготовку фахівців для сталого розвитку та повоєнного відновлення економіки України.

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

Мета та програмні результати навчання ОП «Маркетинг» враховують сучасні тенденції розвитку маркетингової науки, відображені в дослідженнях ДБТУ, ініціативній тематиці кафедри та наукових роботах на замовлення бізнесу. Зокрема, охоплюють цифрову трансформацію маркетингу, управління асортиментом, сталий і резильєнтний розвиток бізнесу, інноваційні стратегії, зміни споживчої поведінки, залучення клієнтів, зростання продажів та адаптацію підприємств до повоєнного відновлення (https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/naukova-diyalnist-mr/). Відповідність цим тенденціям конкретизовано у результатах навчання, що передбачають застосування теоретичних знань і маркетингового інструментарію (Р1–Р3); аналіз ринкових процесів, поведінки споживачів та обґрунтування рішень (Р2, Р4, Р5); використання цифрових технологій та інновацій (Р7, Р8); адаптацію до змін середовища й оцінювання ризиків (Р8, Р9); реалізацію маркетингових функцій, підприємницької та управлінської ініціативи (Р6, Р11, Р13, Р14); дотримання принципів соціальної відповідальності, етики й доброчесності (Р15, Р18, Р19). Галузеву специфіку ДБТУ відображено у фокусі ОП на маркетинговій діяльності на споживчому ринку з урахуванням функціонування сталих продовольчих систем, що конкретизовано в Р20.

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

Мета та програмні результати навчання ОП «Маркетинг» сформовані з урахуванням тенденцій ринку праці, галузевого та регіонального контексту. Регіональні особливості враховано відповідно до Стратегії розвитку Харківської області на 2021–2027 роки (https://kharkivoda.gov.ua/oblasna-derzhavna-administratsiya/struktura-administratsiyi/strukturni-pidrozdili/717/129448) та через співпрацю кафедри з бізнесом і професійними об'єднаннями. Гостьові лекції, зустрічі з практиками, представниками Української асоціації маркетингу, Асоціації приватних роботодавців і Коаліції галузевих та бізнес-спільнот Харкова сприяють урахуванню потреб роботодавців і сучасних викликів бізнесу (https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/). Галузевий контекст реалізується через можливість вибору підприємств різних сфер діяльності для практичної підготовки та кваліфікаційних досліджень, що забезпечує формування Р2, Р4, Р7-Р9 з урахуванням галузевої специфіки. Підготовка маркетологів орієнтована на адаптацію, відновлення та розвиток підприємств прифронтового регіону, пошук ринкових можливостей і підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

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

Під час формування та оновлення ОП «Маркетинг» здійснюється порівняння мети, програмних результатів навчання та змісту бакалаврських програм інших ЗВО України: НТУ «Харківський політехнічний інститут» (https://drive.google.com/file/d/1RDY9oz_2Z3wP3eHxHZ_A7b0DxkkBihXl/view?usp=sharing), КНЕУ імені Вадима Гетьмана (https://drive.google.com/file/d/1NnE04NVIbbC4Q301JgRid_C2eZ9EcseB/view), Національного університету «Одеська політехніка» (http://op.edu.ua/sites/default/files/files/opscans/pidpysanyy_bac-075-0_marketyng_id_50630_2024.pdf), НУ «Львівська політехніка» (https://directory-new.lpnu.ua/majors/inem/6.D5.00.00/8/2025/ua/full), Сумського національного аграрного університету (https://eim.snau.edu.ua/wp-content/uploads/2020/10/OPP_Marketing_Bakalavr.pdf) та Одеського державного аграрного університету (https://osau.edu.ua/wp-content/uploads/2025/06/OPP-BAK_D5-Marketyng_2025.pdf). Порівняльний аналіз дозволяє враховувати сучасні підходи до формування дослідницьких, аналітичних, управлінських і цифрових компетентностей. Зокрема, досвід Острозької академії враховано щодо поєднання маркетингу з аналітикою даних та інформаційними технологіями, Львівської політехніки щодо інтеграції фундаментальної і прикладної підготовки, Сумського та Одеського аграрних університетів – щодо галузевих особливостей маркетингу в аграрній сфері. Ці напрями відображено в результатах навчання ОП ДБТУ: аналізування та прогнозування ринкових процесів (Р2), обґрунтування рішень на основі даних (Р4), використання цифрових технологій (Р7), застосування інноваційних підходів (Р8) і міждисциплінарних знань (Р11). Водночас особливість ОП «Маркетинг» ДБТУ полягає в орієнтації на споживчий ринок із поглибленим розумінням функціонування сталих продовольчих систем. Програма поєднує загальну маркетингову підготовку з вивченням специфіки просування, розподілу та споживання продовольчої продукції, принципів сталого розвитку й відповідальної ринкової поведінки. Цю особливість закріплено в додатковій спеціальній компетентності СК15 і програмному результаті Р20, що передбачають розроблення маркетингових систем на споживчому ринку з урахуванням особливостей функціонування сталих продовольчих систем.

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

Мета та програмні результати навчання ОП «Маркетинг» узгоджуються із сучасними підходами до підготовки маркетологів у європейських університетах. Порівняння змісту іноземних освітніх програм свідчить про спільні пріоритети: розвиток аналітичних і цифрових компетентностей, дослідження поведінки споживачів, формування маркетингових стратегій, практична підготовка та орієнтація на сталий розвиток. Зокрема, програма BSc Consumer Behaviour and Marketing Університету Редінга (Велика Британія) https://www.reading.ac.uk/ready-to-study/study/2026/marketing-ug/bsc-consumer-behaviour-and-marketing передбачає вивчення психології споживачів, маркетингових досліджень, цифрового маркетингу, управління брендом і сталого розвитку. Аналогічні напрями реалізуються в ОП ДБТУ через ОК «Поведінка споживачів», «Маркетингові дослідження», «Цифровий маркетинг», «Бренд-менеджмент», «Соціально відповідальний маркетинг», забезпечуючи досягнення Р2, Р4, Р5, Р7, Р15. Особливий інтерес становить галузева спрямованість програми Університету Редінга, яка охоплює продовольчий бізнес, управління ланцюгами постачання та сталість продовольчих систем. Ці напрями співвідносяться з особливостями ОП ДБТУ, зокрема ОК «Агропродовольчий маркетинг» і «Маркетингова логістика та збут», та сприяють досягненню Р6, Р11.
Досвід University of Galway (Ірландія), програма Bachelor of Commerce, спеціалізація Marketing Management https://www.universityofgalway.ie/business-public-policy-law/cairnes/courses/undergrad/commerce.html , демонструє важливість поєднання маркетингової аналітики, цифрового планування, управління брендом, маркетингових комунікацій і глобального маркетингу. В ОП ДБТУ ці напрями представлені ОК «Аналітичний маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Управління результативністю маркетингової діяльності», що забезпечують Р4, Р6, Р7, Р10, Р14. Практикоорієнтований підхід іноземних програм, зокрема виконання прикладних маркетингових проєктів в Університеті Редінга та можливість поєднання навчання зі стажуванням у програмі Bachelor of Commerce (Global Experience) University of Galway https://www.universityofgalway.ie/courses/undergraduate-courses/commerce-global-experience.html , співвідноситься з практичною підготовкою здобувачів ДБТУ через навчальні практики, комплексний тренінг із прикладного маркетингу, передатестаційну практику та кваліфікаційну роботу. Мета та результати навчання ОП «Маркетинг» відповідають сучасним європейським підходам до підготовки фахівців, хоча ОП ДБТУ зберігає власну особливість орієнтації на споживчий ринок і маркетингову діяльність у сталих продовольчих системах.

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)?

180

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

60

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

Зміст ОП «Маркетинг» відповідає предметній області спеціальності «Маркетинг» та вимогам Стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня (наказ МОН України від 05.12.2018 № 1343). Об'єкт вивчення – маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення економічних і соціальних інтересів – розкривається через ОК «Фундаментальний маркетинг», «Соціально відповідальний маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Поведінка споживачів», «Маркетингова товарна політика та ціноутворення», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова логістика та збут». Цілі навчання щодо формування здатності розв'язувати практичні проблеми маркетингової діяльності, аналізувати ринкові процеси та обґрунтовувати рішення забезпечуються ОК «Маркетингові дослідження», «Аналітичний маркетинг», «Менеджмент». Теоретичний зміст предметної області охоплює концепції, принципи, функції та інструменти маркетингу, що вивчаються в межах ОК «Маркетингова товарна політика та ціноутворення», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова логістика та збут», «Бренд-менеджмент», «Трейд-маркетинг», «Маркетингові інновації». Методи, методики та технології маркетингової діяльності опановуються під час вивчення ОК «Цифровий маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Аналітичний маркетинг», «Поведінка споживачів». Використання сучасних інформаційних систем і цифрових інструментів забезпечують ОК «Інформаційні та комунікаційні технології», «Цифровий маркетинг». Кількісні методи аналізу формуються через ОК «Статистика», «Вища та прикладна математика», «Економічна теорія (мікро, макро)». Управлінську та економічну підготовку доповнюють ОК «Фінанси, гроші та кредит», «Облік та оподаткування суб'єктів господарювання», «Підприємництво», «Цифрова економіка». Формуванню загальних компетентностей сприяють ОК «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Історія української державності та громадянське суспільство», «Філософія», «Академічне письмо та доброчесність в маркетингу», «Самоменеджмент». Практична складова реалізується через навчальні практики «Вступ до фаху», «Маркетингові дослідження у цифровому середовищі», «Комплексний тренінг з прикладного маркетингу» та «Передатестаційна практика» і підготовку кваліфікаційної роботи. Це забезпечує послідовне набуття й закріплення професійних навичок, застосування маркетингових інструментів і підготовку до самостійної діяльності. Особливість ОП полягає в орієнтації на споживчий ринок із поглибленим розумінням сталих продовольчих систем, що реалізується, зокрема, через ОК «Агропродовольчий маркетинг», «Трейд-маркетинг», «Маркетинг сталого розвитку». Вибіркові ОК доповнюють фахову підготовку та забезпечують формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів.

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

Структура освітньої програми забезпечує можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії, зокрема шляхом самостійного вибору здобувачами освітніх компонентів. Здобувачі освіти можуть обирати дисципліни в обсязі 60 кредитів ЄКТС, що становить 25% від загальної кількості кредитів ОП, визначених для бакалаврського рівня вищої освіти у Розділі X статті 62 Закону України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014 року, пункт 15. Для забезпечення реалізації здобувачами ВО права вибору в межах варіативної складової освітньої програми та формування індивідуальної освітньої траєкторії затверджені «Положення про організацію освітнього процесу в Державному біотехнологічному університеті» https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf та «Положення про порядок обрання здобувачами освіти вибіркових навчальних дисциплін у Державному біотехнологічному університеті» https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/07/pol-pro-obr-vyb-dysc-26.pdf . Окрім зазначеного, здобувачі освіти мають право на вільний вибір баз передатестаційної практики https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/03/pol-pro-prackt-navch-23.pdf , теми кваліфікаційної роботи та наукового керівника https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol4.pdf , вільне обрання тематики наукових публікацій, реалізація права на академічну мобільність https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/07/pol-pro-akad-mob-26.pdf , що регламентується відповідними положеннями.

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

Право здобувачів на вибір навчальних дисциплін реалізується відповідно до законодавства України та внутрішніх нормативних документів ДБТУ: «Положення про організацію освітнього процесу в Державному біотехнологічному університеті» https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf і «Положення про порядок обрання здобувачами освіти вибіркових навчальних дисциплін у Державному біотехнологічному університеті» https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/07/pol-pro-obr-vyb-dysc-26.pdf . На офіційному вебсайті університету у відкритому доступі розміщено каталоги вибіркових освітніх компонентів із силабусами, підготовленими відповідно до затверджених вимог https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/01/norm-b-nmz_op-sylabusv.pdf . Перелік вибіркових освітніх компонентів охоплює дисципліни орієнтовані на розвиток м'яких навичок (soft skills), та професійно орієнтовані дисципліни, що забезпечують поглиблення фахових компетентностей (hard skills). Вільний доступ до каталогу дає змогу здобувачам ознайомитися зі змістом дисциплін, результатами навчання та обрати компоненти відповідно до власних інтересів і професійних планів. В ОП «Маркетинг» обсяг вибіркових компонентів становить 60 кредитів ЄКТС (25% загального обсягу програми). Процедура вибору враховує рік навчання та послідовність опанування освітніх компонентів. Для здобувачів першого року навчання пропонується перелік дисциплін, попередньо узгоджений і затверджений гарантом ОП. Для здобувачів 2 та 3 курсів передбачено два етапи вибору. Спочатку через Google-форми проводиться попереднє голосування (до 31 березня, згідно положення, на наступний навчальний рік), під час якого здобувачі обирають пріоритетні дисципліни з рекомендованого переліку, сформованого на основі загальноуніверситетського каталогу з урахуванням пропозицій

гаранту освітньої програми. Перелік доступний у підрозділі «Вибіркові дисципліни» розділу «Студенту» на сайті ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/studentu/vibirkovi-distsiplini/ . Після ознайомлення із силабусами здобувачі на другому етапі здійснюють остаточний вибір дисциплін на наступний навчальний рік. Для здобувачів освіти 4 курсу передбачено 1 етап вибору. За результатами вибору відбувається зарахування на відповідні освітні компоненти, які включаються до індивідуальних навчальних планів. Такий порядок забезпечує прозорість процедури, врахування освітніх потреб здобувачів і формування їхньої індивідуальної освітньої траєкторії.

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

Практична підготовка здобувачів забезпечується комплексом навчальних практик: "Вступ до фаху" (6 кредитів ЄКТС); "Маркетингові дослідження у цифровому середовищі" (6 кредитів ЄКТС); "Комплексний тренінг з прикладного маркетингу" (6 кредитів ЄКТС), передатестаційною практикою на базі підприємств та організацій (6 кредитів ЄКТС); індивідуальних завдань, кейсів тощо. Фахові компетентності і результати навчання (Р2-Р9, Р12-Р14, Р20) формуються під час практичних занять. Практична підготовка здіснюється відповідно до Положення про практичне навчання здобувачів вищої освіти ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/03/pol-pro-prackt-navch-23.pdf . Навчальним планом передбачено виконання комплексу практичної підготовки у 2, 4, 6, 8 семестрі. Виробничу практику перед атестацією здобувачі проходять, здійснюючи вибір баз практик із запропонованих кафедрою https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/zdobuvachu/#prakt або обирають об'єкт самостійно.

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

Соціальні навички здобувачів ОП «Маркетинг» формуються протягом навчання через:
- Освітні компоненти: «Соціологія комунікацій», «Маркетингові комунікації», «Менеджмент», «Самоменеджмент», «Соціально відповідальний маркетинг» (комунікація, лідерство, командна робота, етика).
- Інтерактивне навчання: кейси, групові проєкти, дискусії, презентації https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf .
- Практичну підготовку: навчальні практики, передатестаційну практику https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/03/pol-pro-prackt-navch-23.pdf .
- Наукову діяльність: гуртки, конференції, дослідження, кваліфікаційні роботи (критичне мислення, публічні виступи) https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/normatyvna-baza/ .
- Взаємодію з бізнесом: гостьові лекції, майстер-класи, зустрічі з практиками https://biotechuniv.edu.ua/novyny-fakultetu-upravlinnya-torgovelno-pidpryyemnytskoyu-ta-mytnoyu-diyalnistyu/novyny-kafedry-marketyngu-uk/praktychna-pidgotovka-marketologiv-u-derzhavnyj-biotehnologichnyj-universytet-shhorichno-prohodyt-u-lyutomu-misyatsi/ .
- Самоврядування, волонтерство (лідерство, соціальна відповідальність) https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-stud.pdf .
- Індивідуальну освітню траєкторію, академічну мобільність (самоосвіта) https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/12/pol-pro-obr-vyb-dysc-24.pdf; https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol1.pdf .

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

ОП «Маркетинг» має чітку структуру, що забезпечує послідовне поглиблення знань і компетентностей здобувачів. Структурно-логічна схема передбачає перехід від загальноекономічної, гуманітарної та фундаментальної маркетингової підготовки до опанування прикладних інструментів маркетингу. ОК «Економічна теорія (мікро, макро)», «Фундаментальний маркетинг», «Інформаційні та комунікаційні технології» створюють основу для подальшої фахової підготовки. ОК «Маркетингові дослідження», «Статистика», «Аналітичний маркетинг» формують дослідницькі й аналітичні навички, а «Маркетингова товарна політика та ціноутворення», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова логістика та збут», «Бренд-менеджмент» забезпечують опанування функціональних напрямів маркетингу. Особливість ОП розкривають ОК «Агропродовольчий маркетинг», "Трейд маркетинг" і «Маркетинг сталого розвитку», орієнтовані на споживчий ринок і сталі продовольчі системи. Практична підготовка охоплює навчальні практики, передатестаційну практику та кваліфікаційну роботу бакалавра. Вибіркові ОК поглиблюють фахову підготовку. Загальнокультурні та громадянські компетентності формують ОК «Історія української державності та громадянське суспільство», «Соціально відповідальний маркетинг», «Академічне письмо та доброчесність в маркетингу», сприяючи розвитку критичного мислення, відповідальності та етичної поведінки.

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

У ДБТУ застосовується студентоцентрований та кредитно-орієнтований підходи до визначення обсягу ОК відповідно до ЄКТС відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в ДБТУ (https://biotechuniv.edu.ua/wp-

content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf). Загальний обсяг ОП становить 240 кредитів ЄКТС, з яких 180 кредитів (75%) припадає на обов'язкові ОК, 60 кредитів (25%) на вибіркові. Щорічне навантаження становить 60 кредитів ЄКТС, тижневе аудиторне – не перевищує 30 годин. Для обов'язкових ОК частка аудиторної роботи становить 49% , самостійної – 51%. У ДБТУ дотримано вимогу статті 1 ЗУ «Про вищу освіту», в якому передбачено, що обсяг навчальних занять в одному кредиті ЄКТС навчальної дисципліни становить не менше 10 ауд. год. на 1 кредит для бакалаврів. Згідно навчального плану обсяг навчальних занять в 1 кредиті ЄКТС навчальних дисциплін ОПП Маркетинг складає 13,6 годин. Такий розподіл забезпечує збалансоване навантаження та досягнення програмних результатів навчання.

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 ОП «Маркетинг» забезпечується поєднанням практичних завдань в ОК та навчальної й виробничої практик. Представники бізнесу залучаються до проведення майстер-класів та гостьових лекцій https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/ . Освітній процес передбачає студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання із застосуванням кейсів, ділових ігор, групових проєктів, маркетингових досліджень. Практичні навички формуються всіма ОК підготовки, зокрема «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика та ціноутворення», «Трейд-маркетинг», «Аналітичний маркетинг», «Бренд-менеджмент» та всіх видів практики https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/03/pol-pro-prackt-navch-23.pdf. У структурі аудиторних занять підготовки бакалаврів маркетингу 63% складають практичні заняття. Від загальної кількості кредитів ЄКТС обов'язкових ОК в ОП 13,33% складає навчальна та виробнича (передатестаційна) практика. Підготовка 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

ОП «Маркетинг» забезпечує набуття компетентностей, спрямованих на досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР) до 2030 року, через зміст ОК, практичну підготовку та кваліфікаційну роботу. Особливістю ОП є поєднання маркетингової підготовки з галузевою специфікою сталих продовольчих систем. ОК «Агропродовольчий маркетинг» формує розуміння функціонування продовольчих ринків (ЦСР 2). ОК «Маркетинг сталого розвитку», «Соціально відповідальний маркетинг», «Поведінка споживачів» розвивають навички формування соціальних та екологічних наслідків маркетингових рішень, етичного просування продукції (ЦСР 12). ОК «Підприємництво», «Маркетингові інновації», «Цифрова економіка», «Аналітичний маркетинг» формують здатність застосовувати інноваційні та цифрові технології для розвитку бізнесу (ЦСР 8, 9). Студентоцентроване навчання, цифрове освітнє середовище та індивідуальна освітня траєкторія сприяють реалізації ЦСР 4. Набуті компетентності закріплюються під час навчальних і передатестаційної практик, виконання дослідницьких завдань та кваліфікаційної роботи, що забезпечує здатність обґрунтовувати маркетингові рішення з урахуванням економічних, соціальних та екологічних аспектів 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://biotechuniv.edu.ua/vstupnyku/vstup-2026/

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

Правила прийому на навчання за ОП «Маркетинг» визначаються Положенням про приймальну комісію https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/polozhennya-pro-PK-2026.pdf , Порядком прийому на навчання для здобуття вищої освіти у 2026 році https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/04/poryadok-pryjomu-u-2026-rotsi.pdf та Правилами прийому до ДБТУ у 2026 році https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/08/Pravyla_pryjomu_DBTU_24_08_2026_pidpys-.pdf. На перший (бакалаврський) рівень вищої освіти приймаються вступники на основі повної загальної середньої освіти (ПЗСО) та рівнів НРК5, НРК6, НРК7. Конкурсний відбір здійснюється за результатами НМТ або інших вступних випробувань у випадках, передбачених Правилами прийому. Заяви подаються через електронний кабінет вступника та реєструються в ЄДЕБО. Особливості ОП враховано через вагові коефіцієнти конкурсних предметів: українська мова – 0,35; математика – 0,4; історія України – 0,25. Четвертий предмет НМТ вступник обирає самостійно з установленого переліку. Мінімальний конкурсний бал – 100. Для вступників на основі раніше здобутої вищої освіти передбачено фахові вступні випробування відповідно до Правил прийому. Інформація про конкурсний відбір доступна в ЄДЕБО https://vstup.edbo.gov.ua/konkurs-calculator.

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

учасників освітнього процесу?

У ДБТУ порядок визнання результатів навчання та кваліфікацій, здобутих за іншими освітніми програмами Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у закладах освіти, у неформальній та інформальній освіті (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol11n.pdf), а також Положенням про організацію освітнього процесу в ДБТУ (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf). Доступність процедури визнання результатів навчання та кваліфікацій, здобутих за іншими ОП, забезпечується відкритістю відповідних правил, оприлюднених на сайті ДБТУ (https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/normatyvna-baza/). Визнання здійснюється для здобувачів, які переводяться, поновлюються на навчання, беруть участь в академічній мобільності або здобувають неформальну освіту, на підставі підтвердних документів. Інформування про процедуру відбувається під час занять, зустрічей із кураторами та гарантом ОП.

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

Здобувачі беруть участь у міжнародній академічній мобільності: Михайлова-Сопа С.Є. у 2024 р. навчалася в Університеті природних ресурсів і наук про життя (BOKU, Австрія), де опанувала дисципліни з маркетингу, управління аграрним бізнесом, комунікаціями та інш. У 2025 р. здобувачка продовжила навчання в Університеті Південної Данії (SDU), опанувавши дисципліни «Бренд-менеджмент і маркетингові комунікації», «Маркетинг і стратегічні комунікації», «Міжнародний бізнес». Також Михайлова-Сопа С.Є. пройшла навчання в NIQ Academy (березень–травень 2026 р.), організованого NielsenIQ, за сприяння Української асоціації маркетингу, що підтверджено відповідним сертифікатом. Афанасьєв Д.В. пройшов сертифікаційну програму «Certificated ANA Marketing Student» американської Асоціації національних рекламодавців (ANA), доступ до якої наданий за сприяння ГО «Української асоціації маркетингу». Отримані РН розглянуті для визнання в межах неформальної освіти відповідно до процедур ДБТУ. За результатами навчання та відповідно до рішення комісії про перезарахування результатів навчання за програмою академічної мобільності https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#akad погоджено визнання та перезарахування результатів навчання за ОК ОП “Маркетинг”. Прийняті рішення щодо визнання результатів навчання отриманих на інших ОП, визнані на підставі відповідних документів.

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

У ДБТУ визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті, регулюється Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у закладах вищої освіти, у неформальній та інформальній освіті (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol11n.pdf). Про цю процедуру здобувачі освіти дізнаються з сайту ДБТУ, зустрічей з гарантом ОП та куратором. Документ визначає умови, порядок подання заяв, процедуру оцінювання та перезарахування результатів навчання. Здобувачі ОП «Маркетинг» мають право набувати додаткових компетентностей поза межами освітньої програми та ініціювати визнання результатів, отриманих під час проходження онлайн-курсів, тренінгів, професійних програм та самостійного навчання. Для визнання результатів здобувач подає до деканату заяву та підтвердні документи. За погодженням із гарантом ОП створюється атестаційна комісія у складі не менше трьох осіб, яку очолює гарант. Комісія зіставляє здобуті результати з компетентностями, програмними результатами навчання та змістом відповідних освітніх компонентів. За результатами розгляду визначається можливість їх перезарахування та відповідний обсяг кредитів ЄКТС.

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

У межах реалізації ОП «Маркетинг» здійснюється визнання результатів навчання, здобутих у неформальній освіті. Зокрема, у лютому 2024 р. здобувачі групи 075-22б-01 Федорченко А.М., Зіненко К.К., Німчин М.Д., Христенко С.С., Загребельний К.Є., Містюк Г.Д., Колеснікова Я.О., а також Леник Д. пройшли навчання на платформі «Дія.Освіта» за напрямами SMM, PR, таргетована реклама, SEO, email-маркетинг, Google Ads (по 0,1 кредиту ЄКТС). Результати зараховано ОК “Цифровий маркетинг”, що сприяло розвитку цифрових і професійних компетентностей. У 2025 р. Багрій Б., Драгола Д., Зав'ялова А., Удовиченко У., Брусенцева М., Ковальова К., Низюк Д., Носенко І., Осипов Д., Фурсова К., Хорошилова Д. пройшли курс «Академічна доброчесність в університеті» на платформі ВУМ online (0,1 кредиту ЄКТС). Результати навчання підтверджені сертифікатами та зараховано в ОК “Академічне письмо та доброчесність в маркетингу”.

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 за ОП «Маркетинг» організовано відповідно до Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про забезпечення функціонування української мови як державної», Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075

«Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня та Положення про організацію освітнього процесу в ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf. Навчання здійснюється державною мовою з дотриманням принципів академічної доброчесності та студентоцентрованого підходу. Індивідуальна освітня траєкторія забезпечується, зокрема, вибором дисциплін обсягом 25% ОП. Для досягнення програмних результатів навчання використовуються евристичні методи (проблемні лекції, дискусії) практико-орієнтовані (кейс-методи, ділові ігри, індивідуальні та командні проєкти) навчання та викладання. Зокрема, ОК «Маркетингові дослідження», «Статистика», «Аналітичний маркетинг» формують дослідницькі й аналітичні навички (Р2, 4, 6, 8, 10-12, 14, 16); «Маркетингова товарна політика та ціноутворення», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова логістика та збут», «Бренд-менеджмент» – уміння розробляти й обґрунтовувати маркетингові рішення (Р 1-12, 14-17, 20). Практики та кваліфікаційна робота забезпечують застосування набутих знань у професійній діяльності. Самостійна робота організовується з використанням електронних курсів, презентацій, тестів, навчальних і методичних матеріалів. Для дистанційної взаємодії застосовуються також Zoom і Google Meet.

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

Студентоцентрований підхід за ОП «Маркетинг» реалізується через організацію навчання: формування індивідуальної освітньої траєкторії, партнерську взаємодію викладачів і здобувачів та врахування їхніх освітніх потреб. Доступ до навчальних матеріалів, завдань і консультацій забезпечується через Moodle відповідно до Положення про організацію освітнього процесу з використанням дистанційних технологій (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-np-za-dn25.pdf). Здобувачі самостійно обирають вибіркові ОК обсягом 60 кредитів ЄКТС (25% ОПП), теми кваліфікаційних робіт і бази практики. Відповідні процедури регулюються нормативними документами ДБТУ (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/07/pol-pro-obr-vyb-dysc-26.pdf). Партнерська взаємодія передбачає відкритий діалог, індивідуальні консультації, обговорення навчальних завдань і спільну проєктну роботу. Зворотний зв'язок забезпечується регулярними опитуваннями здобувачів (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-acad-pol4.pdf). Результати опитувань щодо рівня задоволеності методами навчання і викладання підтверджують, що 78,8% респондентів повністю задоволені, детальні результатах опитування здобувачів (https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/yakist-osviti/). Усі отримані результати опитування обговорюються та враховуються під час удосконалення ОП.

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

Академічна свобода учасників освітнього процесу за ОП «Маркетинг» забезпечується Законом України «Про вищу освіту», Статутом ДБТУ та Положенням про організацію освітнього процесу (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf). Академічна свобода НПП реалізується через самостійне визначення структури та змісту навчального матеріалу, вибір методів викладання, розроблення авторських курсів, добір актуальних досліджень і бізнес-кейсів відповідно до цілей ОП та програмних результатів навчання. Академічна свобода здобувачів передбачає вибір освітніх компонентів, тем кваліфікаційних робіт, наукового керівника, баз практики та напрямів досліджень. Вибір індивідуальної траєкторії навчання регулюється відповідним Положенням ДБТУ (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/07/pol-pro-obr-vyb-dysc-26.pdf). Здобувачі можуть брати участь у наукових конференціях, конкурсах, програмах академічної мобільності, студентському самоврядуванні та обговоренні ОП. Вільне висловлення думок забезпечується через академічні дискусії, консультації, спілкування з гарантом ОП та анонімні опитування. Зворотний зв'язок через можливість подавати пропозиції через «скриньку довіри» (https://forms.gle/VP6MJHVkpVZaa3Gc9) та контактувати напряму з гарантом ОП через ел. пошту.

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

Цілі, зміст, очікувані результати навчання, а також порядок і критерії оцінювання визначені в ОП «Маркетинг», робочих програмах та силабусах освітніх компонентів. Вся інформація є відкритою для учасників освітнього процесу та регламентується Положенням «Про організацію освітнього процесу в ДБТУ» https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf.
До початку вступної кампанії учасники освітнього процесу мають можливість ознайомитися зі змістом і структурою освітньої програми у відкритому доступі. Відомості про цілі, зміст, завдання та очікувані програмні результати навчання за кожним освітнім компонентом доводяться до здобувачів під час першого заняття. Загальна інформація про проведення практик подається до початку їх проходження під час організаційних зборів і деталізується керівниками практик із посиланням на методичне забезпечення. Матеріали щодо освітніх компонентів доступні у системі Moodle, репозитарії. За допомогою анкетування виявляється поінформованість студентів https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/yakist-osviti/#opyt .

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

Поєднання навчання і досліджень на ОП «Маркетинг» забезпечується шляхом інтеграції дослідницьких завдань у зміст освітніх компонентів, залучення здобувачів вищої освіти до науково-дослідної та проєктної діяльності, виконання прикладних маркетингових досліджень на замовлення бізнесу, апробацію та впровадження результатів досліджень у навчальний процес. Це досягається через:
1. формування у здобувачів освіти аналітично-дослідницьких компетентностей, зокрема, пов'язаних з ОК

“Академічна доброчесність в маркетингу”, “Маркетингові дослідження”, “Аналітичний маркетинг” , що формують відповідні загальні та спеціальні компетентності, зокрема ЗК3, ЗК6, ЗК8, СК 6, СК11, СК12, СК15. Діяльність науковий гурток «Маркетинг без кордонів» під керівництвом проф. Жегус О. В., учасники якого готують доповіді, беруть участь у конференціях, конкурсах, круглих столах і зустрічах із практиками.
2. проведення самостійних прикладних маркетингових досліджень здобувачами освіти в процесі навчальних практик (“Вступ до фаху”, “Навчальна практика з маркетингових досліджень у цифровому середовищі” та “Комплексний тренінг з прикладного маркетингу”) передатестаційної практики та підготовки і захисту кваліфікаційної роботи, участь у міжнародних наукових конкурсах здобувачів вищої освіти;
3. залучення здобувачів до виконання планових НДР кафедри за ініціативною та госпдоговірною тематикою, зокрема Сухіна О.П., Крисько Ю.А., Бондаренко А.С., Коломієць Ю.В., Шиян Д.С., Фадєєв І. С., Карпенко А.В., Єрмакова А.О., Михайлова-Сопа С.Є. , Христенко С.С. https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/naukova-diyalnist-mr/#ndrit;
4. апробація результатів та участь у наукових заходах здобувачів, зокрема міжнародні науково-практичні конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі» (ДБТУ) та «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України» (спільно із НТУ “ХПІ”), на яких здобувачі представляють результати власних досліджень. За 2024 р. здобувачі опублікували 12 наукових статей і 19 тез доповідей, у 2025 р. 2 статті та 25 тез. Беруть участь у конкурсах студентських наукових робіт із маркетингу (Одеса), «Siver Student Science» (2025), конкурсах кваліфікаційних робіт (Хмельницький), наукових робіт ДБТУ, форумі «Молодь і індустрія 4.0 в XXI столітті» та фестивалі соціальної реклами «Інший погляд».
5. впровадження результатів НДР НПП кафедри в освітній процес.

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

Викладачі кафедри систематично впроваджують результати наукових досліджень у зміст ОП «Маркетинг», оновлюючи лекційні матеріали, практичні завдання, кейси та методичні рекомендації. Результати впровадження підтверджуються відповідними актами (АВ) і протоколами засідань кафедри (ПЗК). За результатами НДР № 0123U100365 «Маркетингове управління розвитком бізнесу на засадах резильєнтності соціально-економічних систем» оновлено навчально-методичне забезпечення дисциплін. Зокрема, у ОК «Фундаментальний маркетинг» актуалізовано підходи до аналізу ринкового середовища та адаптації маркетингової діяльності до кризових умов (АВ від 28.11.2023, ПЗК № 5); «Маркетинг в агрохарчовій системі» — питання сталого розвитку продовольчих систем; «Маркетингові комунікації» - інструменти цифрових комунікацій та взаємодії зі споживачами (АВ від 21.05.2024, ПЗК № 13). У дисципліні «Маркетингова товарна політика та ціноутворення» посилено практичну складову щодо адаптації маркетингових стратегій, ціноутворення (АВ від 31.05.2024, ПЗК № 14). Результати кваліфікаційних робіт А. Почуєвої та А. Титар щодо маркетингового забезпечення стійкості й конкурентоспроможності бізнесу використано для доповнення навчальних матеріалів прикладами управлінських рішень і практичних завдань (АВ від 31.05.2024, ПЗК № 14). Матеріали статті Савицької Н.Л. «Applied research of digital readiness of Retails » https://doi.org/10.37394/232015.2022.18.75 використано в ОК «Трейд-маркетинг» для розгляду оцінювання цифрової готовності торговельних підприємств. Зокрема, результати дослідження Савицької Н.Л. та Бубенець І.Г. «Analysis of the Vectors of Digital Transformation of Retail Trade in Ukraine» https://ndpublisher.in/admin/issues/EAv68n2sz16.pdf інтегровано в ОК «Трейд маркетинг» для вивчення напрямів цифрової трансформації роздрібної торгівлі. Авторський курс професора Жегус О.В. «Аналітичний маркетинг» сформовано з використанням результатів досліджень https://vstejournals.com/perspectives/articles/article-9ff3e7c7, https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1412/1422 та https://www.business-inform.net/article/?year=2023&abstract=2023_7_0_212_219. Це забезпечило включення до змісту ОК методів аналізу цифрових даних, оцінювання маркетингової діяльності та інформаційного обґрунтування управлінських рішень. У 2024–2025 рр. викладачами кафедри опубліковано 224 наукові праці, зокрема 2 монографії, 2 розділи колективних монографій, 60 статей (11 у Scopus та Web of Science) і 160 тез доповідей. Використання наукових результатів забезпечує актуалізацію змісту ОК, розвиток дослідницьких та аналітичних компетентностей здобувачів, їхню готовність вирішувати практичні маркетингові завдання.

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

Інтернаціоналізація освітньої діяльності за ОП «Маркетинг» реалізується через використання міжнародного досвіду в навчанні та викладанні, розвиток академічної мобільності й міжнародної наукової співпраці. Цьому сприяють Міжнародні наукові та освітні контакти НПП: викладачі проходять підвищення кваліфікації (сертифікати розміщено на індивідуальних сторінках НПП https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/spivrobitnyky-kafedry); беруть участь у міжнар. грантових програмах (Erasmus+, UNESCO тощо); зокрема реалізація модуля Жан Моне «EU Bioclusters: experience of formation and management to ensure sustainability for Ukrainian agroecosystems» (№101176911– BioEFM4Agro – ERASMUS-JMO-2024-HEI-TCH-RSCH) https://drive.google.com/file/d/1ekvCIohmQZvkNJDwAxri-wShU5l0GnHb/view?usp=drive_link , публікують спільні дослідження з іноземними колегами (у т.ч. виданнях, що індексуються у Scopus); входять до наукових комітетів міжнародних наукових конференцій; міжнародних конкурсів наукових робіт. Академічна мобільність та доступ до міжнародних баз Scopus,WoS, що забезпечує їх використання у навчанні, виконанні досліджень.

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 за ОП «Маркетинг» спрямовані на перевірку досягнення програмних результатів навчання та визначаються відповідно до Положення про організацію освітнього процесу https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf і Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/norm-b-acad-pol7v.pdf. Основними формами оцінювання є поточний і підсумковий контроль, що включає семестровий контроль та атестацію. Для кожного ОК конкретні форми контрольних заходів, критерії оцінювання та розподіл балів визначаються робочою програмою і силабусом https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2023/11/pol-pro-rob-progr.pdf. Поточний контроль передбачає усні опитування, тестування, розв'язання практичних задач, аналіз бізнес-кейсів, презентації індивідуальних проєктів. Тестування перевіряє теоретичні знання, розрахункові та ситуаційні завдання – аналітичні вміння, а проєктні роботи – здатність обґрунтовувати маркетингові рішення. Самостійна робота оцінюється через виконання індивідуальних завдань, рефератів, презентацій власних досліджень та захист звітів проходження практики. Завершальним етапом контролю та оцінювання за ОП є публічний захист кваліфікаційної роботи бакалавра https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol4.pdf, що дає змогу оцінити здатність комплексно застосовувати набуті знання для розв'язання практичних проблем маркетингу.

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

Чіткість і зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання за ОП «Маркетинг» забезпечуються відповідно до Положення про організацію освітнього процесу https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf. Форми поточного й підсумкового контролю, види завдань, розподіл балів і критерії оцінювання визначаються в робочих програмах та силабусах ОК, доступних здобувачам на сайті та в Moodle http://moodle.btu.kharkiv.ua. На початку семестру викладачі ознайомлюють студентів із вимогами до виконання завдань, порядком проведення контрольних заходів і формування підсумкової оцінки, типом підсумкового контролю. Навчальні матеріали та завдання розміщуються в Moodle, оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою з переведенням у національну шкалу. Здобувачі отримують інформацію про набрані бали, можуть звернутися до викладача за роз'ясненнями та отримати консультацію щодо допущених помилок в Moodle, пошті та месенджерах, які зазначив викладач у силабусі. У разі незгоди з процедурою проведення контрольного заходу або результатами оцінювання здобувачі вищої освіти мають право подати апеляцію відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в ДБТУ. Спірні питання розглядає апеляційна комісія, що створюється за розпорядженням ректора університету. Вимоги академічної доброчесності та відповідальність за їх порушення визначені Кодексом https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/kodeks-ad-2026.pdf .

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

Інформація про форми контрольних заходів, порядок їх проведення та критерії оцінювання за ОП «Маркетинг» доводиться до здобувачів завчасно відповідно до Положення про організацію освітнього процесу https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf. На початку вивчення кожної дисципліни викладач ознайомлює здобувачів із формами поточного та підсумкового контролю, видами завдань, розподілом балів і критеріями оцінювання. Ця інформація міститься в робочих програмах і силабусах ОК, розміщених на платформі Moodle http://moodle.btu.kharkiv.ua/ та на сторінці кафедри сайта ДБТУ. Перед проведенням контрольних заходів викладач додатково роз'яснює їхній формат, зміст, порядок виконання та вимоги до оцінювання. Графік освітнього процесу, розклади екзаменаційних сесій і підсумкової атестації доступні здобувачам на сторінці деканату https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/ та дублюються куратором у сформованих у месенджерах академічних групах. Розклад екзаменів формується деканатом погоджується у встановленому порядку з навчальним відділом. Інформація про дати проведення екзаменів додатково доводиться до здобувачів через робочі месенджери. Такий порядок інформування забезпечує доступність вимог до оцінювання та дає змогу здобувачам заздалегідь планувати підготовку до контрольних заходів.

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

Атестація здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за ОП «Маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи відповідно до вимог Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг». Кваліфікаційна робота бакалавра передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері маркетингу із застосуванням сучасних методів маркетингових досліджень, аналізу ринкового середовища та обґрунтування управлінських рішень. Вимоги до змісту, структури, оформлення та захисту робіт визначені Методичними рекомендаціями (https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/33163) і Положенням про підготовку і захист кваліфікаційних робіт студентами ДБТУ (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol4.pdf). Кваліфікаційні роботи проходять технічну перевірку наявності

текстових збігів із використанням системи StrikePlagiarism по термінах та вимогах зазначених у положенні https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/pol-por-perev-ad-26.pdf). Організація публічного захисту, робота екзаменаційної комісії та порядок ухвалення рішень регламентуються відповідним Положенням (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol8.pdf). Успішне проходження атестації завершується присудженням ступеня бакалавра та видачею документа про вищу освіту встановленого зразка.

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

Процедура проведення контрольних заходів за ОП «Маркетинг» регламентується Положенням про організацію освітнього процесу (пп. 6.7–6.9) https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf), Положенням про підготовку і захист кваліфікаційних робіт студентами Державного біотехнологічного університету https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol4.pdf та Положенням про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії з атестації здобувачів вищої освіти https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol8.pdf. Зазначені документи розміщені у відкритому доступі на сайті університету.

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

Об'єктивність і неупередженість оцінювання здобувачів за ОП «Маркетинг» забезпечуються прозорістю контрольних заходів, єдиними критеріями оцінювання, завчасним інформуванням здобувачів про вимоги та документуванням результатів відповідно до Положення про організацію освітнього процесу https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf. Для перевірки результатів навчання застосовуються різні форми контролю. Під час підсумкової атестації неупередженість забезпечується колегіальним оцінюванням, публічним захистом кваліфікаційних робіт, їх рецензуванням і протоколюванням рішень екзаменаційної комісії https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol8.pdf. Порядок запобігання та врегулювання конфліктних ситуацій визначено відповідним Положенням ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol2.pdf. У разі виникнення конфлікту передбачено звернення до керівництва університету та, за потреби, створення спеціальної комісії для його розгляду. Питання порушення академічної доброчесності та етики розглядаються відповідно до Кодексу академічної доброчесності ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/kodeks-ad-2026.pdf та відповідного положення ДБТУ. Випадків конфлікту інтересів під час реалізації ОП «Маркетинг» не зафіксовано.

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

Порядок повторного проходження контрольних заходів за ОП «Маркетинг» регламентується Положенням про організацію освітнього процесу (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf). У разі отримання незадовільної оцінки здобувач має право повторно скласти екзамен або залік не більше двох разів із кожної дисципліни: перший раз викладачу-екзаменатору, другий – комісії, яка сформована деканом факультету. Перескладання проводиться за затвердженим графіком, який доводиться до відома здобувачів. Результат оцінювання комісією є остаточним. У разі повторного отримання незадовільної оцінки вирішується питання щодо відрахування здобувача або повторного вивчення дисципліни відповідно до встановленого порядку. Для здобувачів, які не змогли пройти семестровий контроль із документально підтверджених поважних причин, передбачається можливість складання контрольних заходів за індивідуальним графіком. Порядок повторного проходження підсумкової атестації визначається Положенням про порядок створення екзаменаційної комісії (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol8.pdf). У разі незадовільного результату атестації здобувач може бути поновлений для її повторного проходження відповідно до встановлених університетом умов і строків.

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

Порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів за ОП «Маркетинг» регламентується п. 6.8.5 Положення про організацію освітнього процесу в Державному біотехнологічному університеті https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf. Здобувачі вищої освіти мають право оскаржувати дії науково-педагогічних працівників і посадових осіб університету, зокрема у випадках незгоди з процедурою проведення контрольного заходу або результатами оцінювання. Відповідна заява подається в день проведення контрольного заходу. На її підставі створюється апеляційна комісія, персональний склад, права та обов'язки якої визначаються ректором університету. Апеляційна комісія розглядає заяву не пізніше наступного робочого дня після її подання. Здобувач має право бути присутнім під час розгляду апеляції, надавати пояснення та обґрунтовувати свою позицію. У разі задоволення апеляційної скарги комісія ухвалює рішення щодо зміни оцінки за результатами контрольного заходу. Для забезпечення об'єктивності та прозорості підсумкового контролю передбачена можливість присутності на ньому завідувача кафедри, декана або його заступника, гаранта освітньої програми та інших науково-педагогічних працівників. У разі проведення контролю в дистанційному форматі посилання на онлайн-зустріч надається деканату, що забезпечує можливість контролю за дотриманням установлених процедур. Під час реалізації ОП «Маркетинг» випадків застосування процедури апеляційного оскарження не було.

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

У ДБТУ функціонує система забезпечення академічної доброчесності, політика, стандарти та процедури якої визначені Кодексом академічної доброчесності ДБТУ (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/kodeks-ad-2026.pdf). Документ встановлює основні принципи академічної доброчесності, правила етичної поведінки учасників освітнього процесу, види порушень та відповідальність за їх недотримання. Порядок виявлення та перевірки можливих порушень регламентується Положенням про організацію і порядок перевірки наявності ознак порушення академічної доброчесності в академічних текстах НПП та здобувачів вищої освіти (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/pol-por-perev-ad-26.pdf). Для перевірки кваліфікаційних робіт та інших академічних текстів використовується система StrikePlagiarism. Зазначені нормативні документи розміщені у відкритому доступі на офіційному сайті університету.

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

Для запобігання порушенням академічної доброчесності за ОП «Маркетинг» застосовується комплекс заходів, що поєднує нормативне регулювання, інформаційно-роз'яснювальну роботу та використання спеціалізованого програмного забезпечення.
Основним технічним засобом виявлення текстових збігів є система StrikePlagiarism (https://strikeplagiarism.com/en/), яка забезпечує порівняння академічних текстів із матеріалами мережі Інтернет, репозиторіїв та інших баз даних. Порядок перевірки регламентується Кодексом академічної доброчесності ДБТУ (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/kodeks-ad-2026.pdf) та Положенням про організацію і порядок перевірки наявності ознак порушення академічної доброчесності в академічних текстах (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/pol-por-perev-ad-26.pdf). За ОП «Маркетинг» перевірці підлягають кваліфікаційні роботи бакалаврів. Відповідно до ст. 61 Кодексу академічної доброчесності перевірку кваліфікаційних робіт здійснює оператор системи, який формує звіт подібності та довідку про результати перевірки. Аналіз результатів перевірки проводить науковий керівник кваліфікаційної роботи. Завершені кваліфікаційні роботи розміщуються в електронному репозиторії ДБТУ https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/10 .

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

Популяризація академічної доброчесності серед здобувачів ОП «Маркетинг» здійснюється через поєднання освітніх, інформаційно-просвітницьких та організаційних заходів, спрямованих на формування відповідального ставлення до навчальної й наукової діяльності. Важливу роль відіграє обов'язкова ОК «Академічне письмо та доброчесність в маркетингу», під час вивчення якої здобувачі ознайомлюються з правилами академічного письма, цитування, оформлення наукових робіт, способами запобігання плагіату та відповідальністю за порушення академічної доброчесності. Викладачі роз'яснюють положення Кодексу академічної доброчесності ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/kodeks-ad-2026.pdf. Практичні навички доброчесного академічного письма формуються під час підготовки тез, наукових статей і кваліфікаційних робіт. До поширення принципів академічної доброчесності залучаються викладачі, куратори академічних груп, органи студентського самоврядування та наукова бібліотека ДБТУ. На сайті бібліотеки створено інформаційний розділ «Академічна доброчесність» https://library.btu.kharkiv.ua/naukova-komunikatsiia/akademichna-dobrochesnist-1.html, де здобувачі можуть ознайомитися з відповідними матеріалами.

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

Реагування на порушення академічної доброчесності за ОП «Маркетинг» здійснюється відповідно до ст. 42 Закону України «Про освіту», Кодексу академічної доброчесності ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/kodeks-ad-2026.pdf та Положення про організацію і порядок перевірки наявності ознак порушення академічної доброчесності в академічних текстах https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/pol-por-perev-ad-26.pdf. У разі виявлення ознак запозиченого тексту, фабрикації, фальсифікації чи інших порушень проводиться перевірка відповідних обставин. Відповідно до статей 41-42 Кодексу академічної доброчесності ДБТУ, залежно від характеру та обставин порушення до здобувачів освіти можуть застосовуватися різні заходи, а в передбачених випадках - відрахування з університету. Повідомлення про можливі порушення подаються голові Комісії з питань академічної доброчесності або відповідним уповноваженим особам згідно зі статтею 62 Кодексу. Розгляд таких повідомлень здійснюється з дотриманням принципів неупередженості, об'єктивності, пропорційності відповідальності та забезпечення прав учасників освітнього процесу. Рішення щодо застосування санкцій ухвалюються з урахуванням характеру порушення, його наслідків, ступеня вини та інших визначених Кодексом обставин. Під час реалізації ОП «Маркетинг» випадків порушення академічної доброчесності здобувачами не зафіксовано.

6. Людські ресурси

Продемонструйте, що викладачі, залучені до реалізації освітньої програми, з огляду на їх кваліфікацію та/або професійний досвід спроможні забезпечити освітні компоненти, які вони

реалізують у межах освітньої програми, з урахуванням вимог щодо викладачів, визначених законодавством

Кадрове забезпечення ОП «Маркетинг» здійснюється відповідно до Закону України «Про вищу освіту», Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності та Положення про проведення конкурсного відбору для заміщення вакантних посад науково-педагогічних працівників Державного біотехнологічного університету та укладання з ними трудових договорів (контрактів) https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/norm-b-pol-konk-vidbir.pdf. Добір викладачів проводиться на конкурсній основі з урахуванням їхньої академічної кваліфікації, наукових здобутків, професійного досвіду та відповідності змісту освітніх компонентів. Викладачі ОП мають наукові ступені докторів і кандидатів наук, здійснюють наукові дослідження, публікують їх результати та систематично підвищують кваліфікацію. Зокрема, Савицька Н.Л. і Прядко О.М. пройшли навчання за модулем Жана Моне «Європейська інтеграція України в умовах Індустрії 4.0» (2023), а разом із Олініченко К.С. брали участь у проєкті Erasmus+ COMSUS (2024). Чміль Г.Л. долучалася до проєкту Erasmus+ Jean Monnet BeSustainAble. Чміль Г.Л., Жегус О.В. та Бубенець І.Г. пройшли міжнародні стажування з інноваційних освітніх технологій, фандрейзингу, проєктної діяльності та педагогічної майстерності. Жегус О.В. поєднує викладацьку діяльність із практичним консультуванням бізнесу з питань формування маркетингової стратегії. Відповідність НПП освітнім компонентам підтверджується освітою, науковими публікаціями, професійними досягненнями та досвідом практичної діяльності. Інформація про викладачів представлена на сайті кафедри https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/spivrobitnyky-kafedry/.

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

Конкурсний відбір НПП ДБТУ здійснюється на засадах відкритості, прозорості, об'єктивності та рівності відповідно до Положення про проведення конкурсного відбору для заміщення вакантних посад НПП ДБТУ та укладання з ними трудових договорів (контрактів) https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/norm-b-pol-konk-vidbir.pdf. Згідно з п. 2.1 Положення, конкурс спрямований на залучення кваліфікованих фахівців для забезпечення освітнього процесу. Відповідно до пп. 2.8-2.11, інформація про вакантні посади, вимоги до претендентів, умови та строки подання документів оприлюднюється на офіційному сайті університету. Термін приймання заяв становить не менше одного місяця з дня оголошення конкурсу. Під час відбору враховуються освіта, науковий ступінь, вчене звання, педагогічний досвід, наукові публікації, результати підвищення кваліфікації та відповідність Ліцензійним умовам. Вимоги до кандидатів і процедури розгляду їхніх документів визначені п. 2.13 та пп. 2.16-2.19 Положення. Рішення ухвалюються колегіально з урахуванням професійної компетентності претендентів та відповідності змісту освітніх компонентів ОП «Маркетинг». Дотримання принципів недискримінації та рівних можливостей підтримується Планом гендерної рівності ДБТУ на 2024-2028 роки https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/genderna-polityka/.

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

ДБТУ залучає роботодавців і професіоналів-практиків до реалізації ОП «Маркетинг» з метою посилення практичної підготовки здобувачів та врахування сучасних потреб ринку праці на підставі укладених договорів із ТОВ «УКР-ТРЕЙД», ТОВ «НЬЮ ІМІДЖ МАРКЕТІНГ ГРУП», ТОВ «ХЬЮМЕН РЕСЕАРЧ», ГО «Українська асоціація маркетингу» та іншими організаціями https://drive.google.com/drive/folders/1KHlGjlXXZQzg5-kGTEDEJWoSe11NqKsp . Представники бізнесу та експерти у сфері маркетингу долучаються до проведення гостьових лекцій, вебінарів, професійних зустрічей, під час яких знайомлять здобувачів із сучасними маркетинговими інструментами, практичними кейсами та особливостями професійної діяльності https://docs.google.com/document/d/106qRrbfayN6eOlFqnaRmBJkIXOyOfaQE/edit. Роботодавці беруть участь у перегляді та вдосконаленні ОП «Маркетинг», обговорюють зміст освітніх компонентів, надають рецензії, відгуки та пропозиції щодо змісту ОП https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#obgov.

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

У ДБТУ створено умови для професійного розвитку викладачів ОП «Маркетинг». Організаційну підтримку забезпечує Інститут післядипломної та бізнес-освіти https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/struktura/institut-pislyadiplomnoyi-ta-biznes-osviti/, який організовує курси, тренінги та семінари. Порядок підвищення кваліфікації регламентується відповідним Положенням ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-men-pol2.pdf. Для наукової роботи НПП використовують ресурси бібліотеки, зокрема відкритий доступ до Scopus і Web of Science https://biotechuniv.edu.ua/nauka/naukova-biblioteka/. Викладачі ОП проходять підвищення кваліфікації, беруть участь у міжнародних проєктах, конференціях і вебінарах. Відомості про їхні досягнення представлені на сайті https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/spivrobitnyky-kafedry/. Професійне зростання підтримується преміюванням, надбавками за наукові ступені та вчені звання, можливістю безоплатної публікацій у збірнику наукових праць «Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг» https://economic.strategy.journal.btu.kharkiv.ua/esptssd/uk/about. НПП також працюють у редколегіях фахових видань, зокрема Н. Савицька та Г. Чміль.

Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності

У ДБТУ створено умови для професійного та педагогічного розвитку науково-педагогічних працівників. Відповідні механізми визначені Колективним договором ДБТУ (Додаток Б, п. 2.4) https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/08/koldogovir-DBTU-2021v.pdf, та Положенням про рейтингову систему оцінювання діяльності науково-педагогічних працівників https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/05/pol-pro-rejt-npp-26.pdf.
Університет використовує різні форми морального та матеріального заохочення працівників: оголошення подяк, преміювання, нагородження почесними грамотами та відзнаками МОНУ. У жовтні 2025 р. преміювали Мандражи О.А., у листопаді 2025 р. – доц. Нестеренко І.В., доц. Олініченко К.С. У травні 2026 р. преміювали гарантів ОП Олініченко К.С., Чміль Г.Л. та ОНП Жегус О.В. Крім того, проф. Жегус О.В. отримала подяку від голови Харківської обласної ради (2025 р.)., проф. Чміль Г.Л. подяку від Харківського міського голови (2026 р.), доц. Олініченко К.С. подяку від Харківського міського голови (2026 р.). Грамоти від ректора Державного біотехнологічного університету отримали: доц. Олініченко К.С. (2025 р.), доц. Бубенець І.Г. (2026 р.).

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

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

Навчально-методичні, інформаційні, матеріально-технічні та фінансові ресурси ДБТУ забезпечують досягнення мети ОП «Маркетинг» і програмних результатів навчання. ОК забезпечені робочими програмами, силабусами, навчально-методичними матеріалами у відкритому доступі в репозиторії ДБТУ https://repo.btu.kharkiv.ua/, а також доступні у Moodle http://moodle.btu.kharkiv.ua/. Матеріально-технічна база включає навчальні аудиторії, комп'ютерні класи, мультимедійне обладнання та безкоштовний Wi-Fi. Заняття проводяться з використанням Zoom, Google Meet. Наукова бібліотека https://library.btu.kharkiv.ua/ забезпечує доступ до навчальних і наукових видань, наукових ресурсів, баз Scopus і Web of Science, що використовується в освітньому процесі як здобувачами, так і НПП. Для перевірки академічних текстів і забезпечення академічної доброчесності застосовується StrikePlagiarism. Фінансування ОП здійснюється коштом державного бюджету та інших дозволених законодавством джерел https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/dokumenty-public/. Матеріально-технічне забезпечення https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/materialno-tehnichne%20zabezpechennya/ відповідає ліцензійним вимогам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу.

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

У ДБТУ забезпечено вільний і безоплатний доступ здобувачів та НПП до обладнання, інформаційних ресурсів та інфраструктури, необхідних для навчальної, наукової діяльності, професійного розвитку й підтримання фізичного та ментального здоров'я. Доступ регламентується Статутом ДБТУ та Положенням про організацію освітнього процесу https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf. Учасники освітнього процесу мають доступ до навчальних аудиторій, комп'ютерних класів, мультимедійного обладнання і безкоштовного Wi-Fi на території університету. Інформаційну підтримку надають наукова бібліотека https://library.btu.kharkiv.ua/, електронні каталоги, наукометричні бази даних та репозиторій ДБТУ https://repo.btu.kharkiv.ua/. Ресурси використовуються для підготовки до занять, виконання самостійної та індивідуальної та підготовки кваліфікаційних робіт. На офіційному сайті університету https://biotechuniv.edu.ua/, сторінках факультету https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/ та кафедри https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/ розміщено інформацію про освітній процес, можливості працевлаштування, студентське самоврядування й позанавчальну діяльність.

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

У ДБТУ створено безпечне та комфортне освітнє середовище, що сприяє збереженню фізичного і ментального здоров'я здобувачів ОП «Маркетинг». Університет дотримується вимог охорони праці, пожежної безпеки, цивільного захисту та санітарних норм. Проводяться інструктажі з безпеки життєдіяльності, облаштовано укриття та визначено порядок дій у разі повітряної тривоги. В умовах воєнного стану використання дистанційні освітніх технологій забезпечує безперервність навчання та зменшення ризиків для здобувачів. За результатами опитування 74,2% здобувачів задоволені гнучкістю системи організації дистанційної освіти з урахуванням форс-мажорних обставин. Психологічну підтримку учасників освітнього процесу забезпечує психологічна служба ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/studentu/psyhologichna-sluzhba, яка проводить консультації, сприяє подоланню стресу та адаптації до навчання. Додатковими механізмами захисту прав та інтересів здобувачів є юридична клініка «Довіра» https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-menedzhmentu-administruvannya-ta-prava/yurydychna-klinika-dovira і скриньки довіри, через які можна повідомити про проблемні ситуації. Потреби здобувачів виявляються

через опитування, спілкування з кураторами, викладачами, гарантом ОП, адміністрацією та органами студентського самоврядування. Університет підтримує принципи недискримінації, взаємоповаги, академічної доброчесності та недопущення булінгу.

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.

У ДБТУ забезпечується комплексна освітня, організаційна, інформаційна, консультативна та соціальна підтримка здобувачів ОП «Маркетинг», спрямована на створення сприятливих умов для навчання, професійного розвитку та реалізації індивідуальних освітніх потреб. Організаційний супровід забезпечують деканат, кафедра та відповідні структурні підрозділи університету. Організація освітнього процесу за ОП "Маркетинг" регламентується розкладами занять, графіками іспитів, роботи екзаменаційних комісій, захистів звітів з практик. Освітню підтримку здійснюють викладачі, гарант ОП та куратори академічних груп шляхом проведення індивідуальних і групових консультацій, роз'яснення навчальних завдань, алгоритму вибору освітніх компонентів, проходження практики та підготовки кваліфікаційних робіт. Інформаційна підтримка реалізується через офіційний сайт ДБТУ, сторінки факультету й кафедри , освітню платформу Moodle (https://moodle.btu.kharkiv.ua/), робочі месенджери (Viber та WhatsApp). Здобувачі своєчасно отримують інформацію про розклад занять, контрольні заходи, практичну підготовку, стажування, академічну мобільність, наукові заходи та можливості працевлаштування. Куратори підтримують постійний зв'язок зі здобувачами, допомагають вирішувати організаційні питання та адаптуватися до освітнього середовища. Соціальна підтримка передбачає інформування про академічні й соціальні стипендії, можливості проживання в гуртожитках, соціальні гарантії та захист прав здобувачів. Важливу роль відіграє студентське самоврядування https://biotechuniv.edu.ua/studentu/studentske-samovryaduvannya/, через яке здобувачі беруть участь у вирішенні питань університетського життя та представляють власні інтереси. Підтримку ментального здоров'я забезпечує психологічна служба ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/studentu/psyhologichna-sluzhba/. Додатковими механізмами захисту прав та інтересів здобувачів є юридична клініка «Довіра» та скриньки довіри. В умовах воєнного стану застосування дистанційних технологій сприяє безперервності навчання та збереженню безпеки учасників освітнього процесу. Для виявлення потреб здобувачів і визначення рівня їхньої задоволеності якістю освітнього середовища проводяться опитування, результати яких оприлюднюються на сайті університету https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/yakist-osviti/#ro-25. Отримана інформація обговорюється під час зустрічей із гарантом ОП, викладачами та адміністрацією і враховується під час удосконалення освітнього процесу та механізмів підтримки здобувачів. За результатами опитувань і звернень через скриньки довіри скарг щодо освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів не надходило.

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

У ДБТУ створено умови для реалізації права на освіту осіб з особливими освітніми потребами відповідно до Правил прийому (https://biotechuniv.edu.ua/vstupnyku/vstup-2026/) та Положення про організацію інклюзивного навчання https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol3.pdf. Для забезпечення безбар'єрного доступу до приміщень університету передбачено пандуси з кнопками виклику допомоги, тактильні таблички зі шрифтом Брайля, широкі двері та коридори. Інформацію про доступність освітнього середовища розміщено на сайті ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/osobam-z-osoblyvymy-osvitnimy-potrebamy/. Здобувачам надається навчально-організаційний, соціальний і психологічний супровід, допомога викладачів, кураторів і волонтерів. Передбачено можливість навчання за індивідуальним графіком. Психологічну підтримку забезпечує відповідна служба https://biotechuniv.edu.ua/studentu/psyhologichna-sluzhba/.

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

У ДБТУ діють нормативно визначені та публічно доступні політики і процедури запобігання корупції, дискримінації, булінгу, сексуальним домаганням і врегулювання конфліктних ситуацій. Їх реалізація на ОП «Маркетинг» спрямована на захист прав, честі й гідності учасників освітнього процесу, забезпечення рівних можливостей і дотримання етичних норм. Порядок запобігання та вирішення конфліктів визначено Положенням про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій між учасниками освітнього процесу https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol2.pdf. Документ регламентує механізми виявлення конфліктів, розгляду звернень та їх урегулювання. Антикорупційна діяльність здійснюється відповідно до Закону України «Про запобігання корупції». На сайті ДБТУ міститься розділ «Запобігання корупції» https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/zapobigannya-koruptsiyi/, де розміщено інформацію про захист викривачів корупції, вимоги до них, декларування та роз'яснення НАЗК. Це сприяє поінформованості учасників освітнього процесу щодо запобігання корупційним правопорушенням. Для недопущення дискримінації, утисків, мови ненависті та сексуальних домагань застосовуються внутрішні нормативні документи університету. Принципи рівних можливостей закріплено Планом гендерної рівності ДБТУ на 2024-2028 роки https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/plan-gendernoi-rivnostiv.pdf. Моральні принципи й правила етичної поведінки визначено Кодексом академічної доброчесності ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/kodeks-ad-2026.pdf. Про можливі порушення здобувачі можуть повідомити адміністрацію, деканат, гаранта ОП, скористатися електронною скринькою довіри dovira.dbtu@gmail.com, скриньками довіри в

корпусах університету або скринькою довіри кафедри https://forms.gle/VP6MJHVkpVZaa3Gc9. Психологічна служба забезпечує консультативну підтримку учасників освітнього процесу. Питання щодо дискримінації, сексуальних домагань і вимагання неправомірної вигоди включено до анкет оцінювання якості викладання https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/yakist-osviti/#ro-26.

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 «Маркетинг» регулюються офіційними нормативними документами Державного біотехнологічного університету, які розміщені у відкритому доступі на сайті ДБТУ:
Положенням про організацію освітнього процесу в Державному біотехнологічному університеті (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf);
Положенням про освітні програми Державного біотехнологічного університету (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-nm-op-pol4.pdf);
Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Державному біотехнологічному університеті (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/norm-b-acad-pol7v.pdf);
Положенням про гаранта освітньої програми і групу удосконалення освітньої програми ДБТУ (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-nm-op-pol1.pdf).

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

Моніторинг і періодичний перегляд ОП «Маркетинг» у ДБТУ здійснюються не рідше одного разу на три роки або за потреби раніше відповідно до Положення про гаранта і групу удосконалення освітньої програми https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/05/pol-pro-garanta-26-1.pdf. Моніторинг і перегляд ОП здійснює група удосконалення ОП, до складу якої входять гарант, науково-педагогічні працівники, роботодавці, зокрема випускники, та здобувачі вищої освіти. Для обговорення змін проводяться засідання групи, круглі столи, семінари, форуми за участю представників академічної спільноти й інших стейкголдерів. Гарант презентує зміст ОП, її мету, фокус, структуру освітніх компонентів, логіку досягнення програмних результатів навчання та зміни порівняно з попередньою редакцією. Окремо розглядається реалізація фокусу на споживчому ринку та сталих продовольчих системах. Підставами для перегляду є результати опитувань здобувачів, випускників і роботодавців https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/yakist-osviti/, пропозиції, висловлені під час зустрічей із гарантом https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#obgov, зміни вимог ринку, наявність професійного стандарту, рекомендації стейкголдерів. Джерелом формування змін до ОП є моніторинг змін законодавства, професійних стандартів і потреб ринку праці та результати акредитацій освітніх програм ДБТУ. Зокрема, аналізуються висновки експертних груп і рекомендації Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти. Пропозиції розглядаються групою удосконалення. Оновлений проєкт ОП оприлюднюється для громадського обговорення https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/osvitni-programi/. Додатковими каналами зворотного зв'язку і отримання рекомендацій та зауважень по проєкту ОП є скринька довіри кафедри https://forms.gle/VP6MJHVkpVZaa3Gc9 та електронна адреса marketing@biotechuniv.edu.ua, інформація про які розміщена на сторінці кафедри. Після опрацювання зауважень програму доопрацьовують, розглядають на Вчених радах факультету та університету, після чого вводять у дію наказом ректора. Актуальну редакцію розміщують на сайті університету. За результатами обговорення у проєкті ОПП 2026 р. внесено зміни до обсягів вивчення дисциплін; заміни ОК і відповідно структурно-логічної схеми ОП https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#obgov.

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

Основними механізмами участі здобувачів є представництво у складі групи удосконалення ОП, регулярні опитування щодо якості освітнього процесу, зустрічі з гарантом і науково-педагогічними працівниками, участь у круглих столах та громадському обговоренні проєктів ОП. У різні роки до складу групи удосконалення ОП входили у: 2024 році Афанасьєв Д. В., Посохова С. В.; у 2025 році — Малоштанова А. Є., Ковальова М. О.; у 2026 році — Зав'ялова А. С., Михайлова-Сопа С. Є. Додатково пропозиції збираються під час зустрічей із гарантом ОП https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#obgov. Під час перегляду ОП у 2026 році пропозиції здобувачів обговорювалися та аналізувалися групою удосконалення з урахуванням також результатів опитувань. Здобувачі також мають можливість долучатися до відкритого громадського обговорення проєктів ОП https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/osvitni-programi/ та подавати зауваження через скриньку довіри та електрону пошту кафедри. Отримані пропозиції розглядаються групою удосконалення та кафедрою.

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

Участь органів студентського самоврядування ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/studentu/studentske-samovryaduvannya/ у процедурах внутрішнього забезпечення якості освіти регламентується Положенням про студентське самоврядування ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-stud.pdf та іншими нормативними документами університету https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/normatyvna-baza/. Представники студентського самоврядування залучаються до забезпечення якості освіти через участь у роботі Вченої ради ДБТУ, вченої ради факультету та Ради із забезпечення якості освіти ДБТУ. Вони беруть участь в обговоренні питань організації освітнього процесу, перегляду освітніх програм, удосконалення їхніх компонентів. Органи студентського самоврядування забезпечують комунікацію між здобувачами, адміністрацією, кафедрою та гарантом ОП, узагальнюють пропозиції й зауваження студентів та доводять їх до відповідних органів. Безпосередню участь у студентському самоврядуванні бере здобувач ОП «Маркетинг» Помогайбо А., сприяючи представленню інтересів здобувачів вищої освіти, налагодженню зворотного зв'язку та вдосконаленню освітнього процесу.

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 беруть активну участь у внутрішньому забезпеченні якості освіти ДБТУ та вдосконаленні ОП «Маркетинг» через роботу у складі групи удосконалення ОП, рецензування програми, участі у круглих столах, щорічних міжнародних науково-практичних конференціях, опитуваннях та обговореннях освітніх компонентів. До обговорення ОП залучалися представники ТОВ «Укрпапір» (2024, 2026 рр.), ТОВ «ТЕРРА» (2024 р.), ТОВ «УКР-ТРЕЙД» (2024–2026 рр.), ТОВ «Новоабразив» (2025 р.), ГО "Українська асоціація маркетингу" (2024-2026). Позитивні рецензії роботодавців на ОП розміщено на сайті https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#obgov. Крім того, до складу екзаменаційної комісії по захисту кваліфікаційних робіт залучаються представники роботодавців.

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

ОП «Маркетинг» реалізується протягом багатьох років і вдруге проходить процедуру акредитації. Постійно підтримується зв'язок із випускниками, відстежується їхнє професійне зростання, зокрема через запрошення до участі в проєкті "Мої успіхи в маркетингу".

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

Система внутрішнього забезпечення якості освіти ДБТУ передбачає систематичний моніторинг реалізації ОПП «Маркетинг» та своєчасне реагування на його результати відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/norm-b-acad-pol7v.pdf та Положення про організацію освітнього процесу https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf. На рівні ОП моніторинг здійснюють гарант, група удосконалення та кафедра маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом; на рівні університету – Рада із забезпечення якості освіти та Центр менеджменту якості освіти. Основними джерелами інформації є результати опитувань здобувачів, НПП, роботодавців і випускників, пропозиції, отримані під час зустрічей зі стейкголдерами на стадії обговорення проєкту ОП, надіслані на скриньки довіри та електронну адресу кафедри. Результати опитувань оприлюднюються на сайті ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/yakist-osviti/. Центр менеджменту якості освіти узагальнює результати моніторингових досліджень, здійснює інформаційно-аналітичний супровід та надає консультативну допомогу. Гарант і група удосконалення аналізують отримані пропозиції, обговорюють їх та визначають необхідні заходи. Вони можуть стосуватися оновлення змісту ОК, методів викладання й оцінювання, оновлення навчально-методичного забезпечення. Оперативні зміни, що не потребують перегляду опису ОП, враховуються під час поточної організації освітнього процесу. Пропозиції щодо структури програми, компетентностей, ПРН і переліку ОК опрацьовуються під час щорічного перегляду ОП, основна робота над яким триває до моменту затвердження. Проєкт оновленої програми оприлюднюється для громадського обговорення https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/osvitni-programi/. Результати розгляду зауважень і пропозицій висвітлюються на сторінці сайту ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#obgov. Далі оновлена ОП подається на затвердження Вченою радою ДБТУ та вводиться в дію наказом ректора. Результативність змін оцінюється під час наступних моніторингів, забезпечуючи послідовне вдосконалення програми.

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

ОП «Маркетинг» проходить акредитацію Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти вдруге. Під час її вдосконалення враховуються результати першої акредитації 2021 року, проведеної в ХНТУСГ ім. П. Василенка,

який реорганізовано в ДБТУ. За результатами першої акредитації рекомендовано: активніше залучати здобувачів і студентське самоврядування до перегляду ОП, удосконалити практичну підготовку, розширити вибір дисциплін із цифрового маркетингу, посилити співпрацю з роботодавцями та міжнародну академічну мобільність. Окрему увагу приділено узгодженню змісту ОК, навчальних планів і силабусів, а також відповідності наукової діяльності НПП дисциплінам. Зазначені рекомендації враховані під час перегляду ОП «Маркетинг». Під час вдосконалення ОП здобувачі та роботодавці залучаються до роботи групи удосконалення, враховуються результати опитування й обговорення. Для практичної підготовки запрошуються практики, які проводять гостьові лекцій, тренінги, воркшопи. У співпраці з ГО "УАМ" здобувачі проходять віртуальне навчання у Нільсон Академії, сертифікаційній програмі «Certificated ANA Marketing Student» американської Асоціації національних рекламодавців (ANA). Забезпечено розвиток цифрових компетентностей через введення ОК "Цифровий маркетинг", вибіркові освітні компоненти,, популяризацію відкритих освітніх ресурсів, зокрема платформи «Дія.Освіта», на якій здобувачі отримали сертифікати за напрямами SMM, PR, таргетована реклама, SEO, email-маркетинг, Google Ads. Розширено співпрацю із роботодавцями, підписано нові угоди про співробітництво https://drive.google.com/drive/folders/1KHlGjlXXZQzg5-kGTEDEJWoSe11NqKsp?usp=drive_link. Організовано міжнародну академічну мобільність в університети University of Natural Resources and Life Sciences (BOKU), Vienna, Austria, University of Southern Denmark (SDU), Odense, Denmark. Важливу роль у поширенні результатів зовнішнього оцінювання відіграє відділ ліцензування, акредитації та інформаційного забезпечення освітньої діяльності ДБТУ, який узагальнює рекомендації експертних груп і Національного агентства та доводить їх до гарантів ОП і керівників структурних підрозділів. Результати акредитацій розглядаються Радою із забезпечення якості освіти та Вченою радою ДБТУ. Практичним майданчиком для обміну досвідом є круглий стіл «Підготовка до акредитації», який проводиться двічі на рік за ініціативи проректора з науково-педагогічної роботи. Учасники обговорюють типові зауваження експертів, актуальні вимоги та шляхи вдосконалення освітніх програм. Прикладами врахування рекомендацій акредитацій інших ОП ДБТУ є запровадження корпоративної електронної пошти для здобувачів (@biotechuniv.edu.ua, оприлюднення інформації про пропозиції стейкголдерів та результати їх розгляду, забезпечення відкритого доступу до кваліфікаційних робіт в електронному репозитарії університету.

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

Участь академічної спільноти регулюється Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/norm-b-acad-pol7v.pdf. Гарант, група удосконалення ОП, НПП, беруть участь у моніторингу, перегляді ОП. НПП беруть участь у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОП шляхом перегляду змісту ОК, актуалізації робочих програм і силабусів, удосконалення методів викладання. До забезпечення якості активно залучено ГО «Українська асоціація маркетингу», членами якої є всі НПП кафедри (https://uam.in.ua/uam-members/). Співпраця кафедри з ГО (https://uam.in.ua/library/) охоплює маркетингові дослідження, підвищення кваліфікації, наукові заходи, співпрацю з європейськими маркетинговими асоціаціями. Це розширює фаховий діалог для актуалізації змісту навчання. До рецензування та у процесі публічного обговорення проєкту ОП було залучено представників академічної спільноти інших ЗВО, зокрема проф., Страшинську Л., проф. Райко Д.. проф. Устік Т., що висловили свою думку та внесли пропозиції (https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/#obgov).

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

Культура якості освіти в ДБТУ формується на засадах спільної відповідальності, академічної доброчесності, відкритості та постійного вдосконалення. Її нормативну основу становлять Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/norm-b-acad-pol7v.pdf та Кодекс академічної доброчесності ДБТУ https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/10/kodeks-ad-2026.pdf. Практичним проявом культури якості є залучення НПП і здобувачів до обговорення та вдосконалення ОП, врахування результатів опитувань, оновлення змісту ОК і методів навчання. Якість освіти забезпечується постійним підвищенням кваліфікації НПП, обміном науково-педагогічного досвіду. Сертифікати щодо підвищення кваліфікації розміщено на сайті ДБТУ та участю у заходах із забезпечення якості освіти https://biotechuniv.edu.ua/novyny-fakultetu-upravlinnya-torgovelno-pidpryyemnytskoyu-ta-mytnoyu-diyalnistyu/novyny-kafedry-marketyngu-uk/uchast-u-kruglomu-stoli-pidgotovka-do-akredytatsiyi-2/. Міжнародний досвід набувається через участь у проєктах https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/mizhnarodna-diyalnist-mr/#uch_mp , академічну мобільність, участь у вебінарах УАМ https://uam.in.ua/common/brytanskyj-dosvid-naukovo-pedagogichnoyi-karyery-pidsumky-vebinaru/, НМЦВФПО МОН України.

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 в ДБТУ регулюються ЗУ "Про освіту", "Про вищу освіту", Статутом університету (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2023/10/Statut-DBTU-12-2022.pdf), Колективним договором (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/08/koldogovir-DBTU-2021v.pdf),

Стратегією розвитку ДБТУ на 2022 – 2027 рр. (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-strat.pdf), Положеннями щодо організації освітнього процесу, академічної доброчесності та якості освітнього процесу, положеннями щодо кадрового менеджменту, посадовими інструкціями та іншими чинними документами щодо організації освітнього, наукового та виховного процесів. Доступ до офіційних документів для усіх учасників освітнього процесу є відкритим та оприлюдненим на сайті університету (https://biotechuniv.edu.ua/) у вкладці «Публічна інформація» (https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/), «Студенту» (https://biotechuniv.edu.ua/studentu/), «Освітні програми» (https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/osvitni-programi/).
Офіційний вебсайт університету (https://biotechuniv.edu.ua/) містить інформацію про керівництво, структурні підрозділи, навчальну, наукову, виховну і міжнародну діяльність, правила прийому, контактні дані. Усі учасники освітнього процесу мають безперешкодний доступ до наукової бібліотеки (https://library.btu.kharkiv.ua/), системи дистанційного навчання (http://moodle.btu.kharkiv.ua/).

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

https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/osvitni-programi

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

https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/osvitnya-diyalnist/opp-marketyng-bak/

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

СИЛЬНІ сторони:
Фокус ОП безпосередньо пов'язаний місією та стратегією ДБТУ, які засновані на задекларованих цінностях людиноцентризму; студентоцентризму; патріотизму; академічної свободи; академічної доброчесності; соціальної відповідальності.
Висококваліфікований кадровий склад НПП, які викладають фахові дисципліни: 100% НПП випускової кафедри мають наукові ступені та вчені звання; досвід підготовки фахівців вищої освіти в середньому більше 20 років; систематично підвищують науково-педагогічну кваліфікацію, включаючи міжнародні проєкти та стажування; є розробниками оригінальних, авторських методик, навчально-методичних праць.
Підтримка та інтегрованість кадрів у професійну асоціацію ГО УАМ, через яку формуються зв'язки із європейськими і світовими професійними організаціями (EMC, EASA, ANA), НПП кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом входять до розробників освітніх та професійних стандартів фахівців з маркетингу.
Викладання унікальних авторських курсів, започаткованих на кафедрі маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом: "Соціально відповідальний маркетинг"; "Аналітичний маркетинг"; "Маркетингові інновації"; "Маркетинг сталого розвитку".
Постійний розвиток і вдосконалення ОП на основі урахування тенденцій розвитку маркетингової науки, ринку праці та професійних стандартів, галузевого і регіонального контексту, багаторівневої внутрішньої системи забезпечення якості освіти на основі вивчення інтересів стейкхолдерів та співпрацею з ГО "УАМ".
Високий рівень практичної підготовки здобувачів за рахунок інноваційних підходів в умовах цифровізації та воєнних викликів (залучення практиків, лідерів бізнесу, проєкт "Мої успіхи в маркетингу", застосування методу кейсів) .
Інтернаціоналізація ОП забезпечується стажуванням викладачів за кордоном, спільними публікаціями у виданнях Scopus, рецензуванням іноземних монографій та журналів за профілем кафедри.
Поєднання фахової підготовки за ОП із формуванням патріотичних цінностей, громадянської відповідальності та готовності здобувачів освіти долучатися до повоєнного відновлення й економічного розвитку України через зміст освітніх компонентів, тематичні заходи, участь у соціальних і науково-практичних проєктах .
СЛАБКІ сторони:
Провадження освітньої діяльності в прифронтовому регіоні впливає на тимчасове зниження контингенту здобувачів вищої освіти, розвиток матеріально-технічної бази.
Недостатня цифровізація освітнього процесу, обмежена кількість аналітичного програмного забезпечення.

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

Проєктна група ОП бачить такі перспективи розвитку ОП на найближчі 3 роки:
– посилення практичної спрямованості підготовки через розширення співпраці з роботодавцями, залучення фахівців-практиків до проведення гостьових лекцій, тренінгів і майстер-класів, виконання індивідуальних проєктів

за матеріалами підприємств, розширення баз практики;
– удосконалення змісту освітніх компонентів шляхом регулярного перегляду робочих програм, узгодження їх тематичного наповнення, оновлення практичних завдань відповідно до змін професійних вимог і пропозицій стейкхолдерів;
– удосконалення науково-методичного забезпечення освітніх компонентів шляхом інтеграції результатів науково-дослідної роботи кафедри «Маркетингові стратегії забезпечення сталого та стійкого розвитку бізнесу в умовах формування європейської моделі конкурентоспроможності економіки» в їх зміст;
– модернізація навчально-методичного забезпечення шляхом підготовки авторських посібників, методичних рекомендацій, електронних навчальних матеріалів для вдосконалення дистанційної взаємодії;
– поглиблення галузевої унікальності ОП шляхом інтеграції питань маркетингу сталих продовольчих систем, відповідального споживання, продовольчої безпеки та функціонування агропродовольчих ринків у зміст фахових освітніх компонентів, розроблення відповідних кейсів і проєктних завдань;
– активізація освітньої діяльності через дослідження шляхом залучення здобувачів до виконання кафедральних наукових тем, участь у конференціях, всеукраїнських та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт і підготовці наукових публікацій;
– розширення співпраці з професійними об'єднаннями, зокрема ГО «Українська асоціація маркетингу», ГО “Асоціація приватних роботодавців” та використання потенціалу Центру маркетингових досліджень та ініціатив і міжсекторального кластера «Повноцінне харчування для сталого розвитку суспільства» для реалізації спільних освітніх і дослідницьких проєктів;
– розвиток міжнародного співробітництва через участь здобувачів і викладачів у міжнародних освітніх заходах, спільних проєктах, використання досвіду закордонних університетів;
– підвищення впізнаваності ОП через популяризацію її переваг, висвітлення досягнень здобувачів і викладачів на інформаційних ресурсах університету, у соціальних мережах, залучення випускників і роботодавців до профорієнтаційних заходів.

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: МОСКАЛЕНКО ОЛЕНА ВЯЧЕСЛАВІВНА

Дата: 06.11.2026 р.

Таблиця 1. Інформація про освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид освітнього компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	**Хеш файла**	
Бренд-менеджмент	навчальна дисципліна	*С_ФОК1.20_2024.pdf*	xWEU1q+vIiAGFyDUcCxm08oeekB5JisKNfLXEa2J3Iw=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Маркетинг в галузях	навчальна дисципліна	*С_ФОК_1.22_2024.pdf*	tL0STWI+Balck+h+RIiQ7u2I3N78FiYDvvp80nVGm2Y=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Кваліфікаційна робота бакалавра	підсумкова атестація	*Програма_ФОК_1.26_2024.pdf*	b58pHPC46JSUkLEP+/e7CtdNoI+ALiJXwL0AK9HRY3A=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Аналітичний маркетинг	навчальна дисципліна	*С_ФОК_1.13_2024.pdf*	vfKLium9Gb8D1mqA2QBxS+nJFZQAp/AxpCR2KRdo4T4=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Підприємництво	навчальна дисципліна	*С_ФОК 1.24_2024.pdf*	HmI0k7l7UGkqN5w7+y4MxtPAWad3t3Jyny4JWVgwL3A=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*

Навчальна практика "Вступ до фаху"	практика	*Програма_ФОК_1.2._2024.pdf*	vaSRSxoE7/Wvw28mxB5sPt4RaNm/sQYqdNkUmjgLYYg=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Маркетингові дослідження	навчальна дисципліна	*С_ФОК_1.4_2024.pdf*	coPl+wdOfpth4fy6ptLWOa07EUFhR94V1b5i8qpoWVc=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Менеджмент	навчальна дисципліна	*С_ФОК 1.18_2024.pdf*	d4APmrAmeh6PtXXHJH+6/8zNfxQkaUuPK1yHurG1WWY=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Навчальна практика з маркетингових досліджень в цифровому середовищі	практика	*Програма_ФОК_1.7_2024.pdf*	rcwPpou5VY2fTON6LAonLUELeYYfZAdDgxifPP2Os9k=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Навчальна практика "Комплексний тренінг з прикладного маркетингу"	практика	*Програма_ФОК_1.17_2024.pdf*	IuzaKUPeZEpwvh7gOoa+J7FgoglGp+YzXHjjod1/rPE=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Маркетингові інновації	навчальна дисципліна	*С_ФОК_1.19_2024.pdf*	FKQ1Bko3Jf6zDfKe3eMEMgJQuhTlNJMDL2h8W6/LjE4=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber,*

				WhatsApp).
Маркетинг сталого розвитку	навчальна дисципліна	*C_ФОК_1.23_2024.pdf*	2+mhBeiA6sBSaY841r/mYHQnD75vQ6OoIQOgSFGMY6M=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Передатестаційна практика	практика	*Програма ФОК_1.25_2024.pdf*	ffZwyXofPZIklAFk/Og9bu9StTkC1dogDzT72SOtIDk=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Соціально відповідальний маркетинг	навчальна дисципліна	*C_ЗОК_1.10_2024.pdf*	FZiEIWFC5WBfkkxfHgrvjuMtqKRXiEovoTlPR+bMook=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Поведінка споживачів	навчальна дисципліна	*C_ФОК_1.16_2024.pdf*	z821QeoBpsXV7PYJcuVjNZa2iRVhirwKQCp7mw3Pc6U=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Агропродовольчий маркетинг	навчальна дисципліна	*C_ФОК_1.21_2024.pdf*	DHbFfXzYX6QM6OWSSk5NHLJHYGCj43PVdQ/mzuqqEHg=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
B2B маркетинг	навчальна дисципліна	*C_ФОК_1.15_2024.pdf*	Za/gVeBsY/dHAUxXPfJRDm5xuHUJGgyr6P4cOo8hw6E=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси*

				Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).
Трейд маркетинг	навчальна дисципліна	*С_ФОК 1.14_2024.pdf*	q1FXA1VMF81ekVK7SBPJHSQKniqAmH/HULohx+FibMA=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Маркетингова логістика та збут	навчальна дисципліна	*С_ФОК_1.12_2024.pdf*	hWIDPw4JVb1AzJaUMfoya49C1vp8rioGCR3vqypXvgQ=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Маркетингові комунікації	навчальна дисципліна	*С_ФОК_1.11_2024.pdf*	WIQekrNysK20k409pd1X7bcXeiLYQviPWrCwF5KosBE=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Українська мова (за професійним спрямуванням)	навчальна дисципліна	*С_ЗОК_1.2_2024.pdf*	jkikXEtswInWNjNGhHmurpuqsfJeljWEK8/9T9rFSkk=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Вища та прикладна математика	навчальна дисципліна	*С_ЗОК_1.1_2024.pdf*	p1O/D/oRjBSHPx3aam500BLKaIylfmDwMJ9B0BVrAyU=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Економічна теорія (мікро-, макро-економіка)	навчальна дисципліна	*С_ЗОК_1.3_2024.pdf*	y8rAx6iW4tt4Hx6BRb7BmmnutFBWLVPm02MqYfk5700=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google*

				meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).
Іноземна мова за професійним спрямуванням	навчальна дисципліна	*C_ЗОК 1.4_2024.pdf*	iwND0Xu5JgYXUvY0wGLzFHJtn4VrsrszX5QCETE24jg=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Історія української державності та громадянське суспільство	навчальна дисципліна	*C_ЗОК_1.5_2024.pdf*	O8tTt27e3jCAA71PpKucvwuDtMYHrK6OIhrk2LIyus0=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Інформаційні та комунікаційні технології	навчальна дисципліна	*C_ЗОК_1.6_2024.pdf*	8yYNpKbd92TGl1ZOZ8YQpcABIfD0j/YpKHxYJAziOKY=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Соціологія комунікацій	навчальна дисципліна	*C_ЗОК_1.8_2024.pdf*	1h8AGv+NNzlLasHVbbUEFAXkx04yF8SEqdY9cEEgTS0=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Філософія	навчальна дисципліна	*C_ЗОК_1.9_2024.pdf*	5qLgVFRhaC8VEwODnn3LcJI0yHmR1GN2+8TUg2A/Ltk=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Самоменеджмент	навчальна дисципліна	*C_ЗОК_1.11_2024.pdf*	vsEeI3icPbA232p9Wvp6bWaPywn5Um8ngOAjND0ZbzY=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран),*

				платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).
Фундаментальний маркетинг	навчальна дисципліна	*С_ФОК1.1_2024.pdf*	Czq+vpZVoxRQudCjraSM7ywQJAcJxDUmHf1abbBm/bo=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Цифрова економіка	навчальна дисципліна	*С_ФОК_1.3_2024.pdf*	DusWrVTB7AOe3uKO0300TClZO49t2aCoce4QzzURUEM=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Статистика	навчальна дисципліна	*С_ФОК_1.5_2024.pdf*	lf2fbByC02PMOeTpGK74bam9HxuByH8i6Fhbe96tDrQ=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Цифровий маркетинг	навчальна дисципліна	*С_ФОК 1.6_2024.pdf*	4/oy4HQQuyS1PS0q1r46xX6c5UAxlvuI6My17NJpgRQ=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Академічне письмо та доброчесність в маркетингу	навчальна дисципліна	*ЗОК_1.7_2024.pdf*	mX/A/LP0ub5vPg5CE/9+oqUqpDSu1Dpw4SaIR1QpDyU=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Фінанси, гроші та кредит	навчальна дисципліна	*С_ФОК_1.8_2024.pdf*	WGsTPsvxdqmDRaKygM1A4l7zhURWdd4mou38OaBpTzU=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office),*

				мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).
Маркетингова товарна політика та ціноутворення	навчальна дисципліна	*C_ФОК 1.9_2024.pdf*	UPPcXaJkSoS/VSQJVPGXypWx3/BUhioCa/lAOLfYeIE=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*
Облік та оподаткування суб'єктів господарювання	навчальна дисципліна	*C_ФОК_1.10_2024.pdf*	ZzEtmwcT2w/OwPNuGKUnjonRU38kU/aMV1mSXiBDoQ8=	*Комп'ютерна техніка (ПК / ноутбук) з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет Microsoft Office), мультимедійне обладнання (проектор, проекційний екран), платформи відео конференцзв'язку (Zoom, Google meet), портал дистанційного навчання ДБТУ Moodle, сервіси Google, корпоративна електронна пошта та месенджери (Viber, WhatsApp).*

* 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)
406368	Петров Вадим Миколайович	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту, адміністрування та права	Диплом спеціаліста, Харківський державний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва, рік закінчення: 1994, спеціальність: Селекція та генетика сільськогосподарських культур, Диплом магістра, Державний біотехнологічний університет, рік закінчення: 2022, спеціальність: 073 Менеджмент, Диплом	32	Менеджмент	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Підвищення кваліфікації: 1. Підвищення кваліфікації за напрямами «Економіка і міжнародні економічні відносини», «Менеджмент», «Публічне управління та адміністрування», «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок», «Підприємництво, торгівля й розвиток сільських територій», «Облік і оподаткування». Національний науковий центр

				кандидата наук ДК 003947, виданий 02.07.1999, Атестат доцента ДЦ 006425, виданий 23.12.2002			«Інститут аграрної економіки» (м. Київ), 31 березня 2025 р. – 22 травня 2025 р. (180 годин, 6 кредитів ЄКТС), Свідоцтво № 120525086 від 23.05.2025 р. 2. Підвищення кваліфікації (стажування) з навчальних дисциплін «Менеджмент», «Планування та організація виробництва», «Бізнес–планування», «Виробничий менеджмент», «Управління проєктами». Полтавський університет економіки і торгівлі, 22 вересня 2025 р. – 05 грудня 2025 р. (180 годин 6 кредитів ЄКТС), Свідоцтво ПК № 01597997 від 05.12.2025 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.6, 38.7, 38.8, 38.12, 38.19 П.1 1. Humeniuk I.I., Petrov V.M. Marketing tools in the enterprise management system. Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. Кам'янець-Подільський : ЗВО «ПДУ», 2022. № 2 (37). С. 73-78. (англомовна) (категорія Б, Україна). https://doi.org/10.37406/2706-9052-2022-2-112. Zakharchuk, O.V., Navrotskyi, Ya.F., Vishnevetska, O.V., Petrov, V.M., & Nesterenko, S.S (2022). Current state and prospects of grain logistics development in Ukraine. Ekonomika APK, 29(5), 20-36. (англомовна Україна). https://doi: 10.32317/2221-1055.202205020 3. Навроцький Я., Петров В., Ковальов С. Сучасний стан та стратегічні напрями розвитку сільськогосподарського машинобудування в Україні. Економічний аналіз: збірник наук. праць Західноукраїнського нац. ун-ту. Тернопіль :

							ЗУНУ, 2024. № 34 (2). С. 48-57. https://doi.org/10.35774/econa2024.02.048 (категорія Б, Україна) 4. Захарчук О. В., Навроцький Я. Ф., Петров В. М., Кравченко М. А., Яренко С. О. Забезпечення аграрного виробництва сільськогосподарською технікою для рослинництва в умовах війни та повоєнного відновлення. Агросвіт. 2024. № 20. С. 18-26. (категорія Б, Україна) https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.20.18 5. Петров В.М. Бізнес-планування у системі менеджменту підприємства. Журнал з менеджменту, економіки та технологій. Харків : ДБТУ, 2025. № 2. С. 140-150. (категорія Б, Україна) https://doi.org/10.69803/3083-6034-2025-2-140 П.4 1. Робоча програма за дисципліною “Менеджмент”: для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності D5 «Маркетинг» [Електронний ресурс] ДБТУ; укладач: Петров В.М., Харків, 2026р. 18 с. 2. Петров В.М. Менеджмент : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної і заочної форм навчання спеціальності D5 Маркетинг. Харків : ДБТУ, 2026. 420 с. (https://repo.btu.kharkiv.ua/items/6e8694b7-6244-45f2-a43d-348fe85e309e) 3. Петров В.М. Менеджмент : методичні вказівки до проведення практичних занять та самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної і заочної форм навчання спеціальності D5 Маркетинг. Харків : ДБТУ, 2026. 35 с. (https://repo.btu.kharki

							v.ua/items/f9ff9d5d-8272-4912-8529-12fe2910fe88) П.6 Науковий керівник здобувача наукового ступеня доктор філософії (Ph.D.) Білоусько Роман Сергійович (захист 04 липня 2025 р. у разовій спеціалізованій вченій раді ДБТУ) П.7 1. Єфімцева Л.О. «Розвиток ринку агротехнологічних послуг» (захист 25 травня 2023 р. ННЦ «Інститут аграрної економіки», м. Київ). 2. Білоконь О.П. «Управління матеріально-технічним забезпеченням в аграрному секторі» (захист 21 грудня 2023 р. Державний біотехнологічний університет, м. Харків). П.8 Виконавець: 1. Фундаментальної наукової теми кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ «Стратегічні засади розвитку систем управління інноваційно-інвестиційною та господарською діяльністю суб'єктів господарської діяльності» (номер державної реєстрації 0122U201108). 2. Госпдоговірної наукової теми «Організаційно-економічне обґрунтування та оцінка ефективності інноваційних технологій в рослинництві (договір № 9-22-24 з ДП ТОВ «Агрофірма імені Гагаріна»). П.12 1. Петров В.М., Гончарова Я.В. Управління формуванням оптимальної галузевої структури сільськогосподарського підприємства. Управління розвитком соціально-економічних систем: матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції (частина

							2) (м. Харків, 21-22 березня 2024 р.). Харків : ДБТУ, 2024. С. 488-491. (https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/) 2. Петров В.М. Організаційні і методологічні проблеми бізнес-планування в Україні. Сучасні виклики та перспективи розвитку економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: зб. наук. праць II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Кам'янець-Подільський, 17 квітня 2024 р.). Кам ' янець-Подільський : ЗВО «ПДУ», 2024. С. 293-297. 3. Петров В.М., Навроцький Я. Ф., Дульська В. С. Прогнозування обсягів реалізації продукції у бізнес-плані виробничого підприємства. Сучасні проблеми менеджменту : зб. наук праць XX Міжнар. наук.-практ. конф., 25 жовт. 2024 р. - Київ : НАУ, 2024. - С. 305-307 https://repo.btu.kharkiv.ua/items/ae8566c0-bc22-4cec-a1d1-599e42ca0a67 4. Петров В.М., Навроцький Я.Ф. Планування та організація виробництва у системі менеджменту сільськогосподарського підприємства. Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід: матеріали V Міжнародної науково-методичної конференції (м. Харків, 01 листопада 2024 р.). Харків : ДБТУ, 2024. С. 293-295. (https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/) 5. Петров В.М., Навроцький Я.Ф., Назаренко С.В. Управління диверсифікацією виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств. Управління розвитком соціально-

							економічних систем: матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (частина 1) (м. Харків, 06-07 березня 2025 р.). Харків : ДБТУ, 2025. С. 375-378. (https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/) п. 19 1.Член-кореспондент Академії економічних наук України зі спеціальності «Економіка сільського господарства» (диплом № 421 від 25.05.2018 р.). 2. Член Громадської організації «Всеукраїнський конгрес вчених економістів аграрників» (посвідчення № 0128 від 30.05.2019 р.).
405128	Прядко Ольга Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050301 Товарознавство та комерційна діяльність, Диплом спеціаліста, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2008, спеціальність: Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 019264, виданий 14.02.2014, Атестат доцента 12ДЦ 047007, виданий 25.02.2016	21	Бренд-менеджмент	Відповідність освітньому компоненту на підставі документів про вищу освіту. Підвищення кваліфікації: 1. Підвищення кваліфікації за напрямом “Особистий бренд науковця” Івано-Франківський інститут після дипломної освіти з 16.05.24р. по 17.05.24р. ((2 кредити ЄКТС/60 годин), 2024р. (60 год./2 кр. ЄКТС), сертифікат № 267/2022 від 17.05.2024 р. 2. Підвищення кваліфікації проект «МОДУЛЬ ЖАНА МОНЕ «ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0» (611674-EPP-1-2019-1-UA-EPPJMO-MODULE), з 01.06.22 по 14.06.22р. (114 год./3,8 кр. ЄКТС), сертифікат № 267/2022 від 14.06.2022 р. 3. Підвищення кваліфікації через платформу масових відкритих онлайн-курсів Prometheus «Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів» з 1.10.2023р. по 16.10.2023р. (60 год./2 кр.ЄКТС), сертифікат №

							6a335669c129455b87dbed291c6ad9d7) від 16.10.2023 р. 4. Підвищення кваліфікації участь у навчальному курсі «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» організованого ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна), з «05» березня 2025р. по «21» травня 2025 р. (120 год./4 кр. ЄКТС), сертифікат № 17) від 22.05.2025 р. 5. Підвищення кваліфікації в навчальному курсі «Європейські практики наукової досконалості в цифрову еру», організований у рамках виконання проєкту Кафедра Жана Моне «Зміцнення лідерства та спроможності ЄС у сфері науки та інновацій» (101175767—EU_STRENGHTS—ERASMUS-JMO-2024-HEI-TCH-RSCH) 2024-2027 з 05.01-30.01.2026р., Сумський державний університет 120 год. ./4 кр. ЄКТС), сертифікат № RE26-812026. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.4, 38.8, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Savytska, N., Shtal, T., Piddubna, L., Penkina, N., & Priadko, O. (2024). Analytical tools for evaluating customer experience in the context of marketing management of service companies. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series “Economics”, 11(3), 112-124. doi: 10.52566/msu-econ3.2024.112. (Scopus) 2. Брендування як елемент формування іміджу продукції FMCG / О. М. Прядко, Г. Л. Чміль, К. С. Олініченко. Науковий погляд: економіка та управління. 2023. № 1. С. 84-92. URL: https://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2023_1_13

							3. Прядко О.М., Чміль Г.Л., Олініченко К.С. Маркетингова координація інноваційних процесів в умовах цифровізації. Науковий погляд: економіка та управління. 2024. № 1 (85). С. 84–90. DOI: https://doi.org/10.32782/2521-666X/2024-85-13 URL: http://www.scientificview.umsf.in.ua/arkhiv-nomeriv?id=142 4. Савицька Н.Л., Прядко О. М., Куляшов В.К., Тимофєєва А.О. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства засобами цифрових комунікацій в соцмережах. Бізнес Інформ. 2024. №6. С. 407–414. 5. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингові аспекти сталого розвитку підприємства: гносеологія та організація директ маркетингу. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки. 2023. Вип. 4 (71). С. 73–81 П.3. Олініченко К.С, Прядко О.М. Стійкість бізнесу в епоху цифровізації: механізми, інструменти та тенденції маркетингу. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. редакцією проф. Н. Л. Савицької, проф. О. В. Жегус, доц. Е. В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І.С., 2025. С. 113-161. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.18310423 П.4 1. Бренд менеджмент: Тестові завдання для перевірки поточного рівня засвоєння знань з дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання спеціальності 075

							«Маркетинг»/ укладачі: Н.Л. Савицька, О.М. Прядко. ДБТУ. – Харків, 2025. 30 с. 2. Прядко О.М. Робоча програма з дисципліни "Бренд менеджмент" для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 "Маркетинг", ДБТУ, 2024. 13 с. 3. Бренд менеджмент:: опорний конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг»/ укладачі: Н.Л. Савицька, О.М. Прядко. ДБТУ. – Харків, 2025. 80 с. П.8. Відповідальний виконавець наукової теми № 29-25-27 Д (0125U002965) за темою: “Стратегічні вектори трансформації бізнесу в умовах цифровізації та повоєнного відновлення” П.11. Наукове консультування ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.). П.12 1. Олініченко К. С., Прядко О. М. Тенденції розвитку брендів в умовах трансформації бізнесу. Innovative technologies of marketing and management in conditions of transformational changes. Innovatsiini tekhnolohii marketynhu i menedzhmentu v umovakh transformatsiynykh zmin: theses of the report of the II International Scientific and Practical Conference (February 28-29, 2024, Khmelnytskyi)(253 p.). Karlsruhe: ScientificWorld-NetAkhatAV [in Ukrainian]. С. 195-196 https://doi.org/10.30890/978-3-98924-013-1.2024. 2. Прядко О.М., Головченко Д.А., Севастьянова В.Ю.

							Використання блокчейн-технологій у маркетингових стратегіях вітчизняних підприємств. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали IX міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтійовича Мазнєва). (м.Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків: ДБТУ. Ч. 3. 2025. С.236-237 3. Прядко О., Олініченко К.С. Сучасні засоби просування на B2B ринку [Електронний ресурс] / Ольга Прядко, Катерина Олініченко // Маркетинг в Україні : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 20 жовт. 2023 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана [та ін.] ; [редкол.: Федорченко А. В. (голова) та ін.]. – Електрон. текст. дані. https://ir.kneu.edu.ua/items/3f5e91c1-7b83-4837-a718-c9cbbd41242a– Київ : КНЕУ, 2023. – С. 305–306. 4. Прядко О.М., Сіренко А.В. Маркетингові інструменти формування особистого бренду./ Сталий ланцюг харчування та безпека крізь науку, знання та бізнес [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 18 травня 2023 р. / Державний біотехнологічний університет. – Харків. – 2023. – с. 246-247. 5. Олініченко К. С., Прядко О. М. Особливості використання штучного інтелекту в маркетингу / Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 23–24 листопада 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 104-105 с.

							П.14 Керівництво студентом, який зайняв ІІ призове місце у ІІ етапі Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт «Siver Student Science» за спеціальністю «Маркетинг» Михайлова-Сопа С.Є. (ФУТПМД, 3 курс, гр. 075-23м-01) П.19 Членкиня Громадської Організації Українська Асоціація Маркетингу 2010 р. – дотепер. Сертифікат № 256.
405128	Прядко Ольга Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050301 Товарознавство та комерційна діяльність, Диплом спеціаліста, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2008, спеціальність: Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 019264, виданий 14.02.2014, Атестат доцента 12ДЦ 047007, виданий 25.02.2016	21	Маркетинг в галузях	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Підвищення кваліфікації: 1. Підвищення кваліфікації проект «МОДУЛЬ ЖАНА МОНЕ «ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0» (611674-EPP-1-2019-1-UA-EPPJMO-MODULE), (114 год./3,8 кр. ЄКТС), сертифікат № 267/2022 від 14.06.2022 р. 2. Підвищення кваліфікації через платформу масових відкритих онлайн-курсів Prometheus «Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів» » з 1.10.2023р. по 16.10.2023р. (60 год./2 кр.ЄКТС), сертифікат № 6a335669c129455b87dbed291c6ad9d7) від 16.10.2023 р. 3. Підвищення кваліфікації участь у навчальному курсі «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» організованого ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна), (120 год./4 кр. ЄКТС), сертифікат № 17) від 22.05.2025 р. 4. Підвищення кваліфікації «Цифрова трансформація професійної діяльності» у межах проєкту Prof2IT ГС «Харківський кластер інформаційних технологій». з 05 травня 2026р. по 22 червня 2026р. (90 год./3 кр. ЄКТС),

							сертифікат № ІТК-26/1604 від 23.06.2026 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам:. 38.1, 38.3, 38.8, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Savytska N.; Zhehus O.; Polevych K.; Prydko O. & Bubenets I. (2024). Enterprise Resilience Behavioral Management in a Decision Support System. Journal of Information Technology Management, 16 (4), 100-121. https://jitm.ut.ac.ir/article_99053_4d6c60528aff8d74c952a24bcfe2348a.pdf (Scopus) 2.Олініченко К. С., Чміль Г. Л., Прядко О. М. Трансформація комунікаційної політики для забезпечення резильєнтності підприємств роздрібної торгівлі. Бізнес Інформ. 2024. №2. С. 338–345. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-338-345 (Фахове видання України, Index Copernicus). 3. Савицька Н.Л., Прядко О. М., Куляшов В.К., Тимофєєва А.О. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства засобами цифрових комунікацій в соцмережах. Бізнес Інформ. 2024. №6. С. 407–414. 4. Савицька Н.Л., Прядко О. М., Пахуча Е.В., Сальніков Р.Д., Безсонцева Д.Р. Ринкова стійкість органічних операторів. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наукових праць. Харків: ДБТУ, 2024. Вип. 1 (35). С. 109–119. 5. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингові аспекти сталого розвитку підприємства: гносеологія та організація директ маркетингу. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом.

							Економічні науки. 2023. Вип. 4 (71). С. 73–81 П.3 Олініченко К.С, Прядко О.М. Стійкість бізнесу в епоху цифровізації: механізми, інструменти та тенденції маркетингу. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. редакцією проф. Н. Л. Савицької, проф. О. В. Жегус, доц. Е. В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І.С., 2025. С. 113-161. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.18310423 П.8 Відповідальний виконавець наукової теми № 29-25-27 Д (0125U002965) за темою: “Стратегічні вектори трансформації бізнесу в умовах цифровізації та повоєнного відновлення” П.11 Наукове консультування ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.). П.12 1. Прядко О.М., . Олініченко К.С. КОМУНІКАЦІЇ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА. Сталий розвиток економіки, підприємств та суспільства [Електронний ресурс]: матеріали II Міжнар.наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 10-11 квітня 2025 р./ За ред. І. Перевозової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2025. – С. 984-985. – DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15383186 URL: https://nung.edu.ua/department/ii-mizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiya-stalyy-rozvytok-ekonomiky-pidpryyemstv

							2. Прядко О.М., Носкова К.Є., Ковальова М.В Застосування інструментів контент-маркетингу на ринку B2C / Механізм забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід» [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 19 травня 2023 р. / Державний біотехнологічний університет. – Харків. – 2023. – С. 207-209. 3. Олініченко К. С., Прядко О. М. Особливості використання штучного інтелекту в маркетингу / Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 23–24 листопада 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2023. – С. 104-105. 4.Прядко О., Олініченко К.С. Сучасні засоби просування на B2B ринку [Електронний ресурс] / Ольга Прядко, Катерина Олініченко // Маркетинг в Україні : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 20 жовт. 2023 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана [та ін.] ; [редкол.: Федорченко А. В. (голова) та ін.]. – Електрон. текст. дані. https://ir.kneu.edu.ua/items/3f5e91c1-7b83-4837-a718-c9cbbd41242a– Київ : КНЕУ, 2023. – С. 305–306. 5. Прядко О.М., Сухіна О.П., Дударєва О.О. Маркетингові інструменти впливу на споживчу поведінку у сфері ресторанного бізнесу. Сталий ланцюг харчування та безпека крізь науку, знання та бізнес [Електронний ресурс]: тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції, 15 травня 2025 року / Державний біотехнологічний

							університет. – Харків, 2025. С. 180-181 – Електронні текстові дані. – Режим доступу: https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/ П.14 Керівництво студентом, який зайняв призове ІІ місце у ІІ етапі Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт «Siver Student Science» за спеціальністю «Маркетинг» Михайлова-Сопа С.Є. (ФУТПМД, 3 курс, гр. 075-23м-01) П.19 Членкиня Громадської Організації Українська Асоціація Маркетингу 2010 р. – дотепер. Сертифікат № 256.
405108	Хлопоніна-Гнатенко Ольга Іванівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом бакалавра, Харківський державний аграрний університет імені В. В. Докучаєва, рік закінчення: 2001, спеціальність: 0502 Менеджмент, Диплом бакалавра, Харківська державна академія культури, рік закінчення: 2006, спеціальність: 0202 Мистецтво, Диплом спеціаліста, Харківський державний аграрний університет імені В. В. Докучаєва, рік закінчення: 2002, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом спеціаліста, Харківська державна академія культури, рік закінчення: 2007, спеціальність: 020205 Музичне мистецтво, Диплом магістра, Харківський	20	Підприємництво	Відповідність освітньому компоненту на підставі документів про вищу освіту та за науковим ступенем. Підвищення кваліфікації: 1. Міжнародне науково-педагогічне підвищення кваліфікації за темою: “Впровадження інновацій в економіці та менеджменті: досвід Чеської Республіки» у Європейському інституті інноваційного розвитку в період з «10» березня 2026 р. по «29» квітня 2026 р. в обсязі 180 годин (6 кредитів ЄКТС).Сертифікат: ecn-2026-11 від 29.04.2026 р. 2. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за темою онлайн-курсу «Цифрова трансформація професійної діяльності». Kharkiv IT Cluster та Eastern Ukraine EDIH за підтримки Міністерства цифрової трансформації України, альянсу Tech Synergy та WINWIN EdTech Center of Excellence. 05.05.26-18.06.2026. 90 годин (3 кредити ЄКТС).Сертифікат: ITK-26/2340 від 18.06.2026 р. Відповідність

				національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва, рік закінчення: 2003, спеціальність: 0502 Менеджмент організацій, Диплом кандидата наук ДК 024980, виданий 31.10.2014, Атестат доцента АД 003841, виданий 16.12.2019			освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Хлопоніна-Гнатенко О., Литовченко Л., Михайленко В. Фактори впливу на формування економічної поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур. Scientific journal "MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS" - 2023(2), С.13-18. (Україна, українська) 2. Божидай, І. І., Хлопоніна-Гнатенко, О. І., Міненко, С. І., & Логвіненко, Є.В. Історія становлення та передумови формування тіньової економіки України. Здобутки економіки: перспективи та інновації, № 2, - 2025. https://doi.org/10.5281/zenodo.17833830 (Б, Index Copernicus) (Україна, українська) 3. О. О. Рудаченко, В. В. Смачило, О. В. Димченко, О. І. Хлопоніна-Гнатенко, В. Є. Родіонов Принципи створення підприємств переробки твердих відходів як складова розвитку підприємництва в сфері "urban mining" ІНВЕСТИЦІЇ: ПРАКТИКА ТА ДОСВІД № 22 , - 2025, С. 177-183. https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.22.177 (Б, Index Copernicus) (Україна, українська) 4. Божидай, І. І., О.І. Хлопоніна-Гнатенко Удосконалення мотиваційного механізму в системі управління підприємницькою діяльністю. Актуальні питання економічних наук, (22). 2026 https://doi.org/10.5281/zenodo.19866921 5. О.І. Хлопоніна-Гнатенко Стратегії інноваційного розвитку підприємства. European Scientific e-Journal, No. 42, - 2026, С. 152-174.

							П.4 1. Підприємництво: опорний конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» [Електронний ресурс] / ДБТУ; уклад.: О.І. Хлопоніна-Гнатенко – Харків, 2026. – 129 с. 2. Підприємництво: методичні вказівки для проведення практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» / Хлопоніна-Гнатенко О.І., Калєнік К.В.– Харків: ДБТУ, 2026 – 49с. 3. Збірник тестів підсумкового контролю з дисципліни «Підприємництво» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» [Електронний ресурс] / ДБТУ; уклад.: Хлопоніна-Гнатенко О.І. – Харків, 2026. – 35 с. П. 12 1. Велієва В.О., Хлопоніна-Гнатенко О.І., Завгородько С.В. Основні аспекти комерційної діяльності. XX-й Міжнародний форум молоді "МОЛОДЬ І ІНДУСТРІЯ 4.0 В XXI СТОЛІТТІ". Збірка матеріалів форуму. – Харків: ДБТУ. 2024. С. 314. 2. Khloponina-Hnatenko Olha, Logvinenko Yevhen Development of franchising as a form of business activity in ukraine (Розвиток франчайзингу як форми підприємницької діяльності в україні) // XV international scientific conference. Toronto. Canada. 20-21.05.2025 p. 105-107. 3. Хлопоніна-Гнатенко О.І., Логвіненко Є.В. Стійкість та циркулярна економіка в агробізнесі // Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії

							гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 4 листопада 2025 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2025. С.119-120. 4. Хлопоніна-Гнатенко О.І., Пономаренко А.В. Бізнес-процеси підприємства: сутність та ключові характеристики // Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс]: тези доповідей IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 4 листопада 2025 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2025. С. 121-122. 5. Хлопоніна-Гнатенко О.І. Інструменти для цифровізації бізнес-процесів. Міжнародна науково-практична конференція «Глобальні економічні трансформації та цифрові інновації в бізнесі», матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 15 травня 2026 р. Харків: ДБТУ, 2026. С. 196-198. П. 14 Керівник постійно діючого наукового студентського гуртка «Біржі та біржова діяльність». П. 19. 1. Членкиня Громадської наукової організації «Фінансово-економічна наукова рада» з «29» квітня 2021 року, на підставі Рішення Правління Громадської наукової організації «Фінансово-економічна наукова рада» № 137 від «29» квітня 2021 року. 2. Голова Спостережної ради КС «Карат» згідно протоколу №34 загальних зборів членів КС від 28 травня 2021 року.
405142	Бубенець Ірина Георгіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківський інститут громадського харчування, рік закінчення:	24	Цифровий маркетинг	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Додаємо інформармацію яка не підтягнулася з ЄДБО: диплом спеціаліста

				1993, спеціальність: , Диплом спеціаліста, Вищою школою підприємства Харківського державного університету харчування та торгівлі, рік закінчення: 2004, спеціальність: , Диплом спеціаліста, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2008, спеціальність: , Диплом кандидата наук ДК 028163, виданий 28.04.2015, Атестат доцента АД 013677, виданий 23.08.2023			ДСК № 009409 від 30.06.2004 р. Вища школа підприємства Харківського державного університету харчування та торгівлі, спеціальність "Маркетинг", кваліфікація – економіст з маркетингу. Підвищення кваліфікації: 1. Міжнародне стажування на тему «Формування компетентності та розвиток професійно-педагогічної майстерності викладача закладу фахової передвищої та вищої освіти» Міжнародна Академія Прикладних Наук,м.Ломжа (Польща) з 13.02.2023-24.03.2023р. (6 кредити ЄКТС, 180 годин) Сертифікат № 03/04/2023 від 24.03.2023 р. 2. Стажування організоване ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна) за навчальним курсом «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси», теми: - Маркетингова воронка: метрики, аналіз та бізнес-рішення. - 20+ маркетингових каналів для e-commerce. - Таргетинг у Meta: основи та роль таргетолога. - Ефективний інтернет-магазин: тренди, інструменти, кейси. з «05» березня 2025 р. по «21» травня 2025 р. в обсязі 120 годин (4 кредитів ЄКТС). Сертифікат № 126 від 22.05.2025 р. 3. Підвищення кваліфікації у межах проєкту Prof2IT ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» за курсом «Цифрова трансформація професійної діяльності». Kharkiv IT Cluster. Обсяг 3,0 кредити ЄКТС/90 год. з «05» травня 2026р. по «22» червня 2026 р. Сертифікат № ІТК-26/978. Відповідність освітньому

							компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19, П.1 1. Бубенець І. Г., Сломінцев Д. М. Сучасні аспекти цифрового маркетингу: основні показники ефективності. Бізнес-Информ. 2022. № 11. С. 271-276. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/bitstream/123456789/20411/1/business-inform-2022-11_0-pages-271_276%20Bubenets%20.pdf DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-11-271-276 (Україна, українська) 2.. Savytska, N., Babenko, V., Chmil, H., Priadko, O. & Bubenets, I. (2023). Digitalization of Business Development Marketing Tools in the B2C Market. Journal of Information Technology Management, 15 (1), 124-134. https://doi.org/10.22059/jitm.2023.90740 URL: https://journals.ut.ac.ir/article_90740_2dc7c64f4d84dc1be3d51c6accc5f811.pdf (Scopus, Іран, англійська). 3. Романюк І. А., Бубенець І. Г., Бондаренко Д. В. Формування ефективної системи просування туристичного підприємства засобами інтернет-маркетингу. Ефективна економіка. 2026. № 5. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.5.164 https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/10649/10881 4. Бубенець, І. Г., Олініченко, К. С., & Христенко, С. С. (2025). Маркетингова діяльність підприємств в умовах цифровізації: практичний аспект. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (17). DOI: https://doi.org/10.54929/2786-5738-2025-17-04-08 (Україна, українська). 5. Бубенець І. Г.,

							Крисько Ю. А. (2025). Інструменти формування маркетингового комплексу підприємств ресторанного бізнесу в умовах цифровізації. Економічний простір, (200). С. 22-26. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.200.22-26 (Україна, українська). П.4 1. Бубенець І.Г. Робоча програма навчальної дисципліни «Цифровий маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 "Маркетинг". Харків: ДБТУ, 2024. 14 с. 2. Савицька Н. Л., Бубенець І. Г., Полевич К. В. Цифровий маркетинг: курс лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної (заочної) форми навчання за спец. «Маркетинг». Харків: ДБТУ, 2025. 212 с. URI https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/78133 3. Цифровий маркетинг: тестові завдання для поточної перевірки знань здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спец. «Маркетинг»; уклад.: І. Г. Бубенець, К. В. Полевич. Харків: ДБТУ, 2025. 27 с. URI https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/78134 П.11 Наукове консультування ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.). п.12 1. Савицька Н.Л., Бубенець І.Г., Кардаш А.О. Особливості формування конкурентної стратегії підприємства на засадах цифрового маркетингу. Революція креативних індустрій: як маркетинг і менеджмент створюють майбутнє : тези доповідей І

							Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24-25 жовтня 2024 р.). – Хмельницький : ХНУ. 2024. С. 361-364. https://repo.btu.kharkiv.ua/bitstream/123456789/59481/1/S_REVOLYUTSIYA_KREATYVNYKH_INDUSTRIY_24-361-364.pdf 2. Бубенець І.Г., Жигадло А. С. Переваги впровадження інструментів інтернет-маркетингу у сфері послуг. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі[Електронний ресурс]: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., 5 листопада 2024 р. / ДБТУ. Харків, 2024. С. 153-154. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/bitstream/123456789/59942/1/konf_Aktual_problemy_perspekt_rozvytku%2024-153-154.pdf 3. Бубенець І.Г., Савченко М.Ю. Аспекти формування маркетингової стратегії підприємства на засадах цифрового маркетингу. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2024). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2024). Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition] С. 268-271. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/bitstream/123456789/63549/1/S_aspekty_formuvannya_marketynhovoyi_strateh_24_268-271.pdf 4. Бубенець І.Г., Леник Д.В. Цифровий маркетинг і ШІ: баланс інновацій та ризиків. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Харків, 4 листопада 2025 р.) Харків: ДБТУ, 2025. С. 161-162. Україна 5. Бубенець І. Г., Резнік Д. П. Використання технологій цифрового маркетингу для зміни конкурентного ландшафту

							підприємства. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. редакцією проф. Н. Л. Савицької, проф. О. В. Жегус, доц. Е. В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І.С., 2025. С. 101-112. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/server/api/core/bitstreams/fc7a4c7b-a511-4e2b-be68-1b74053d6c42/content П.14 1. Керівництво студентом, який зайняв призове місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт: студент гр. 075-22м-01 Сломінцев Д.М., отримала Диплом ІІІ ступеня у І турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2023/2024 н.р., ДБТУ, м. Харків, 2024 р. Тема роботи «Формування лояльності споживачів в умовах цифровізації маркетингових технологій». 2. Керівництво кваліфікаційною роботою магістра: студент гр. 075-22м-01 Сломінцев Д.М. на тему «Формування стратегії цифрового маркетингу на підприємстві», поданої до участі у Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних (дипломних) робіт зі спец. «Маркетинг» на базі Хмельницького національного університету, 2024 р. (Диплом 2 ступеню). 3. Керівництво студентом, який зайняв призове місце у Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт: студентка гр. 075-22б-01, Христенко С.С., отримала Диплом ІІІ ступеня у Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт з маркетингу (24-25 квітня 2025 р.), м. Одеса. Тема роботи: «Формування системи інструментів

							цифрового маркетингу для стійкості бізнесу» П.19 Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу», з 2022 року і дотепер, Сертифікат № 375.
405114	Жегус Олена Валентинівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050107 Економіка підприємств, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2020, спеціальність: 073 Менеджмент, Диплом доктора наук ДД 008708, виданий 20.06.2019, Диплом кандидата наук ДК 038147, виданий 09.11.2006, Атестат доцента 12ДЦ 024201, виданий 14.04.2011, Атестат професора АП 002560, виданий 09.02.2021	23	Маркетингові дослідження	Відповідає за науковим ступенем: доктор економічних наук, спеціальність 08.00.04. Тема дисертації “Формування системи маркетингу закладів вищої освіти”. Підвищення кваліфікації: 1. Навчальний курс“Європейські практики наукової досконалості в цифрову еру”, Сумський державний університет, 4 кредити ЄКТС (120 год.) з 5 по 30 січня 2026 в рамках проєкту Жан Моне “Зміцнення лідерства та спроможності ЄС у сфері науки та інновацій” Сертифікат RE26-110 від 30.01.2026 р. 2. Науково-педагогічна програма підвищення кваліфікації “FEB-2025” на тему «Дослідження соціально-економічних систем», Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, 2 кредити ЄКТС (60 год.). 31 березня-11 квітня 2025 р., Сертифікат № 00493668 FEB 0056-25. 3. International internship under the program FUNDRAISING AND ORGANIZATION OF PROJECT ACTIVITIES IN EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS: EUROPEAN EXPERIENCE. Наукова громадська організація Соборність, Кафедра Польсько-Українських Студій Ягеллонського університету (Польща) 6 кредитів ЄКТС (180 год.). 4.11-10.12.2023 р. Сертифікат : SZFL-003101,10.12.2023 р. Відповідність освітньому

							компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.4, 38.8, 38,11, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Savytska, N., Zhehus, O., Polevych, K., Prydko, O., & Bubenets, I. (2024). Enterprise Resilience Behavioral Management in a Decision Support System. Journal of Information Technology Management, 16(4), 100-121. https://jitm.ut.ac.ir/article_53318_7227.htmlhttps:/jitm.ut.ac.ir/article_99053_4d6c60528aff8d74c952a24bcfe2348a.pdf 2. Жегус О.В Маркетингове управління в забезпеченні резильєнтності бізнесу в умовах BANI-світу. Бізнес Інформ. 2024. №4. С. 348–359. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-4-348-359 3. Жегус О.В. Управління ринковою перспективністю продукту в маркетинговій стратегії підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / [редкол. : В. А. Гросул (відпов. ред.) та ін.]. Харків : ДБТУ, 2026. Вип. 1 (39). С. 206-218. https://economic.strategy.journal.btu.kharkiv.ua/esptssd/uk/article/view/286/307 4. Жегус О. В., Михайлова М. В., Афанасьєва О. П. Передумови формування моделі розумного споживання продуктів харчування в Україні. Бізнес Інформ. 2024. №6. с. 389 - 398. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-389-398 5. Жегус О.В. Методологічні засади аналітичного маркетингу та особливості його використання в умовах сучасних шоків. «Ефективна економіка» № 4, 2023. https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1412/1422 (весна) oi.org/10.32702/2307-

							2105.2023.4.3 П.3 Жегус О. Трансформація маркетингового управління як механізм забезпечення резильєнтності бізнесу. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. ред. Н.Л. Савицької, О.В. Жегус, Е.В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І.С., 2025. С. 44–70. URL: https://zenodo.org/records/18310077/files/%D0%96%D0%B5%D0%B3%D1%83%D1%81_%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_2025_44-70.pdf?download=1 П.4 Маркетингові дослідження: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2026. Маркетингові дослідження: тести для поточного та підсумкового контролю знань для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2026. Маркетингові дослідження: методичні рекомендації для самостійної та індивідуальної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2026. П.8 Відповідальний виконавець НДР 0126U001836 “Маркетингові стратегії забезпечення сталого та стійкого розвитку бізнесу в

							умовах формування європейської моделі конкурентоспроможності економіки”(ініціативна тема 2026-2028 рр.). П.11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою: ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.). П. 12. 1. Жегус О. В. Особливості маркетингової стратегії відновлення бізнесу в Україні/ Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (27–29 квітня 2023 р., м. Хмельницький). – Хмельницький : ХНУ, 2023. С.59-62. 2. Жегус О.В Маркетингове забезпечення відновлення та післявоєнного розвитку бізнесу в Україні/ Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Суми, 6-7 червня 2023 р.). Суми: СНАУ, 2023. С.119-122. 3. Жегус О.В. Цифрові технології в системі адаптаційного управління маркетингом. Маркетинг і цифрові технології: Зб. матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф., 26–27 вересня 2024 р. Одеса : Одеська політехніка. ТЕС, 2024. С. 48-49. 4. Жегус О.В. Еволюція маркетингу як філософії бізнесу: від клієнтоорієнтованості до людиноцентричності. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [: тези доповідей

							Міжнар. наук.-практ. конф., 5 листопада 2024 р. / Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2024. С. 177-178. 5.Жегус О. В., Михайлова М. В., Афанасьєва О. П. Передумови формування моделі розумного споживання продуктів харчування в Україні. Бізнес Інформ. 2024. №6. с. 389 - 398. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-389-398 П.14 Підготовка кваліфікаційної роботи ОКР «бакалавр» Кравченко А.О. (гр. 0753-20б-01) на тему: Ребрендинг сервісного підприємства для забезпечення стійкості в умовах нових викликів на всеукраїнський конкурс кваліфікаційних робіт (Хмельницький) (Диплом 1 ступеня). П.19 Членкиня ГО Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу» з 2019 року і дотепер. Сертифікат № 264.
405136	Чміль Ганна Леонідівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом бакалавра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2009, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2010, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік	13	B2B маркетинг	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Відомості про підвищення кваліфікації: 1. Балтійський науково-дослідний інститут проблем трансформації економічного простору м. Рига (Латвія). Міжнародне стажування за програмою «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців за спеціальністю 075 Маркетинг (10.10.–20.11.2022 р.). Обсяг 6,0 кредитів ЄКТС/180 год. Сертифікат С 20221167. 2. Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра

				закінчення: 2017, спеціальність: 8.14010101 готельна і ресторанна справа, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2018, спеціальність: 075 Маркетинг, Диплом магістра, Українська інженерно-педагогічна академія, рік закінчення: 2020, спеціальність: 011 Освітні, педагогічні науки, Диплом магістра, Українська інженерно-педагогічна академія, рік закінчення: 2020, спеціальність: 073 Менеджмент, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2020, спеціальність: 292 Міжнародні економічні відносини, Диплом доктора наук ДД 012401, виданий 30.11.2021, Диплом кандидата наук ДК 030798, виданий 29.09.2015, Атестат доцента АД 001418, виданий 23.10.2018, Атестат професора АП 005446, виданий 23.08.2023			Моторного. Підвищення кваліфікації за програмою «Дослідження соціально-економічних систем» (31.03.–15.04.2025 р.). Обсяг 2,0 кредити ЄКТС/60 год. Сертифікат № 00493698/FEB0196-25 від 16.04.2025 р. 3. Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна. Міжнародний проєкт програми ЄС ЕРАЗМУС+, Модуль Жана Моне «Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація» (BeSustainAble 101085651, 07.02.2–30.05.2025 р.). Обсяг 3,0 кредити ЄКТС/90 год. Сертифікат № 086/2025 від 30.05.2025 р. 4. Kharkiv IT Cluster. Підвищення кваліфікації у межах проєкту Prof2IT ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» за курсом «Цифрова трансформація професійної діяльності». Обсяг 3,0 кредити ЄКТС/90 год. Сертифікат ІТК-26/1101 від 23.06.2026 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.7, 38.8, 38.10, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Прядко О.М. Організаційні аспекти формування комунікативної політики промислового підприємства. Науковий погляд: економіка та управління. 2022. № 3 (79). С. 103–110. DOI: https://doi.org/10.32782/2521-666X/2022-79-15 URL: http://scientificview.umsf.in.ua/archive/2022/3_79_2022/17.pdf 2. Kashchena N., Nesterenko I., Chmil H., Kovalevska N., Velieva V., Lytsenko O.

							Digitalization of Biocluster Management on Basis of Balanced Scorecard. Journal of Information Technology Management. 2023. Vol. 15. Is. 4. P. 80–96. DOI: https://doi.org/10.22059/jitm.2023.94711 URL: https://jitm.ut.ac.ir/article_94711.html (Scopus) 3. Чміль Г.Л., Кащена Н.Б., Остапенко Р.М. Моніторинг розвитку промислових ринків України: стан та перспективи в умовах глобалізації. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки. 2023. Вип. 3 (70). С. 37–45. DOI: https://doi.org/10.32689/2523-4536/70-6 URL: http://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/2633/3095 4. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Бубенець І.Г. Маркетингові активи в системі управління результативність діяльності промислових підприємств. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 53. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2895 DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-99 5. Кащена Н.Б., Нестеренко І.В., Чміль Г.Л. Стратегічне управління біокластером на засадах ЗСП. Інфраструктура ринку. 2023. Вип. 71. С. 135–142. DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct71-24 URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/71_2023/26.pdf 6. Чміль Г.Л. Формування маркетингової товарної політики підприємства для забезпечення стійкості в умовах воєнного стану. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2025. Т. 2. № 2. С. 209–217. DOI: https://doi.org/10.60022/2(2)-23S П.4 1. B2B маркетинг: конспект лекцій для здобувачів першого

							(бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2026. 2. B2B маркетинг: збірник завдань для практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2026. 3. B2B маркетинг: збірник тестів і завдань для поточного контролю знань здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2026. П.7 1. Офіційний опонент на захисті дисертації на здобуття ступеня доктора філософії Москаленко М.О. на тему «Інституційне забезпечення е-комерції в мережевій економіці» (PhD 8401), 06.06.2025 р., ХНУ імені В.Н. Каразіна. URL: https://svr.naqa.gov.ua/#/defense/8401 2. Офіційний опонент на захисті дисертації на здобуття ступеня доктора філософії Лашина П.М. на тему «Розвиток системи державного стимулювання малого та середнього підприємництва» (PhD 14257), 10.07.2026 р., ХНУ імені В.Н. Каразіна. URL: https://svr.naqa.gov.ua/#/defense/14257 3. Офіційний опонент на захисті дисертації на здобуття ступеня доктора філософії Кравця К.О. на тему «Формування стратегії розвитку підприємства в інклюзивній економіці» (PhD 15315), 25.08.2026 р., ХНЕУ імені Семена Кузнеця. URL: https://svr.naqa.gov.ua/#/defense/15315 П.8 1. Відповідальний виконавець НДР «Трансформація поведінки економічних суб'єктів

							в умовах цифровізації» (№ ДР 0120U105354, 2021-2022 рр.) (власна ініціатива); 2. Дійсний член редакційної колегії наукових журналів, включених до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»), що індексуються в міжнародних бібліографічних базах(Index Copernicus, Google Scholar тощо): – «Соціальна економіка» https://periodicals.karazin.ua/soceconom/about/editorialTeam, «Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг» https://economic.strategy.journal.btu.kharkiv.ua/esptssd/uk/editorial_board П.10 Участь в освітніх проєкті з науковою складовою Програми ЄС ЕРАЗМУС+, Модуль Жан Моне «Біокластери ЄС: досвід формування та управління для забезпечення сталості українських агроекосистем» («EU bioclusters: experience of formation and management to ensure sustainability for Ukrainian agroecosystems») (No 101176911, BioEFM4Agro, 2024–2027 рр.), тренер-викладач. URL: https://sites.google.com/view/bioefm4agro П.11 Наукове консультування ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.). П.12 1. Chmil H. The metaverse as a new communication channel in B2B marketing. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 4 листопада 2025 р. Харків: Держ. біотехнологічний університет, 2025. С.

							140–141. URL: https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/12/conf-04-11-25-tezy.pdf#page=141 2. Chmil H.L., Smyrnova N.S. Proactive marketing as a driver of enterprise adaptability and market resilience. Глобальні економічні трансформації та цифрові інновації в бізнесі: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 15 травня 2026 р. Харків: ДБТУ, 2026. С. 329–330. URL: https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/06/conf-15-05-26_g-mater.pdf 3. Chmil H. Integration of digital ecosystems and ESG metrics in B2B marketing performance management. Сучасні технології маркетингу: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Луцьк, 21 травня 2026 р. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2026. С. 98–100. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/server/api/core/bitstreams/ec161873-4c47-4ef1-820c-5db6f9bed30d/content 4. Chmil H.L. Intellectualization of marketing management of agroecosystems based on artificial intelligence and open data. Євроінтеграційний вектор розвитку агроекосистем в Україні: глобальні виклики та перспективи: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 04 червня 2026 р. Харків: ДБТУ, 2026. С. 206–208. 5. Chmil H.L. Convergence of ESG marketing and digital traceability in forming competitive advantages of sustainable agriculture. Євроінтеграційний вектор розвитку агроекосистем в Україні: глобальні виклики та перспективи: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м.

							Харків, 04 червня 2026 р. Харків: ДБТУ, 2026. С. 127–129. П.14 Журавльова А.С., здобувачка 2 курсу магістратури спеціальності «Маркетинг». Диплом III ступеню Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних (дипломних) робіт зі спец. «Маркетинг» на базі Хмельницького національного університету, 2023 р. П.19 Член Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу» з 2018 р – дотепер. Сертифікат № 266.
405132	Савицька Наталія Леонідівна	Завідувач кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 1995, спеціальність: Облік та аудит, Диплом спеціаліста, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2015, спеціальність: Маркетинг, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2019, спеціальність: 292 Міжнародні економічні відносини, Диплом доктора наук ДД 002412, виданий 10.10.2013, Диплом кандидата наук ДК 007290, виданий 27.06.2000, Атестат доцента ДЦ 008228, виданий 19.06.2003, Атестат професора	29	Соціально відповідальний маркетинг	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Підвищення кваліфікації: 1. Міжнародне науково-педагогічне стажування «The Power of Social Media in the Professional Development of University Representatives: Personal Brand, Tools for Educational Products, Promotion of Sustainable Development Values», організоване Zofia Zamenhof Foundation, Варшава, Польща у межах проєкту Erasmus+ COMSUS. Період проходження: 28.03.2024–20.06.2024. Обсяг: 180 годин (6 кредитів ЄКТС). Сертифікат від 21.06.2024 № COMSUS-WP3-013 2. Підвищення кваліфікації на семінарі-тренінгу: «Реклама без стереотипів: навчання свідомого підходу», Організовано ГО «Українська асоціація маркетингу», Індустріальний гендерний комітет з реклами, Фонд Фрідріха Еберта в Україні; 03.12.2024, 30 годин (1 кредит ЄКТС), Сертифікат: No56/2024-ІГКР від 03.12.2024. 3. Підвищення кваліфікації «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси»

				12ПР 010130, виданий 22.12.2014			організоване ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна), Обсяг: 120 год./ (4 кр. ЄКТС), сертифікат № 270 від 22.05.2025 р. 4. Міжнародне підвищення кваліфікації за програмою «Мислення у сфері штучного інтелекту в підприємницькому середовищі» (AI Mindset in Entrepreneurial Spaces), проведене Університетом Миколаса Ромеріса (Mykolas Romeris University, Литва) у межах міжнародного проєкту EIT HEI-TRAIN «Трансформація закладів вищої освіти для розвитку підприємництва та інновацій на основі штучного інтелекту» (HEI Transformation for Entrepreneurship and AI-Driven Innovation). Рік проходження: 2026. Обсяг: 90 годин (3 кредити ЄКТС). Сертифікат від 12.06.2026 № TRAIN-2026-073. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.7, 38.8, 38.11, 38.14, 38.19. П.1 1. Savytska N., Pakhucha E., Sawicka J., Olinichenko K., Mykhailova M., Polevych A. Development of a methodological framework for assessing the resilience of socio-economic systems in the context of sustainable development. Technology Audit and Production Reserves. 2025. Vol. 6, No. 4 (86). P. 94–101. DOI: https://doi.org/10.15587/2706-5448.2025.347161 (Scopus) 2. Sawicka J., Savytska N., Polevych K. Women on the labour market, historical trends and gender inequalities. Przegląd Wschodnioeuropejski. 2025. Vol. 16, No. 2. P. 57–71. DOI: https://doi.org/10.3164

							8/pw.12108. (Scopus) 3. Савицька Н.Л., Бубенець І.Г., Заковоротний І.С., Ігнатенко О.О. Формування маркетингової політики підприємств в умовах воєнного стану. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Хмельницький. 2024. № 2 (328). С. 330 – 335. URL: https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/127/134 4. Savytska N., Polevych A. Digital Business Transformation: Scientific Approaches and Tools for Sustainable Development. Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology. 2025. Vol. 10, No. 3. P. 230–233. DOI: https://doi.org/10.36887/2415-8453-2025-3-45. 5. Savytska N., Zhehus O., Polevych K., Prydko O., Bubenets I. Enterprise resilience behavioral management in a decision support system. Journal of Information Technology Management. 2024. Vol. 16, No. 4. P. 100–121. DOI: https://doi.org/10.22059/jitm.2024.99053. (Scopus) П.4 1. Соціально відповідальний маркетинг: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. /уклад. Н.Л. Савицька. [Електронне видання]. Харків: ДБТУ, 2024. 2. Соціально відповідальний маркетинг: методичні вказівки до семінарсько-практичних занять для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. /уклад. Н.Л. Савицька. [Електронне видання]. Харків: ДБТУ, 2024. 3. Соціально відповідальний маркетинг: тести для поточного контролю знань для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. /уклад. Н.Л. Савицька.

							[Електронне видання]. Харків: ДБТУ, 2024. П.7 Офіційний опонент дисертації на здобуття наукового ступеня доктор економічних наук. Янковець Тетяна Миколаївна. Цифровий маркетинг в економіці вражень: Доктор економічних наук : спец.. 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) : дата захисту 2025-07-07; Статус: Підтверджена МОН; Державний торговельно-економічний університет. – Київ, 0525U000291. П.8 Науковий керівник НДР: НДР № 0123U100365 «Маркетингове управління розвитком бізнесу на засадах резильєнтності соціально-економічних систем» (ініціативна тема 2023-2025); НДР № 0126U001836 “Маркетингові стратегії забезпечення сталого та стійкого розвитку бізнесу в умовах формування європейської моделі конкурентоспроможності економіки”(ініціативна тема 2026-2028). П.9 Членкиня науково-методичної комісії 4 з бізнесу, управління та права, підкомісії «Маркетинг» у складі сектору вищої освіти Науково-методичної ради вищої освіти МОН України (наказ МОН від 24.04.2026 № 655) https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2026/dokument-001-15.pdf Членкиня Науково-методичної ради при Держпродспоживслужбі України, секція “Захист прав споживачів” (Наказ від 15.01.2024 № 16) https://dpss.gov.ua/storage/app/sites/12/uploaded-files/65461.pdf

							П.11 Науковий керівник 1. НДР 0123U103214 «Розроблення стратегій та методичного інструментарію інноваційного розвитку бізнесу в умовах сучасних викликів» (на замовлення на підставі договору № 20-23-26 від 19.06.2023 про наукове консультування підприємства ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА» 2023-2026). 2. НДР 0125U002965 Стратегічні вектори трансформації бізнесу в умовах цифровізації та повоєнного відновлення” (на замовлення на підставі договору№ 29-25-27 від 30.06.2025 про наукове консультування підприємства ТОВ "Гранд-Маркет” 2025-2027). П.14 Робота у складі журі Міжнародного конкурсу кваліфікаційних робіт здобувачів вищих навчальних закладів освіти з маркетингу, реклами, digital-комунікацій та управління брендами (базовий заклад Хмельницький національний університет) – 2025-2026 рр. П.19 Членкиня Ради ГО «Українська асоціація маркетингу» https://uam.in.ua/council-2/ Голова Харківського регіонального представництва Індустріального Гендерного Комітету з Реклами https://uam.in.ua/uam-clubs-3/#p6 Членкиня Комітету органічного маркетингу ГО «Українська асоціація маркетингу» https://uam.in.ua/uam-clubs-3/#p6 Керівник групи розробників професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» https://uam.in.ua/wp-content/uploads/2025/04/714-

							2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirenna_rinku_zbutu_marketolog-1.pdf
405114	Жегус Олена Валентинівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050107 Економіка підприємств, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2020, спеціальність: 073 Менеджмент, Диплом доктора наук ДД 008708, виданий 20.06.2019, Диплом кандидата наук ДК 038147, виданий 09.11.2006, Атестат доцента 12ДЦ 024201, виданий 14.04.2011, Атестат професора АП 002560, виданий 09.02.2021	23	Маркетингові інновації	Відповідає за науковим ступенем: доктор економічних наук, спеціальність 08.00.04. Тема дисертації “Формування системи маркетингу закладів вищої освіти”. Підвищення кваліфікації: 1. Навчальний курс“Європейські практики наукової досконалості в цифрову еру”, Сумський державний університет, 4 кредити ЄКТС (120 год.) з 5 по 30 січня 2026 в рамках проєкту Жан Моне “Зміцнення лідерства та спроможності ЄС у сфері науки та інновацій” Сертифікат RE26-110 від 30.01.2026 р. 2. Науково-педагогічна програма підвищення кваліфікації “FEB-2025” на тему «Дослідження соціально-економічних систем», Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, 2 кредити ЄКТС (60 год.). 31 березня-11 квітня 2025 р., Сертифікат № 00493668 FEB 0056-25. 3. International internship under the program FUNDRAISING AND ORGANIZATION OF PROJECT ACTIVITIES IN EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS: EUROPEAN EXPERIENCE. Наукова громадська організація Соборність, Кафедра Польсько-Українських Студій Ягеллонського університету (Польща) 6 кредитів ЄКТС (180 год.). 4.11-10.12.2023 р. Сертифікат : SZFL-003101,10.12.2023 р. 4. Семінар-тренінг «Реклама без стереотипів: навчання свідомого підходу», ГО «Українська Асоціація Маркетингу», 1 кредит ЄКТС (30 годин), 3.12.2024, СЕРТИФІКАТ №61/2024-ІГК.

							Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам:38.1, 38.3, 38.4, 38.8, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Savytska, N., Zhehus, O., Polevych, K., Prydko, O., & Bubenets, I. (2024). Enterprise Resilience Behavioral Management in a Decision Support System. Journal of Information Technology Management, 16(4), 100-121. https://jitm.ut.ac.ir/article_53318_7227.htmlhttps:/jitm.ut.ac.ir/article_99053_4d6c60528aff8d74c952a24bcfe2348a.pdf 2. Жегус О.В Маркетингове управління в забезпеченні резильєнтності бізнесу в умовах BANI-світу. Бізнес Інформ. 2024. №4. С. 348–359. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-4-348-359 3. Жегус О.В., Пахуча Е.В., Петріянчук К., Шиян Д. Особливості формування маркетингової стійкості підприємства в умовах сучасних викликів. Вісник Хмельницького національного університету. 2024. Т. 328. № 2.С.121-125. https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-328-18 4. Жегус О.В., Давиденко В.В. Матричний підхід до формування стратегії інноваційного розвитку аграрного підприємства в умовах циркулярної економіки. Проблеми системного підходу в економіці. 2025. Випуск 5 (102). С.13-21. DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2025-5-25. Жегус О.В. Маркетингова стратегія залучення клієнтів в індустрії гостинності. Бізнес Інформ. 2025. №5. С. 538–544. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-5-538-544 П.3 Жегус О.

							Трансформація маркетингового управління як механізм забезпечення резильєнтності бізнесу. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. ред. Н.Л. Савицької, О.В. Жегус, Е.В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І.С., 2025. С. 44–70. URL: https://zenodo.org/records/18310077/files/%D0%96%D0%B5%D0%B3%D1%83%D1%81_%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_2025_44-70.pdf?download=1 П.4. 1. Маркетингові інновації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025. 2. Маркетингові інновації: тести для поточного та підсумкового контролю знань для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025. 3. Маркетингові інновації: методичні рекомендації для самостійної та індивідуальної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025. П8. Відповідальний виконавець НДР 0125U001321 «Розроблення маркетингової стратегії залучення клієнтів та збільшення обсягу продажів» ТОВ «ТОРГОВА КОМПАНІЯ "МЕГА-ТРЕЙД» (2025 р.). П.11

							Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою: ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.). П. 12 1. Жегус О.В Людиноцентричність як ключовий принцип маркетингу 5.0. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: виклики цифрової глобалізації: тези доповідей XV Міжнародної науково-практичної конференції, пам'яті професора Євгена Крикавського. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024. С.128-130. URL: https://science.lpnu.ua/ml-conference/proceedings 2. Жегус О.В. Human-centered брендинг: етичність і автентичність як нові драйвери поведінкової лояльності. Сучасні тренди в поведінковому маркетингу: тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2025. С. 143-144. URL. https://science.lpnu.ua/uk/stpm/tezy-dopovidey 3. Жегус О. В. Маркетингові інструменти адаптації туристичних підприємств в Україні до сучасних викликів [Електронний ресурс] / О. В. Жегус // Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України : матеріали 2-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 26-27 листопада 2024 р. : у 2 ч. Ч. 1 / прогр. ком.: Марченко А. П. [та ін.] ; орг. ком.: Н. В. Якименко-Терещенко [та ін.] ; ред. О. О. Носирєв ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. – Харків : НТУ

							"ХПІ", 2024. С. 142-145. 4. Жегус О.В. Сучасна адженда маркетингового мислення Marketing of innovations. Innovations in marketing (2024). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2024). Bielsko-Biala: WSEH. С. 392-395. 5. Жегус О.В. Цифрові технології в системі адаптаційного управління маркетингом. Маркетинг і цифрові технології: Зб. матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф., 26–27 вересня 2024 р. Одеса : Одеська політехніка. ТЕС, 2024. С. 48-49. П.14 Підготовка кваліфікаційної роботи ОКР «бакалавр» Кравченко А.О. (гр. 0753-20б-01) на тему: Ребрендинг сервісного підприємства для забезпечення стійкості в умовах нових викликів на всеукраїнський конкурс кваліфікаційних робіт (Хмельницький) (Диплом 1 ступеню). П.19 Членкиня ГО Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу» з 2019 року і дотепер. Сертифікат № 264.
405136	Чміль Ганна Леонідівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом бакалавра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2009, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2010, спеціальність: 050106 Облік і	13	Маркетинг сталого розвитку	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Відомості про підвищення кваліфікації: 1. Балтійський науково-дослідний інститут проблем трансформації економічного простору м. Рига (Латвія). Міжнародне стажування за програмою «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців за спеціальністю 075 Маркетинг (10.10.–20.11.2022 р.). Обсяг

				аудит, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2017, спеціальність: 8.14010101 готельна і ресторанна справа, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2018, спеціальність: 075 Маркетинг, Диплом магістра, Українська інженерно-педагогічна академія, рік закінчення: 2020, спеціальність: 011 Освітні, педагогічні науки, Диплом магістра, Українська інженерно-педагогічна академія, рік закінчення: 2020, спеціальність: 073 Менеджмент, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2020, спеціальність: 292 Міжнародні економічні відносини, Диплом доктора наук ДД 012401, виданий 30.11.2021, Диплом кандидата наук ДК 030798, виданий 29.09.2015, Атестат доцента АД 001418, виданий 23.10.2018, Атестат професора АП 005446, виданий 23.08.2023			6,0 кредитів ЄКТС/180 год. Сертифікат С 20221167. 2. Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного. Підвищення кваліфікації за програмою «Дослідження соціально-економічних систем» (31.03.–15.04.2025 р.). Обсяг 2,0 кредити ЄКТС/60 год. Сертифікат № 00493698/FEB0196-25 від 16.04.2025 р. 3. Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна. Міжнародний проєкт програми ЄС ЕРАЗМУС+, Модуль Жана Моне «Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація» (BeSustainAble 101085651, 07.02.2–30.05.2025 р.). Обсяг 3,0 кредити ЄКТС/90 год. Сертифікат № 086/2025 від 30.05.2025 р. 4. Kharkiv IT Cluster. Підвищення кваліфікації у межах проєкту Prof2IT ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» за курсом «Цифрова трансформація професійної діяльності» Обсяг 3,0 кредити ЄКТС/90 год. Сертифікат ІТК-26/1101 від 23.06.2026 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.7, 38.8, 38.10, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19 П.1 1. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингові аспекти сталого розвитку підприємства: гносеологія та організація директ маркетингу. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки. 2023. Вип. 4 (71). С. 73–81. DOI: https://doi.org/10.3268

							9/2523-4536/71-10 2. Kashchena N., Nesterenko I., Chmil H., Kovalevska N., Velieva V., Lytsenko O. Digitalization of Biocluster Management on Basis of Balanced Scorecard. Journal of Information Technology Management. 2023. Vol. 15. Is. 4. P. 80–96. DOI: https://doi.org/10.22059/jitm.2023.94711 URL: https://jitm.ut.ac.ir/article_94711.html (Scopus) 3. Чміль Г.Л., Цяцька Г.В. Вплив екологічного іміджу на маркетингову ефективність підприємств індустрії гостинності. Економіка та суспільство. 2025. Вип. 75. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6196/6139 DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-78 4. Чміль Г.Л. Формування маркетингової товарної політики підприємства для забезпечення стійкості в умовах воєнного стану. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2025. Т. 2. № 2. С. 209–217. DOI: https://doi.org/10.60022/2(2)-23S 5. Чміль Г.Л., Балацька Н.Ю. ESG-орієнтований маркетинг як детермінанта результативності стратегічних рішень та стійкого розвитку підприємства. Інфраструктура ринку. 2026. Вип. 88. С. 141–148. URL: https://journals.iei.od.ua/index.php/market-infr/uk/article/view/79/59 DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct88-21 6. Чміль Г.Л., Балацька Н.Ю. Концептуальна модель оцінювання ефективності стратегій сталого маркетингу підприємства. Економіка та суспільство. 2025. Вип. 82. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7318/7270 DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-116

							П.4 1. Маркетинг сталого розвитку: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2026. 2. Маркетинг сталого розвитку: збірник завдань для практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2026. 3. Маркетинг сталого розвитку: збірник тестів і завдань для поточного контролю знань здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2026. П.7 1. Офіційний опонент на захисті дисертації на здобуття ступеня доктора філософії Москаленко М.О. на тему «Інституційне забезпечення е-комерції в мережевій економіці» (PhD 8401), 06.06.2025 р., ХНУ імені В.Н. Каразіна. URL: https://svr.naqa.gov.ua/#/defense/8401 2. Офіційний опонент на захисті дисертації на здобуття ступеня доктора філософії Лашина П.М. на тему «Розвиток системи державного стимулювання малого та середнього підприємництва» (PhD 14257), 10.07.2026 р., ХНУ імені В.Н. Каразіна. URL: https://svr.naqa.gov.ua/#/defense/14257 3. Офіційний опонент на захисті дисертації на здобуття ступеня доктора філософії Кравця К.О. на тему «Формування стратегії розвитку підприємства в інклюзивній економіці» (PhD 15315), 25.08.2026 р., ХНЕУ імені Семена Кузнеця. URL: https://svr.naqa.gov.ua/#/defense/15315

							П.8 1. Відповідальний виконавець НДР «Трансформація поведінки економічних суб'єктів в умовах цифровізації» (№ ДР 0120U105354, 2021-2022 рр.) (власна ініціатива). 2. Дійсний член редакційної колегії наукових журналів, включених до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»), що індексуються в міжнародних бібліографічних базах(Index Copernicus, Google Scholar тощо): – «Соціальна економіка» https://periodicals.karazin.ua/soceconom/about/editorialTeam, «Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг» https://economic.strategy.journal.btu.kharkiv.ua/esptssd/uk/editorial_board П.10 Участь в освітньому проєкті з науковою складовою Програми ЄС ЕРАЗМУС+, Модуль Жан Моне «Біокластери ЄС: досвід формування та управління для забезпечення сталості українських агроекосистем» («EU bioclusters: experience of formation and management to ensure sustainability for Ukrainian agroecosystems») (No 101176911, BioEFM4Agro, 2024–2027 рр.), тренер-викладач. URL: https://sites.google.com/view/bioefm4agro П.11 Наукове консультування ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.). П.12 1. Chmil H., Khalyhverdiiev H. Mechanisms of institutionalization of sustainable marketing in the business environment. Актуальні проблеми та перспективи розвитку

							агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 4 листопада 2025 р. Харків: Держ. біотехнологічний університет, 2025. С. 151–152. URL: https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/12/conf-04-11-25-tezy.pdf#page=152 2. Chmil H.L., Farafonov O.Yu. Sustainable marketing decisions in the context of data-driven business transformation. Глобальні економічні трансформації та цифрові інновації в бізнесі : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 15 травня 2026 р. Харків: ДБТУ, 2026. С. 598–599. URL: https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2026/06/conf-15-05-26_g-mater.pdf 3. Chmil H. Marketing performance management of enterprises in the context of sustainable development and ESG transformation. Сучасні технології маркетингу: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Луцьк, 21 травня 2026 р. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2026. С. 227–229. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/server/api/core/bitstreams/eb55e8da-a4be-4a85-878e-bc4d3e5730b5/content 4. Chmil H.L. Sustainable marketing as a basis for enterprise performance management in the European space. Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту та публічного врядування в контексті євроінтеграції: матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Рівне, 21 травня 2026 р. Рівне: НУВГП, 2026. С. 31–32. 5. Chmil H.L. Evidence-based green marketing paradigm for sustainable development of agri-

							food systems. Євроінтеграційний вектор розвитку агроекосистем в Україні: глобальні виклики та перспективи: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 04 червня 2026 р. Харків: ДБТУ, 2026. С. 299–301. П.14 Журавльова А.С., здобувачка 2 курсу магістратури спеціальності «Маркетинг». Диплом III ступеню Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних (дипломних) робіт зі спец. «Маркетинг» на базі Хмельницького національного університету, 2023 р. П.19 Член Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу» з 2018 р – дотепер. Сертифікат № 266.
405132	Савицька Наталія Леонідівна	Завідувач кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 1995, спеціальність: Облік та аудит, Диплом спеціаліста, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2015, спеціальність: Маркетинг, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2019, спеціальність: 292 Міжнародні економічні відносини, Диплом доктора наук ДД 002412, виданий 10.10.2013,	29	Поведінка споживачів	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Підвищення кваліфікації: 1. Міжнародне підвищення кваліфікації за програмою «Стійке навчання» (Resilient Teaching), проведене Таврійським державним агротехнологічним університетом імені Дмитра Моторного (Україна) у межах міжнародного проєкту Erasmus+ SAFE LEARN «Підтримка адаптивної та гнучкої освіти для студентів, які постраждали від війни в Україні» (Project ID 101236049). Період: 16.04.2026–19.06.2026. Обсяг: 180 годин (6 ЄКТС). Сертифікат від 19.06.2026 № 00493698/СВ-16-26. 2. Підвищення кваліфікації «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» організоване ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна), Обсяг: 120 год./ (4 кр. ЄКТС),

				Диплом кандидата наук ДК 007290, виданий 27.06.2000, Атестат доцента ДЦ 008228, виданий 19.06.2003, Атестат професора 12ПР 010130, виданий 22.12.2014			сертифікат № 270 від 22.05.2025 р. 3. Підвищення кваліфікації у межах проєкту Prof2IT за курсом «Цифрова трансформація професійної діяльності», організоване ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» (Kharkiv IT Cluster). Обсяг: 3,0 ЄКТС /90 год. Сертифікат № ІТК-26/1453 від 23.06.2026 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.8, 38.9, 38.14, 38.19. П.1 1. Савицька Н. Л., Сінаюк О. Ю. Модель дослідження резильєнтності українських брендів в умовах війни: споживче сприйняття, перевага та поведінковий прояв. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2026. № 4. С. 293–298. DOI: https://doi.org/10.36887/2524-0455-2026-4-57. 2. Savytska, N., Evlash, V., Olinichenko, K. Sales problem or consumer relationship: determinants of functional food market promotion. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. Харків : ДБТУ, 2025. Вип. 1 (37). С. 120-134. 3. Савицька Н. Л., Сінаюк О. Ю. Парадигмальний зміст трансформації системи маркетингових досліджень в умовах цифровізації. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2026. Вип. 1 (39). С. 193–206. DOI: https://doi.org/10.31359/2312.394x.2026.39.1.193. 4. Савицька Н. Л., Прядко О. М., Куляшов В. К., Тимофєєва А.О. Удосконалення маркетингової діяльності

							підприємства засобами цифрових комунікацій у соцмережах. Бізнес Інформ. 2024. №6. С. 407–414. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-407-414 5. Savytska N., Zhehus O., Chmil H., Uchakova N., Androsova T., Priadko O. Applied Research of Digital Readiness of Retails. WSEAS Transactions on Environment and Development. 2022. Vol. 18. P. 798–809. DOI: https://doi.org/10.37394/232015.2022.18.75 (Scopus) П.4 1. Поведінка споживача: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Маркетинг. /уклад. Н.Л. Савицька, Е.В. Пахуча. [Електронне видання]. Харків: ДБТУ, 2026. 2. Поведінка споживача: методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Маркетинг. /уклад. Н.Л. Савицька, Е.В. Пахуча. [Електронне видання]. Харків: ДБТУ, 2026. 3. Поведінка споживача: збірник тестів для поточного контролю знань для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. /уклад. Н.Л. Савицька. [Електронне видання]. Харків: ДБТУ, 2026. П. 8. Член редакційної колегії наукового видання, включеного до переліку фахових видань України «Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг» – категорія «Б» (заступник головного редактора) https://economic.strategy.journal.btu.kharkiv.ua/esptssd/uk/editorial_board (2015-2026) П.9 Науковий керівник

							НДР 0125U001321 «Розроблення маркетингової стратегії залучення клієнтів та збільшення обсягу продажів» (на замовлення на підставі договору про наукове консультування підприємства ТОВ «ТОРГОВА КОМПАНІЯ "МЕГА-ТРЕЙД» від 03.02.2025). Членкиня науково-методичної комісії 4 з бізнесу, управління та права, підкомісії «Маркетинг» у складі сектору вищої освіти Науково-методичної ради вищої освіти МОН України (наказ МОН від 24.04.2026 № 655) https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2026/dokument-001-15.pdf Членкиня Науково-методичної ради при Держпродспоживслужбі України, секція “Захист прав споживачів” (Наказ від 15.01.2024 № 16) https://dpss.gov.ua/storage/app/sites/12/uploaded-files/65461.pdf П.14 Робота у складі галузевої конкурсної комісії Міжнародного конкурсу наукових робіт здобувачів вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг» «Siver Student Science». (базовий заклад Національний університет «Чернігівська політехніка» 2024-2026 рр.) https://stu.cn.ua/wp-content/uploads/2026/03/nakaz-pro-zatverdzhennya-skladu-galuzevoyi-konkursnoyi-komisiyi-dlya-provedennya-mizhnarodnogo-konkursu-naukovyh-robit-zdobuvachiv-vyshhoyi-osvity-zi-spezialnosti-marketyng-2026.pdf П. 19 Членкиня Ради ГО «Українська асоціація маркетингу» https://uam.in.ua/council-2/ Голова Харківського регіонального представництва Індустріального

							Гендерного Комітету з Реклами https://uam.in.ua/uam-clubs-3/#p6 Членкиня Комітету органічного маркетингу ГО «Українська асоціація маркетингу» https://uam.in.ua/uam-clubs-3/#p6 Керівник групи розробників професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» https://uam.in.ua/wp-content/uploads/2025/04/714-2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirenna_rinku_zbutu_marketolog-1.pdf
405132	Савицька Наталія Леонідівна	Завідувач кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 1995, спеціальність: Облік та аудит, Диплом спеціаліста, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2015, спеціальність: Маркетинг, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2019, спеціальність: 292 Міжнародні економічні відносини, Диплом доктора наук ДД 002412, виданий 10.10.2013, Диплом кандидата наук ДК 007290, виданий 27.06.2000, Атестат доцента ДЦ 008228, виданий 19.06.2003, Атестат професора 12ПР 010130, виданий 22.12.2014	29	Агропродовольчий маркетинг	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Підвищення кваліфікації: 1. Міжнародне підвищення кваліфікації за програмою «Стійке навчання» (Resilient Teaching), проведене Таврійським державним агротехнологічним університетом імені Дмитра Моторного (Україна) у межах міжнародного проєкту Erasmus+ SAFE LEARN «Підтримка адаптивної та гнучкої освіти для студентів, які постраждали від війни в Україні» (Project ID 101236049). Період: 16.04.2026–19.06.2026. Обсяг: 180 годин (6 ЄКТС). Сертифікат від 19.06.2026 № 00493698/СВ-16-26. 2. Підвищення кваліфікації «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» організоване ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна), Обсяг: 120 год./ (4 кр. ЄКТС), сертифікат № 270 від 22.05.2025 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.8, 38.9, 38.11, 38.14, 38.19. П.1 1. Савицька Н., Пахуча Е., Бондаренко А. Інноваційні технології

							як інструмент оптимізації маркетингової стратегії операторів ринку органічної продукції. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. 2025. Т. 338, № 1. С. 446–451. DOI: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-338-65. 2. Savytska, N., Evlash, V., Olinichenko, K. Sales problem or consumer relationship: determinants of functional food market promotion. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. Харків : ДБТУ, 2025. Вип. 1 (37). С. 120-134. 3. Савицька Н. Л., Пахуча Е. В., Прядко О. М., Сальніков Р. Д., Безсонцева Д. Р. Ринкова стійкість органічних операторів. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2024. Вип. 1 (35). С. 109–119. URL: https://economic.strategy.journal.btu.kharkiv.ua/esptssd/article/view/33. 4. Савицька Н. Л., Пахуча Е. В. Ринкова резильєнтність бізнесу: теоретичний конструкт. Бізнес Інформ. 2024. № 2. С. 244–257. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-244-257. 5. Савицька Н. Л., Макєєв О. С. Концептуальна модель маркетингового управління товарним асортиментом у роздрібній торгівлі. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2026. Т. 11, № 3. С. 444–449. DOI: https://doi.org/10.36887/2415-8453-2026-3-79 6. Zahorulko A., Zagorulko A., Savytska N., Minenko S., Pugach A., Ponomarenko N., Zakharchenko R., Pikula O. Design of a universal apparatus for heat treatment of meat and vegetable cooked and smoked products with the addition of dried semi-finished products of a high degree of readiness to the recipe. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2023. Vol. 6, No. 11 (126). P. 50–

							61. DOI: https://doi.org/10.15587/1729-4061.2023.285406. (Scopus) П.3 Савицька Н.Л., Пахуча Е.В.Агропродовольчий маркетинг: навчальний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальностей галузей знань D «Бізнес, адміністрування та право» та H «Сільське, лісове, рибне господарство та ветеринарна медицина». Х: Вид-во Іванченко І.С., 2025. 129 с.https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/67933 П.8 Науковий керівник НДР: НДР № 0123U100365 «Маркетингове управління розвитком бізнесу на засадах резильєнтності соціально-економічних систем» (ініціативна тема 2023-2025); НДР № 0126U001836 “Маркетингові стратегії забезпечення сталого та стійкого розвитку бізнесу в умовах формування європейської моделі конкурентоспроможності економіки”(ініціативна тема 2026-2028) П.9 Членкиня науково-методичної комісії 4 з бізнесу, управління та права, підкомісії «Маркетинг» у складі сектору вищої освіти Науково-методичної ради вищої освіти МОН України (наказ МОН від 24.04.2026 № 655) https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2026/dokument-001-15.pdf Членкиня Науково-методичної ради при Держпродспоживслужбі України, секція “Захист прав споживачів” (Наказ від 15.01.2024 № 16) https://dpss.gov.ua/storage/app/sites/12/uploaded-files/65461.pdf

							П.11 Науковий керівник: НДР 0123U103214 «Розроблення стратегій та методичного інструментарію інноваційного розвитку бізнесу в умовах сучасних викликів» (на замовлення на підставі договору № 20-23-26 від 19.06.2023 про наукове консультування підприємства ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА» 2023-2026). П.14 Робота у складі галузевої конкурсної комісії Міжнародного конкурсу наукових робіт здобувачів вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг» «Siver Student Science». (базовий заклад Національний університет «Чернігівська політехніка» 2024-2026 рр.). https://stu.cn.ua/wp-content/uploads/2026/03/nakaz-pro-zatverdzhennya-skladu-galuzevoyi-konkursnoyi-komisiyi-dlya-provedennya-mizhnarodnogo-konkursu-naukovyh-robit-zdobuvachiv-vyshhoyi-osvity-zi-speczialnosti-marketyng-2026.pdf П. 19 Членкиня Ради ГО «Українська асоціація маркетингу» https://uam.in.ua/council-2/ Членкиня Комітету органічного маркетингу ГО «Українська асоціація маркетингу» https://uam.in.ua/uam-clubs-3/#p6
405114	Жегус Олена Валентинівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 1999, спеціальність: 050107 Економіка підприємств, Диплом магістра, Харківський державний	23	Аналітичний маркетинг	Відповідає за науковим ступенем: доктор економічних наук, спеціальність 08.00.04. Тема дисертації “Формування системи маркетингу закладів вищої освіти”. Підвищення кваліфікації: 1. Навчальний курс“Європейські практики наукової досконалості в цифрову еру”, Сумський державний

				університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2020, спеціальність: 073 Менеджмент, Диплом доктора наук ДД 008708, виданий 20.06.2019, Диплом кандидата наук ДК 038147, виданий 09.11.2006, Атестат доцента 12ДЦ 024201, виданий 14.04.2011, Атестат професора АП 002560, виданий 09.02.2021			університет, 4 кредити ЄКТС (120 год.) з 5 по 30 січня 2026 в рамках проєкту Жан Моне "Зміцнення лідерства та спроможності ЄС у сфері науки та інновацій" Сертифікат RE26-110 від 30.01.2026 р. 2. Науково-педагогічна програма підвищення кваліфікації "FEB-2025" на тему «Дослідження соціально-економічних систем», Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, 2 кредити ЄКТС (60 год.). 31 березня-11 квітня 2025 р., Сертифікат № 00493668 FEB 0056-25. 3. International internship under the program FUNDRAISING AND ORGANIZATION OF PROJECT ACTIVITIES IN EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS: EUROPEAN EXPERIENCE. Наукова громадська організація Соборність, Кафедра Польсько-Українських Студій Ягеллонського університету (Польща) 6 кредитів ЄКТС (180 год.). 4.11-10.12.2023 р. Сертифікат : SZFL-003101,10.12.2023 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.4, 38.8, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Savytska, N., Zhehus, O., Polevych, K., Prydko, O., & Bubenets, I. (2024). Enterprise Resilience Behavioral Management in a Decision Support System. Journal of Information Technology Management, 16(4), 100-121. https://jitm.ut.ac.ir/article_53318_7227.htmlhttps:/jitm.ut.ac.ir/article_99053_4d6c60528aff8d74c952a24bcfe2348a.pdf 2. Жегус О., Савицька Н., Посохова С. Розвиток аналітичного інструментарію

							маркетингу в соціальних мережах. Journal on economic and social issues. 2022. №2. URL. http://perspectives-ism.eu/full/p222-s005.pdf 3. Жегус О.В. Методологічні засади аналітичного маркетингу та особливості його використання в умовах сучасних шоків. «Ефективна економіка» № 4, 2023. https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1412/1422 (весна) oi.org/10.32702/2307-2105.2023.4.3 4. Жегус О. В., Ілляшенко О. В. Маркетингова аналітика в забезпеченні відновлення та розвитку суб'єктів бізнесу в Україні. Бізнес Інформ. 2023. №7. С. 212–219. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-7-212-219 5. Жегус О.В. Управління брендом та маркетинговим просуванням послуг закладів вищої освіти. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / [редкол. : В. А. Гросул (відпов. ред.) та ін.]. Харків : ДБТУ, 2025. Вип. 2 (38). С. 93-107. https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/74423 П.3 Жегус О. Трансформація маркетингового управління як механізм забезпечення резильєнтності бізнесу. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. ред. Н.Л. Савицької, О.В. Жегус, Е.В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І.С., 2025. С. 44–70. URL: https://zenodo.org/records/18310077/files/%D0%96%D0%B5%D0%B3%D1%83%D1%81_%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_2025_

							44-70.pdf?download=1 П.4. 1. Аналітичний маркетинг: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025. 2. Аналітичний маркетинг: тести для поточного та підсумкового контролю знань для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025. 3. Аналітичний маркетинг: методичні рекомендації для самостійної та індивідуальної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025. П8. Відповідальний виконавець НДР 0125U002965 Стратегічні вектори трансформації бізнесу в умовах цифровізації та повоєнного відновлення 2025-2027 ТОВ "Гранд-Маркет". П.11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою: ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.). П. 12. 1. Жегус О. В. Аналітичний маркетинг в умовах нових викликів. Маркетинг і логістика в системі менеджменту: тези доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів: Видавництво

							Львівської політехніки, 2022. С. 88-91. 2. Жегус О. В. Еволюція концепцій маркетингу в умовах сучасних трансформацій/ Marketing of innovations. Innovations in marketing (2022). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2022). Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition] С. 272-277. 3. Жегус О. В. Особливості маркетингової стратегії відновлення бізнесу в Україні/ Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (27–29 квітня 2023 р., м. Хмельницький). – Хмельницький : ХНУ, 2023. С.59-62. 4. Жегус О.В. Еволюція маркетингу як філософії бізнесу: від клієнтоорієнтованості до людиноцентричності. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., 5 листопада 2024 р. / Державний біотехнологічний ун-т. Електронні текстові дані. Харків, 2024. С. 177-178. 5.Жегус О.В Маркетингове забезпечення відновлення та післявоєнного розвитку бізнесу в Україні/ Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Суми, 6-7 червня 2023 р.). Суми: СНАУ, 2023. С.119-122. П.14 Підготовка кваліфікаційної роботи ОКР «бакалавр» Кравченко А.О. (гр. 0753-20б-01) на тему: Ребрендинг сервісного підприємства для

							забезпечення стійкості в умовах нових викликів на всеукраїнський конкурс кваліфікаційних робіт (Хмельницький) (Диплом 1 ступеню) П.19 Членкиня ГО Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу» з 2019 року і дотепер. Сертифікат № 264.
405128	Прядко Ольга Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050301 Товарознавство та комерційна діяльність, Диплом спеціаліста, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2008, спеціальність: Маркетинг, Диплом кандидата наук ДК 019264, виданий 14.02.2014, Атестат доцента 12ДЦ 047007, виданий 25.02.2016	21	Трейд маркетинг	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Підвищення кваліфікації: 1. Підвищення кваліфікації участь у навчальному курсі «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» організованого ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна), з «05» березня 2025р. по «21» травня 2025 р., 120 год./4 кр. Е(CTS), сертифікат № 17) від 22.05.2025 р. 2. Підвищення кваліфікації у семінарі-тренінгу «Реклама без стереотипів: навчання свідомого підходу» організованого індустріальним гендерним комітетом з реклами та ГО «Українська Асоціація Маркетингу» 01-03.12.2024. 30 год./1 кр. Е(CTS), сертифікат № 58/2024-ІГКР) від 22.05.2025 р. 3. Підвищення кваліфікації «Цифрова трансформація професійної діяльності» у межах проєкту Prof2IT ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» з 05 травня 2026р. по 22 червня 2026р. (90 год./3 кр. ЄКТС), сертифікат № ІТК-26/1604 від 23.06.2026 р. 4. Проєкт “COMSUS. Development of sustainable communications of Higher education institutions in social media” Erasmus + (№2022-1-PL01-KA220-HED-000090164). 28.03.2024 -

							20.06.2024 р.180 годин (6 кредитів ЄКТС). Сертифікат № COMSUS-WP3-014. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.4, 38.8, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19. П.1. 1. Savytska N., Zhehus O., Chmil H., Uchakova N., Androsova T., Priadko O. Applied research of digital readiness of retails. WSEAS Transations on Environment and Development. 2022. Vol. 18. P. 798–809. DOI:10.37394/232015.2022.18.75 (Scopus) 2. Savytska, N., Babenko, V., Chmil, H., Priadko, O. & Bubenets, I. (2023). Digitalization of Business Development Marketing Tools in the B2C Market. Journal of Information Technology Management, 15 (1), 124-134. https://doi.org/10.22059/jitm.2023.90740 (Scopus, Іран, стаття англійською мовою). 3. Прядко О. М., Черкасова В. С., Сухіна О. П. Маркетинг у ресторанному бізнесі: адаптація до змін споживчої поведінки. Науковий погляд: економіка та управління. 2025. №2(90). С. 151-156. 4. Олініченко К. С., Чміль Г. Л., Прядко О. М. Трансформація комунікаційної політики для забезпечення резильєнтності підприємств роздрібної торгівлі. Бізнес Інформ. 2024. №2. С. 338–345. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-338-345 (Фахове видання України, Index Copernicus). 5. Прядко О.М., Чміль Г.Л., Олініченко К.С. Маркетингова координація інноваційних процесів в умовах цифровізації. Науковий погляд: економіка та управління. 2024. № 1 (85). С. 84–90. DOI: https://doi.org/10.32782/2521-666X/2024-85-

							13 URL: http://www.scientificview.umsf.in.ua/arkhiv-nomeriv?id=142 П3. Олініченко К.С, Прядко О.М. Стійкість бізнесу в епоху цифровізації: механізми, інструменти та тенденції маркетингу. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. редакцією проф. Н. Л. Савицької, проф. О. В. Жегус, доц. Е. В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І.С., 2025. С. 113-161. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.18310423 П.4 1. Збірник тестів для поточного контролю з дисципліни "Трейд маркетинг" для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / ДБТУ; уклад.: О.М. Прядко – Харків, 2025. 2. Прядко О.М. Робоча програма з дисципліни "Трейд маркетинг" для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 "Маркетинг", ДБТУ, 2024. 14 с. 3. Трейд маркетинг: опорний конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг»/ укладачі: Н.Л. Савицька, О.М. Прядко. ДБТУ. – Харків, 2024. 80 с. П.8 Відповідальний виконавець наукової теми № 29-25-27 Д (0125U002965) за темою: “Стратегічні вектори трансформації бізнесу в умовах цифровізації та повоєнного відновлення” П.11. Наукове

							консультування ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.). П.12. 1. Прядко О. М. ТРАНСФОРМАЦІЯ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі», 4 листопада 2025 р. Харків, 2025. С. 223–225. 2. Прядко О.М., . Оліниченко К.С. КОМУНІКАЦІЇ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА. Сталий розвиток економіки, підприємств та суспільства [Електронний ресурс]: матеріали II Міжнар.наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 10-11 квітня 2025 р./ За ред. І. Перевозової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2025. – С. 984-985. – DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15383186 URL: https://nung.edu.ua/department/ii-mizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiya-stalyy-rozvytok-ekonomiky-pidpryyemstv 3. Прядко О., Оліниченко К.С. Сучасні засоби просування на B2B ринку [Електронний ресурс] / Ольга Прядко, Катерина Оліниченко // Маркетинг в Україні : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 20 жовт. 2023 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана [та ін.] ; [редкол.: Федорченко А. В. (голова) та ін.]. – Електрон. текст. дані. https://ir.kneu.edu.ua/items/3f5e91c1-7b83-4837-a718-c9cbbd41242a– Київ : КНЕУ, 2023. – С. 305–306.

							4. Прядко О.М., Олініченко К.С. Ефективний контент-маркетинг на B2B ринку // Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2022 р. / Державний біотехнологічний ун-т. – Електронні текстові дані. – Харків, 2022. 183-184 с. 5. Прядко О.М., Казанцева А.І., Кравцова А.Є. Маркетингові інструменти розвитку сфери послуг в умовах цифрової трансформації. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали IX міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтійовича Мазнєва). (м.Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків: ДБТУ. Ч. 3. 2025. С.157-159 П.14. Керівництво студентом, який зайняв призове місце у II етапі Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт «Siver Student Science» за спеціальністю «Маркетинг» Михайлова-Сопа С.Є. (ФУТПМД, 3 курс, гр. 075-23м-01) II місце. П.19. Членкиня Громадської Організації Українська Асоціація Маркетингу 2010 р. – дотепер. Сертифікат № 256.
405142	Бубенець Ірина Георгіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківський інститут громадського харчування, рік закінчення: 1993, спеціальність: , Диплом спеціаліста, Вищою школою підприємства Харківського державного університету	24	Маркетингова товарна політика та ціноутворення	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Додаємо інформармацію яка не підтягнулася з ЄДБО: диплом спеціаліста ДСК № 009409 від 30.06.2004 р. Вища школа підприємства Харківського державного університету харчування та торгівлі, спеціальність "Маркетинг", кваліфікація –

				харчування та торгівлі, рік закінчення: 2004, спеціальність: , Диплом спеціаліста, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2008, спеціальність: , Диплом кандидата наук ДК 028163, виданий 28.04.2015, Атестат доцента АД 013677, виданий 23.08.2023			економіст з маркетингу. Підвищення кваліфікації: 1. Міжнародне стажування на тему «Формування компетентності та розвиток професійно-педагогічної майстерності викладача закладу фахової передвищої та вищої освіти» Міжнародна Академія Прикладних Наук,м.Ломжа (Польща) з 13.02.2023-24.03.2023р. (6 кредити ЄКТС, 180 годин) Сертифікат № 03/04/2023 від 24.03.2023 р. 2. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за темою навчального курсу «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» за дистанційною формою навчання, організоване ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна) у період з «05»березня 2025 р. по «21»травня 2025 р. в обсязі 120 годин (4 кредити ЄКТС). Сертифікат № 126 від 22.05.2025 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19 П.1 1. Савицька Н.Л., Бубенець І.Г., Заковоротний І.С., Ігнатенко О.О.. Формування маркетингової політики підприємств в умовах воєнного стану. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Хмельницький. 2024. № 2 (328). С. 330 – 335. URL: https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/127/134 (Україна, українська). 2. Бубенець, І. Г., & Резнік, Д. П. (2024). Маркетинговий підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

							Здобутки економіки: перспективи та інновації, (13). https://doi.org/10.5281/zenodo.16220131 (Україна, українська) 3. Бубенець І. Г., Крисько Ю. А. (2025). Інструменти формування маркетингового комплексу підприємств ресторанного бізнесу в умовах цифровізації. Економічний простір, (200). С. 22-26. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.200.22-26 URL: https://economic-prostir.com.ua/wp-content/uploads/2025/04/200-22-26-bubenecz.pdf (Україна, українська) 4. Бубенець І. Г., Резнік Д. П. Вплив ціноутворення на формування конкурентної стратегії підприємства. Бізнес Інформ. 2025. №4. С. 62–62. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-4-62-62 (Україна, українська) 5. Бубенець І. Г. Формування маркетингової товарної політики виробничого підприємства в умовах сучасних викликів. Ефективна економіка. 2026. № 2. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.2.93 URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/9198/9350 (Україна, українська) П.4 1. Бубенець І.Г. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингова товарна політика та ціноутворення» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 "Маркетинг". Харків: ДБТУ, 2024. 15 с. 2. Бубенець І.Г., Жегус О.В., Прядко О.М. Маркетингова товарна політика та ціноутворення: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Державний біотехнологічний університет. Х., 2025. 155 с. URI https://repo.btu.kharkiv

							.ua/handle/123456789/70678 3. Маркетингова товарна політика та ціноутворення: тестові завдання для поточної перевірки знань здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг» / укладач: Бубенець І.Г.; ДБТУ. – Харків, 2025. 28 с. URI https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/70679 4. Маркетингове ціноутворення: тестові завдання для поточної перевірки знань здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спец. 075 «Маркетинг»; уклад. І. Г. Бубенець. Харків: ДБТУ, 2024. 23 с. URI: https://repo.btu.kharkiv.ua//handle/123456789/58977 П.11 Наукове консультування ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.). П.12 1. Бубенець І.Г., Смульська В.М. Вплив комплексу маркетингу на функціонування підприємства в умовах конкуренції. Marketing of innovations. Innovations in marketing (2024). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2024). Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition] С. 157-160. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/bitstream/123456789/63550/1/S_vplyv_kompleksu_marketynhu_24_157-160.pdf 2. Бубенець І.Г., Христенко С.С. Вплив держави на маркетингове ціноутворення підприємства. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., ДБТУ. (5

							листопада 2024 р.) 2024. С. 157-158. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/bitstream/123456789/59944/1/konf_Aktual_problemy_perspekt_rozvytku%2024-157-158.pdf 3. Афанасьєва О.П., Бубенець І.Г., Почуєва А.А. Аспекти формування комплексу маркетингу підприємства для забезпечення стійкості на ринку. Тенденції розвитку маркетингу в умовах невизначеності. збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Львів, 21-22 березня 2024 року. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2024. С. 19-21. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/bitstream/123456789/52045/1/S_ZABEZPECHENNYA%20STIYKOSTI_19_21%20RYNKU.pdf 4. Бубенець І. Г., Швачко Р. С. Стратегічні напрями розвитку маркетингової товарної політики підприємства. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: матеріали II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. 2 листопада 2023 р. Харків: ДБТУ. С. 130-131. URL: https://zenodo.org/records/10280402 5. Бубенець І. Г. Принципи маркетингового ціноутворення на підприємствах. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2022 р.; Державний біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. С. 95-97. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/bitstream/123456789/14557/1/AKTUAL_NI_%20PROBLEMY_HOSTYNNOSTI_22-96-98.pdf П.14

							1. Керівництво студентом, який зайняв призове місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт: студентка гр. 075-20б-01 Ігнатенко О.О., отримала Диплом ІІІ ступеня у І турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2023/2024 н.р., ДБТУ, м. Харків, 2024 р. Тема роботи «Товарна політика». 2. Керівництво кваліфікаційною роботою бакалавра: студент гр. 075-20б-01,Ігнатенко О. О. на тему: Формування елементів маркетингової товарної політики виробничого підприємства для забезпечення стійкості на ринку, поданої до участі у Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних (дипломних) робіт зі спец. «Маркетинг» на базі Хмельницького національного університету, 2024 р. (Диплом 3 ступеню). 3. Керівництво студентом, який зайняв призове місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт: студентка гр. 075-22б-01, Христенко С.С., отримала Диплом ІІ ступеня у І турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2024/2025 н.р., ДБТУ, Харків, 2025р. Тема роботи: «Впровадження інноваційних підходів та інструментів маркетингу в діяльність підприємств» П.19 Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу», з 2022 р. дотепер . Сертифікат № 375.
406430	Лисак Галина Георгіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економічних відносин та фінансів	Диплом спеціаліста, Харківський інститут громадського харчування, рік	31	Фінанси, гроші та кредит	Науковий ступінь:кандидат економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління

				закінчення: 1985, спеціальність: бухгалтерський облік і аналіз господарської діяльності, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2020, спеціальність: 292 Міжнародні економічні відносини, Диплом кандидата наук ДК 035640, виданий 12.05.2016, Атестат доцента АД 004409, виданий 26.02.2020			підприємствами (за видами економічної діяльності). 2016 р. Тема дисертації: Управління комерційною діяльністю підприємств оптової торгівлі. Вчене звання – доцент кафедри Фінансів, банківської справи та страхування. 2020 р. Підвищення кваліфікації: 1. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за темою «Теоретико-практичні засади специфіки викладання фінансових дисциплін у сфері фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку». Інститут післядипломної освіти Дніпровського державного агроекономічного університету 05.2023р. (6 ЄКТС/180 год) Свідоцтво ПК №00493675/049238-23 від 19.05.2023 р. 2. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації в II онлайн школі «Цифрові технології в наукових дослідженнях», УкрІНТЕІ, Інститут цифровізації освіти НАПН України та ін. з 12 листопада по 12 грудня 2024 року (90 год. / 3 кр. ЄКТС). Сертифікат № 20241212/111 від 12.12.2024 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.4, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Lysak H., Morozova H, Gorokh O., Maliy O., Nesterenko I. The system of financial control in the management of a small business enterprise: methods and tools of implementation // Review of Economics and Finance. – 2022. – № 20. – P. 1034-1041. (Scopus, Great Britain, стаття англійською мовою). 2. Mandych, O., Skudlarski, J., Babko,

							N., Blyzniuk, O., Lysak, H., Kot, O. (2023). Methodological research of financial sector digital transformation trends in banking. Technology Audit and Production Reserves, 2 (4 (70)), pp. 10–14. DOI: https://doi.org/10.15587/2706-5448.2023.276408 (Кат. А. Україна, англійська мова) 3. Ставерська Т.О., Лисак Г.Г., Приходько В.О. Фінтех і майбутнє фінансових послуг: інновації у фінансовому секторі. Економіка. Фінанси. Право. 2023. № 10. С. 74–79. URL: http://efp.in.ua/uk/journal-article/1175 (Кат. Б, Index Copernicus) 4. Ставерська Т.О., Глущенко І.А., Лисак Г.Г. Аналіз переваг і ризиків розроблення блокчейн-платформ для фінансування стартапів. Актуальні питання економічних наук. 2025, № 8. URL: https://doi.org/10.5281/zenodo.14792528 (Україна, українська) 5. Ставерська Т.О., Жилякова О.В., Лисак Г.Г. Роль фінансової грамотності у забезпеченні фінансової стабільності держави. Інвестиції: практика та досвід. 2025. № 4. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/68866 п.3 Фінанси підприємства: Підручник / за ред. Т. О. Ставерської, А. В. Непрана. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2024. 906 с. ISBN 978-617-8332-64-8. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/56234 П.4 1.Фінанси, гроші та кредит: курс лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання за спец. Маркетинг; уклад. Г. Г. Лисак. Харків: ДБТУ, 2025. 303 с. URI: https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/77797 2. Фінанси, гроші та

							кредит: метод. вказівки до виконання практ. робіт та самост. роботи студентів для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання за спец.Маркетинг; уклад. Г. Г. Лисак. Харків: ДБТУ, 2025. 124 с. URI: https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/77799 3. Фінанси, гроші та кредит: збірник тестових завдань для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання за спеціальністю Маркетинг; уклад.: Г. Г. Лисак. Харків: ДБТУ, 2025. 77 с. URI: https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/77798. п. 12 1. Лисак Г.Г. Функціонування комерційного банку як системи // Сучасний стан, проблем та перспективи розвитку бізнесу, фінансово-кредитних та облікових систем: збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції (Україна, м. Харків, 20 травня 2022 року) [Електронний ресурс]. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. – 1 ел. опт. диск (CD-ROM). – Систем. вимоги: Процесор Pentium-класса ; ОС Windows 7/10 ; дисковод CD-ROM; Acrobat Reader 10. - с. 56-58. http://kbi.karazin.ua/wp-content/uploads/2023/06/Zbirnik_FKS.pdf 2. Лисак Г.Г., Кот О.В. Криптовалюти: визначення та класифікація// Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / відповід. за вип. : проф. Семак Б. Б.. Львів : вид-во Львівського торговельно-

							економічного університету, 2022. - с. 179-181. http://www.ndekc.lviv.ua/pdf/12.pdf 3. Лисак Г.Г. Визначення сутності поняття «ризик» у контексті наукових концепцій / Розвиток бізнесу в контексті європейської інтеграції: глобальні виклики, стратегічні пріоритети, реалії та перспективи. В межах реалізації проекту «Управління розвитком бізнесу: інтеграція європейського досвіду» (BUDEMA) (№ 101048268) напряму Jean Monnet програми Європейського союзу Еразмус+. [Електронний ресурс]: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 07 червня 2024 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2024. с.100-103. https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/ 4. Лисак Г.Г. Теоретико-методичні підходи до формування системи антикризового управління фінансовою стійкістю підприємств / Трансформація обліку та бізнес-консалтингу в умовах невизначеності: сучасні тренди, виклики, міжнародний досвід [Електронний ресурс] : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., 14 листопада 2025 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2025. – С.314. URL: https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/ 5. Лисак Г.Г. Трансформація фінансового сектору під впливом цифрових технологій: сучасні тенденції та виклики / Актуальні проблеми психології, бізнесу та управління у сучасному світі : матеріали міжнар. наук.-практ. онлайн конф. 18-19 грудня 2025р., / Приват. ВНЗ Інс-т псих. та підпр-ва - Київ, 2025. - С.88 ,URL https://ipp.edu.ua/wp-

							content/uploads/2026/01/zbirnyk-mizhn.konf.2025.pdf п. 14 1. Керівництво студентом, який зайняв призове місце на І етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціалізації «Фінанси і кредит»: здобувач 4 курсу спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» Романовський С.С.. 2024 р. 2.Керівництво студентом, який зайняв призове місце на І етапі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціалізації «Банківська діяльність»: здобувач 4 курсу спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» Сокіл С.В. 2025 р. п. 19 1. Дійсний член громадської організації «Українська асоціація викладачів і дослідників європейської інтеграції», код ЄДРПОУ 40217249, (сертифікат про членство від 08.11.2019 р.). https://aprei.com.ua/ 2 .The World Association in Economics (WAE), дійсний член - https://sites.google.com/view/world-association-in-economics/membership/dr-halyna-lysak?authuser=0
405123	Олініченко Катерина Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом бакалавра, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 2000, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік	21	Маркетингові комунікації	Відповідає за освітньою кваліфікацією Підвищення кваліфікації: Проєкт “COMSUS. Development of sustainable communications of Higher education institutions in social media” Erasmus + (№2022-1-PL01-KA220-HED-000090164). 28.03.2024 - 20.06.2024 р.180 годин (6,0 кредитів ЄКТС). Сертифікат № COMSUS-WP3-012. Семінар-тренінг

				закінчення: 2001, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2020, спеціальність: 292 Міжнародні економічні відносини, Диплом кандидата наук ДК 035641, виданий 12.05.2016, Атестат доцента АД 002820, виданий 20.06.2019			«Реклама без стереотипів: навчання свідомого підходу» 01-03.12.2024. 30 годин (1,0 кредит). Сертифікат №57/2024-ІГКР. Участь у навчальному курсі "Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси". 05.03.2025-21.05.2025 р. 120 годин (4,0 кредити). Травень 2025. Сертифікат №60. Навчальний курс “Європейські практики наукової досконалості в цифрову еру”. 05.01.2026-30.01.2026 р. 120 годин (4,0 кредити). Сертифікат №RE26-74. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.4, 38.8, 38.11, 38.12, 38.14, 38.15, 38.19. П.1 1. Олініченко К. С., Чміль Г. Л., Прядко О. М. Трансформація комунікаційної політики для забезпечення резильєнтності підприємств роздрібної торгівлі. Бізнес Інформ. 2024. №2. С. 338–345. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-338-345 2. Олініченко К.С., Рябченко В.О., Сурова П.О. Удосконалення комунікативних елементів в системі маркетингу підприємства. Наукові перспективи: журнал. 2024. № 5(47) 2024. С.911-924. https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-5(47)-911-924 3. Savytska N., Pakhucha E., Sawicka J., Olinichenko K., Mykhailova M., Polevych A. Development of a methodological framework for assessing the resilience of socio-economic systems in the context of sustainable development. Technology Audit and Production Reserves, 2025, 6 (4(86), 94–101. https://doi.org/10.15587/2706-5448.2025.347161

							(Scopus, Україна, стаття англійською мовою) 4. Олініченко, К. С., & Лисий, Я. С. (2025). Стан та перспективи розвитку інституційних засад формування довіри споживачів до бренду підприємства. Здобутки Економіки: Перспективи Та Інновації, 13. https://doi.org/10.5281/zenodo.15643675 URL: https://econp.com.ua/index.php/journal/article/view/293 5. Олініченко К. С., Лисий Я. С. Підходи до оцінювання стратегії формування довіри споживачів до бренду підприємства в умовах цифровізації. Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит // Економічні перетворення, бізнес та адміністрування. 2026. №9 (224). С. 151-166. DOI: https://doi.org/10.20998/2313-8890.2026.09.11 П.3 Олініченко К.С., Прядко О.М. Стійкість бізнесу в епоху цифровізації: механізми, інструменти та тенденції маркетингу. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. редакцією проф. Н. Л. Савицької, проф. О. В. Жегус, доц. Е. В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І.С., 2025. С. 113-161. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.18310423 П.4 1. Маркетингові комунікації: методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання спеціальності «Маркетинг» / 2-ге видання, доповнене, укладачі: Олініченко К.С., Пахуча Е.В.; ДБТУ. – Харків, 2026. с.45. 2. Олініченко К.С.,

							Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності «Маркетинг» / 2-ге видання, доповнене, авт.уклад.: К. С. Олініченко, Е. В. Пахуча; ДБТУ. – Харків : 2026. – 115 с. 3. Маркетингові комунікації: робочий зошит/ 2-ге видання, доповнене, укладачі: Олініченко К.С., Пахуча Е.В. – Харків: ДБТУ, 2026. – с.96. 4. Маркетингові комунікації: тестові завдання для поточного контролю знань для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності «Маркетинг»/ 2-ге видання, доповнене, укладачі: Олініченко К.С., Пахуча Е.В.; ДБТУ. – Харків, 2026. 47 с. П. 8 1. Відповідальний виконавець НДР № 5-25 Д (0125U001321) «Розроблення маркетингової стратегії залучення клієнтів та збільшення обсягу продажів» 02.2025- 04.2025 р. 2. Відповідальний виконавець НДР № 28-25-28 Д (0125U002966) «Маркетингове управління асортиментним портфелем у роздрібній торгівлі в умовах цифрової трансформації» 06.2025-03.2028 р. П 11. Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою: ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.) П.12 1. Олініченко К.С., Буряковський Д.О., Сисоєва В.А. Просування мобільного застосунку підприємства

							методами PR / Маркетинг інновацій. Інновації у маркетингу: матеріали Marketing of innovations. Innovations in marketing (2024). Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2024). Bielsko-Biala: WSEH. С. 101-103. (Польща) 2. Олініченко К.С., Веретільник А.С., Дягілев В.О. Створення воронки залучення клієнтів для гостинного бізнесу / Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтійовича Мазнєва). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків : ДБТУ. Ч. 3. 2025. С. 222-224. 3. Олініченко К.С. Використання інформаційно-комунікаційних технологій в маркетинговій діяльності / Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах : матеріали V Міжнародної науковопрактичної інтернет-конференції. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2025. – С. 295-297. 4. Прядко О.М., Олініченко К.С. Комунікації в сфері торгівлі в рамках концепції сталого розвитку суспільства / Сталий розвиток економіки, підприємств та суспільства [Електронний ресурс]: матеріали II Міжнар.наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 10-11 квітня 2025 р./ За ред. І. Перевозової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2025. – С. 984-985. – DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15383186 URL: https://nung.edu.ua/department/ii-mizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiya-stalyy-

							rozvytok-ekonomiky-pidpryyemstv 5. Олініченко К.С., Глєбова Н.В. Формування конкурентних переваг підприємства в міжнародному маркетинговому середовищі // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: матер. XII міжнарод. наук.-практ. internet-конференції з міжнар. участю, Харків, 19 березня 2026 / ред. кол.: О.В. Літвінова, І.В. Пестун, Харків : НФаУ, 2026. – С. 216-220. П. 14. 1. Керівництво студентом гр. 075-19б-01 Малюкіна С.В., яка зайняла 2 місце у І турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальність «Маркетинг» тема «Просування інноваційного продукту на український ринок», м. Харків, 15 березня 2023 р. 2. Керівництво кваліфікаційною роботою бакалавра студента гр. 075-20б-02 Колесник В.О. на тему «Удосконалення малобюджетних PR-заходів для просування підприємств з надання інформаційних послуг», Всеукраїнський конкурс кваліфікаційних (дипломних) робіт зі спец. «Маркетинг» на базі Хмельницького національного університету, 2025 р. (Диплом ІІ ступеню). 3. Керівництво студентом гр. 075-23б-стн-01 Лисиця Н.О. який зайняв 2 місце у І тур Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2025/2026 н.р. П. 15. Керівництво наукової роботи учениці 11 класу ХЛ № 119 Дар'я Кушнір поданої на І (обласний) етап Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт

							учнів-членів МАН України, Диплом ІІІ ступеня. П.19 1.Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу», з 2019 р. і дотепер. Сертифікат №271. 2. Членкиня регіонального представництва Індустріального Гендерного комітету з реклами у Харківській області.
405123	Олініченко Катерина Сергіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом бакалавра, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 2000, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 2001, спеціальність: 050108 Маркетинг, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2020, спеціальність: 292 Міжнародні економічні відносини, Диплом кандидата наук ДК 035641, виданий 12.05.2016, Атестат доцента АД 002820, виданий 20.06.2019	21	Маркетингова логістика та збут	Відповідає за освітньою кваліфікацією Підвищення кваліфікації: Проєкт “COMSUS. Development of sustainable communications of Higher education institutions in social media” Erasmus + (№2022-1-PL01-KA220-HED-000090164). 28.03.2024 - 20.06.2024 р.180 годин (6 кредитів ЄКТС). Сертифікат № COMSUS-WP3-012. Участь у навчальному курсі "Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси". 05.03.2025-21.05.2025 р. 120 годин (4,0 кредити). Травень 2025. Сертифікат №60. Навчальний курс “Європейські практики наукової досконалості в цифрову еру”. 05.01.2026-30.01.2026 р. 120 годин (4,0 кредити). Сертифікат №RE26-74. Онлайн-курс «Цифрова трансформація професійної діяльності». Kharkiv IT Cluster та Eastern Ukraine EDIH за підтримки Міністерства цифрової трансформації України, альянсу Tech Synergy та WINWIN EdTech Center of Excellence. 05.05.26-8.06.2026 р. 90 годин (3,0 кредити ЄКТС). Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам:

							38.1, 38.3, 38.4, 38.8, 38.11, 38.12, 38.14, 38.15, 38.19. П.1 1. Олініченко К.С., Чміль Г.Л., Пахуча Е.В. Трансформаційні зміни маркетингових сервісів в умовах карантину та війни. Економіка і регіон. 2023. № 1 (88). С. 70–80. URL: http://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2875/2274 (Україна, українська). 2. Олініченко, К. С. & Дорофєєв Д. В. (2024). Реалізація стратегій управління лояльністю клієнтів в інтернет-торгівлі: ключові інструменти впливу. Актуальні Питання Економічних Наук, 6. https://doi.org/10.5281/zenodo.15587252 URL: https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/87 3. Олініченко К. С., Колесник В. О., Цой В. О. Використання засобів public relations у сучасних умовах. Бізнес Інформ. 2024. №5. С. 303–309. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-303-309 4. Savytska N., Evlash V., Olinichenko K. Sales problem or consumer relationship: determinants of functional food market promotion. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / [редкол. : В. А. Гросул (відпов. ред.) та ін.]. – Харків : ДБТУ, 2025. Вип. 1 (37). С. 120-134. 5. Романюк І. А., Олініченко К. С., Тригуб О. Г. Інструменти соціально-медійного маркетингу в системі просування торговельного підприємства. Актуальні питання у сучасній науці. 2026. № 5(47). С. 592-604. https://doi.org/10.52058/2786-6300-2026-5(47)-592-604 П.3 Олініченко К.С., Прядко О.М. Стійкість бізнесу в епоху цифровізації: механізми, інструменти та

							тенденції маркетингу. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. редакцією проф. Н. Л. Савицької, проф. О. В. Жегус, доц. Е. В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І.С., 2025. С. 113-161. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.18310423 П.4 1. Маркетингова логістика та збут: практикум здобувачам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» / ДБТУ; уклад.: К.С. Олініченко – Харків, 2023. – 64 с. 2. Олініченко К.С. Маркетингова логістика та збут: курс лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання спеціальності 075 Маркетинг / авт.уклад.: К. С. Олініченко; ДБТУ. – Харків : 2023. – 114 с. 3. Маркетингова логістика та збут: збірник тестів поточного контролю для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, спец. D5 «Маркетинг»; уклад. К. С. Олініченко. Харків: ДБТУ, 2026. 51 с. 4. Маркетингова логістика та збут: збірник тестів підсумкового контролю для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, спец. D5 «Маркетинг»; уклад. К. С. Олініченко. Харків: ДБТУ, 2026. 24 с. П. 8 1. Відповідальний виконавець НДР № 5-

							25 Д (0125U001321) «Розроблення маркетингової стратегії залучення клієнтів та збільшення обсягу продажів» 02.2025- 04.2025 р. 2. Відповідальний виконавець НДР № 28-25-28 Д (0125U002966) «Маркетингове управління асортиментним портфелем у роздрібній торгівлі в умовах цифрової трансформації» 06.2025-03.2028 р. П. 11 Наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору із закладом вищої освіти (науковою установою: ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.) П.12 1. Олініченко К.С., Кульбака А.Р., Овчінніков О.К., Петренко К. А. Управління елементами маркетингу в умовах цифровізації // Global science: prospects and innovations. Proceedings of the 4th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom. 2023. Pp. 1016-1022. (Англія, українська). 2. Олініченко К., Дворнікова Т., Бєлєвцов В. Особливості маркетингової збутової політики туристичних послуг. Сталий розвиток складних соціально-економічних систем в умовах сучасних змін та викликів: Збірник тез доповідей І Міжнародної науково-практичної конференції (Івано-Франківськ, 16-17 травня 2024 року), Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2024. С. 335-337. 3. Олініченко К.С., Загайко К.А. Використання SMM для просування послуг центру фізичної реабілітації. Управління розвитком

							соціально-економічних систем: Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 21-22 березня 2024 року). Харків: ДБТУ. Ч. 2. 2024. С. 478-480. 4. Олініченко К.С., Клещин С.С., Неділько А.М. Засоби просування східноукраїнських підприємств гостинності / Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтійовича Мазнєва). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків : ДБТУ. Ч. 3. 2025. С. 405-408. 5. Олініченко К.С. Методи впливу на споживача за допомогою інформаційних технологій / Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXXIII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2025, 14-17 травня 2025 р. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – С. 1026. П. 14. 1. Керівництво студентом гр. 075-19б-01 Малюкіна С.В., яка зайняла 2 місце у І турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальність «Маркетинг» тема «Просування інноваційного продукту на український ринок», м. Харків, 15 березня 2023 р. 2. Керівництво кваліфікаційною роботою бакалавра студента гр. 075-20б-02 Колесник В.О. на тему «Удосконалення малобюджетних PR-заходів для просування підприємств з надання інформаційних послуг», Всеукраїнський конкурс кваліфікаційних

							(дипломних) робіт зі спец. «Маркетинг» на базі Хмельницького національного університету, 2025 р. (Диплом ІІ ступеню). 3. Керівництво студентом гр. 075-23б-стн-01 Лисиця Н.О. який зайняв 2 місце у І тур Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2025/2026 н.р. П. 15. Керівництво наукової роботи учениці 11 класу ХЛ № 119 Дар'я Кушнір поданої на І (обласний) етап Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів МАН України, Диплом ІІІ ступеня. П.19 1.Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу», з 2019 р. і дотепер. Сертифікат №271 2. Членкиня регіонального представництва Індустріального Гендерного комітету з реклами у Харківській області.
405109	Кулініч Оксана Андріївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економічних відносин та фінансів	Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 1996, спеціальність: Менеджмент у невиробничій сфері, Диплом кандидата наук ДК 018439, виданий 09.04.2003, Атестат доцента 12ДЦ 021241, виданий 23.12.2008	26	Економічна теорія (мікро-, макро-економіка)	Відповідає за науковим ступенем Спеціальність 08.01.01 – економічна теорія Підвищення кваліфікації: 1. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за програмою «FEB-2025» у Таврійському державному агротехнологічному університеті імені Дмитра Моторного, м. Запоріжжя, за темою: «Дослідження соціально-економічних систем» 31.03.2025 р. – 15.04.2025 р. 60 годин (2 кредити ЄКТС); Сертифікат № 00493698/FEB0093-25 від 16.04.2025р., 2. Підвищення кваліфікації за міжнародною онлайн-програмою навчання «Мислення на основі штучного інтелекту в підприємницьких

							просторах» в рамках проекту EIT HEI-TRAIN в Академії громадської безпеки Університету Миколаса Ромеріса (Литва, м. Вільнюс) за темою: «Трансформація вищих навчальних закладів для підприємництва та інновацій на основі штучного інтелекту» з 9 червня 2025 р. по 18 липня 2025р. 180 годин (6 кредитів ЄКТС). Сертифікат № TRAIN-2025-232 від 18.07.2025, Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.4, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Kotko Ya. Levkina R., Kulinich O.; Levkin D. Innovative Potential in Ensuring Sustainable Development of the Enterprise. Data-Centric Business and Applications 2026. pp.1-21(Scopus) DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-032-10153-2_1 2. Rushchyshyn N., Kulinich O., Tvorydlo O., Mikhailov A., Samoilenko V. State Regulation of Banking Business in the Context of Social and Digital Transformation of Economy. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, Vol. 22 No.4. 2022. pp. 67-72. (Web of Science) URL: http://paper.ijcsns.org/07_book/202204/20220410.pdf 3. Андросова Т.В., Кулініч О.А. Інститути інноваційного розвитку як чинник конкурентних переваг країни. Бізнес Інформ. № 1. 2024 С. 56-62 DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-1-56-62 4. Kotko Ya.M., Sukachova S.M., Kulinich O.A., Ilchenko M.O. Business planning of foreign economic activity of an enterprise in changing economic conditions: theoretical aspect. GRAIL OF SCIENCE : inter. scientific journal. –

							Vinnytsia : NGO «European Scientific Platform»; SI «Institute of Scientific and Technical Integration and Cooperation», 2025. – No 49. P.289-296 https://doi.org/10.36074/grail-of-science.21.02.2025.0335. Kotko Ya.M., Androsova T.V., Kulinich O.A. The cooperation of Ukraine with international organizations in the context of a full-scale war: emphasis and directions. GRAIL OF SCIENCE : inter. scientific journal. – Vinnytsia : NGO «European Scientific Platform»; SI «Institute of Scientific and Technical Integration and Cooperation», 2025. – No 49. P. 320-328 https://doi.org/10.36074/grail-of-science.21.02.2025.037 П.3 1. Методологія керування бізнесом в умовах цифровізації: монографія / А. П. Грінько, П. Л. Гринько, Н. Г. Ушакова, Т. В. Андросова, О. А. Кулініч, І. І. Помінова. Харків: МОНОГРАФ, 2022. 199 с. (9,04 авт. арк.) URL : https://repo.btu.kharkiv.ua/bitstream/123456789/24178/1/Mono_tsyfrovizatsiya_201.pdf 2. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний наочний посібник у схемах для першого (бакалаврського) РВО економічних спеціальностей/ укл. О.А. Кулініч, Т.В. Андросова, Я.М. Котко, Р.В. Левкіна [Електронний ресурс] – Харків: ДБТУ, 2025. 266 с. URL : https://repo.btu.kharkiv.ua/server/api/core/bitstreams/1b46c4d3-eb26-4454-8e15-678a47b6f34f/content 3. Кулініч О. А. Трансформація фінансово-аналітичних процесів під впливом впровадження технології блокчейн: економічний аспект. Комплексний розвиток національної

							та світової економіки в умовах сучасних трансформацій: колективна монографія / кол. авторів. Полтава: ПП “Астрая”, 2026. С. 31–47 URL : https://repo.btu.kharkiv.ua/items/de76ea53-f287-4f6f-8c0f-f7fc7d020268 П.4 1. Мікроекономіка: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей перший (бакалаврський) РВО / Кулініч О.А., Кото Я.М. [Електронний ресурс] – Х.: ДБТУ, 2024. –1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. 42 с. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/. 2. Макроекономіка: конспект лекцій в структурно-логічничних схемах для здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей перший (бакалаврський) РВО / Кулініч О.А., Кото Я.М. [Електронний ресурс] – Х.: ДБТУ, 2024. –1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. 117с. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/. 3. Економічна теорія: методичні рекомендації для самостійної роботи здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей перший (бакалаврський) РВО/ укл. О.А. Кулініч, Т.В. Андросова, Величко К.Ю. [Електронний ресурс] – Х.: ДБТУ, 2024. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/ 4. Економіко-правові засади функціонування підприємства: методичні вказівки до практичних занять та самостійного вивчення дисципліни для здобувачів вищої освіти першого рівня (бакалавр) за економічними спеціальностями денної та заочної форм навчання / Я.М. Котко, О.А. Кулініч – Електрон. видання. – Х. : ДБТУ, 2024. – 33 с.

							URL:https://repo.btu.kharkiv.ua/ 5. Кулініч О.А., Ільченко М.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: конспект лекцій. Харків: ДБТУ 2025 149с. URL:https://repo.btu.kharkiv.ua/. П. 11 наукове консультування підприємств: ФГ МІРАЖ ХУДІКЯН В.Х. (Харківська обл., Богодухівський р-н) ТОВ «Євросем» (Київська обл., м. Київ) П.12 1. Андросова Т. В., Кулініч О. А., Самедов Н. І. Специфіка високотехнологічного бізнесу та його функціонування в Україні. – 2025. С. 482-485 URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/items/8660713a-6234-4805-903d-e27025a54625 2. Kulinich O.A., Kotko Ya.M., Commercialization of business ideas in a full-scale war. Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку: матеріали VIII Міжнародної наукової конференції (30 травня 2025 року). Одеса: Національний університет «Одеська політехніка». 2025. С. 20-22 https://economics.net.ua/files/science/pidpr_i_torg/2025/tezy.pdf 3. Кулініч О.А., Котко Я.М Тенденції транзитивності зовнішньоекономічної діяльності підприємств в бік цифровізації. Sectoral research XXI: characteristics and features: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the IX International Scientific and Theoretical Conference, December 20, 2024. Chicago, USA: International Center of Scientific Research. P. 11-16 https://doi.org/10.36074/scientia-20.12.2024 4. Кулініч О.А., Гром А.Р. Рівні макроекономічної стабілізаційної політики Сучасне управління

							організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку: збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції (20 листопада 2023 року, Україна, м. Харків). – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. С. 334-358. 5. Кулініч О.А., Андросова Т.В., Котко Я.М. Роль міжнародних організацій у формуванні національної безпеки України. Modernization of today's science: experience and trends: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the VI International Scientific and Theoretical Conference, June 6, 2025. Montreal, Canada: International Center of Scientific Research. P. 60-70 https://doi.org/10.36074/scientia-06.06.2025 П. 14. Керівництво науковою роботою Шаповалової А.А., 1м курс, група 0733-БА-24м для участі у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт із формування кібербезпечного та екологічно відповідального торговельного підприємництва з урахуванням інформаційно-комунікаційних викликів в умовах воєнного і поствоєнного станів Національний університет «Львівська політехніка», кафедра підприємництва та екологічної експертизи товарів (22.05.2025-11.06.2025) (диплом III ступеня) П.19 Член Української асоціації викладачів і дослідників Європейської інтеграції (Сертифікат учасника з 17.02.2020 р.) Член Харківської обласної громадської адміністрації «Науковий центр дидактики

							менеджмент-освіти» з 29.10.2024 р.
406019	Муравйова Олена Миколаївна	Старший викладач закладу вищої освіти, Основне місце роботи	Факультет менеджменту, адміністрування та права	Диплом спеціаліста, Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка, рік закінчення: 2001, спеціальність: 030502 Російська мова і література та іноземна мова (англійська), Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2020, спеціальність: 073 Менеджмент	19	Іноземна мова за професійним спрямуванням	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Підвищення кваліфікації: 1. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за програмою онлайн-курсу «Методологія CLIL» на платформі «Moodle» (в рамках реалізації проєкту Erasmus+ «Розвиток потенціалу підготовки викладачів іноземної мови як шлях до впровадження багатомовної освіти та європейської інтеграції України»). Центр електронного навчання Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, . 15.05.2023 – 23.06.2023 р. (30 годин / 1 кредит ЄКТС) Сертифікат № 0902-61/23, виданий 23 червня 2023 р. 2. Науково-педагогічне стажування.Тема стажування: Інновації в освіті. Інноваційні технології викладання фахових дисциплін. ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, кафедра загального мовознавства і романо-германської філології. З 13.05.2024 р. по 22.06.2024 р., (180 годин / 6 кредитів ЄКТС). Свідоцтво № 07/23-50, видане 27 червня 2024 р. 3. Міжнародна програма підвищення кваліфікації керівників закладів освіти і науки, а також педагогічних та науково-педагогічних працівників «Разом із нобелівськими лауреатами: цінності, досвід, знання, компетентності і технології для формування успішної особистості та трансформації оточуючого світу».The International Historical Biographical Institute (Dubai New York - Rome - Burgas - Jerusalem - Beijing). З 10.12.2025 р. по 10.02.2026 р. 180 годин / 6 кредитів ЄКТС (з них 15 годин інклюзивної освіти / 0,5 кредиту ЄКТС) та присвоєння

							кваліфікацій «Міжнародний керівник категорії Б в галузі освіти та науки, відповідно до класифікації ЮНЕСКО» та «Міжнародний вчитель/ викладач». Міжнародний сертифікат № 40 018, виданий 10 лютого 2026 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.8, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Колесник А.О., Муравйова О.М., Архипова В.О., Скриннік Н.А., Подворна Л.А. Білінгвальне навчання у міжнародній практиці // Наукові інновації та передові технології. Серія «Педагогіка». – № 5 (33), 2024. – Київ, 2024. – 1492 с. – С. 1140–1149. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5(33)-1140-1149 (фаховий журнал, категорія Б, Index Copernicus, Україна). 2. Колесник А.О., Удовенко І.В., Мануєнкова О.О., Подворна Л.А., Муравйова О.М. Особливості викладання іноземної мови в умовах дистанційного навчання / Фаховий збірник наукових праць «Сучасні дослідження з іноземної філології», № 1 (23), 2023. С. 255–264. DOI: https://doi.org/10.32782/2617-3921.2023.23.255-263 (фаховий журнал, категорія Б, Index Copernicus, Республіка Польща). 3. Колесник А.О., Подворна Л.А., Удовенко І.В., Мануєнкова О.О., Муравйова О.М. Тандем-технології як інноваційні технології навчання іноземних мов / Фаховий збірник наукових праць «Сучасні дослідження з іноземної філології», № 2 (24), 2023. С. 317–325. DOI:

							https://doi.org/10.32782/2617-3921.2023.24.317-325 (фаховий журнал, категорія Б, Index Copernicus, Республіка Польща). 4. Muraviova O.M., Arkhypova V.O., Kolesnyk A.O., Manuyenkova O.O., Podvorna L.A. (2024). Chapter 6. Teaching foreign languages in aggregated small academic groups of different specialities as a part of structural consolidation within Ukrainian educational system // Wissenschaft und Bildung als Basis für die Modernisierung der Weltordnung: Erziehungswissenschaft und Pädagogik, Philologie, Sprach- und Literaturwissenschaften, Rechts- und Politikwissenschaften. Monografische Reihe «Europäische Wissenschaft». Buch 35. Teil 4. 2024. Science and education as the basis for the modernization of the world order: Education and Pedagogy, Philology, Linguistics and Literary Studies, Legal and Political Sciences. Monographic series«European Science». Book 35. Part 4. 2024. ScientificWorld-NetAkhat AV, Karlsruhe, Germany. 237 p. P. 95-104. DOI: 10.30890/2709-2313.2024-35-00-014 (колективна монографія, Index Copernicus, Німеччина) 5. Муравйова О.М., Архипова В.О., Колесник А.О., Мануєнкова О.О., Крупей М.І. Застосування термінології форсайт-аналізу як прикладна складова іншомовної освіти // SWorld Journal. Issue 34, Part 4. 2025. 360 p. Pp. 152-160. DOI: 10.30888/2663-5712 (Index Copernicus, Болгарія) П.4 1.Методичні рекомендації для слухачів наукових курсів «Культура наукової англійської мови» / укладачі: А. О. Колесник, Л. В. Герман, О. А.

							Анастасьєва, Є. С. Ємельянова, М. І. Крупей, О. О. Мануєнкова, О. М. Муравйова, Л. А. Подворна, І. В. Удовенко. Х.: ДБТУ, 2023. 116 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/items/a111a0c7-73c1-4115-810d-9f367747f561 2. Колесник А.О., Крупей М.І., Мануєнкова О.О., Муравйова О.М., Подворна Л.А., Удовенко І.В. Ділові переговори: Методичні рекомендації з англійської мови для студентів усіх спеціальностей. – Х.: ДБТУ, 2023. – 90 с. https://docs.google.com/document/d/1LyLhrkfKrGblE_05F_bS35vPBxS6eLUM/edit?usp=sharing&ouid=105599366015202826647&rtpof=true&sd=true 3. Методичні вказівки для аудиторної та самостійної роботи з дисципліни “Англійська мова за професійним спрямуванням” для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 075 маркетинг, 076 підприємство та торгівля, 072 фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, 051 економіка, 071 облік і оподаткування, 292 міжнародні економічні відносини денної та заочної форми навчання. Анастасьєва О.А., Ємельянова Є.С., Колесник А.О., Муравйова О.М. Харків: ДБТУ, 2025. 36 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/items/a1864405-1afc-4d8d-8f1a-eb620e78d853 П.8 1. Відповідальний виконавець науково-дослідної теми, що виконувалась у межах робочого часу викладачів кафедри мовної підготовки ДБТУ 0121U114568 «Консолідація та ампліфікація нових інтерактивних технологій викладання іноземних мов з метою формування професійної

							компетентності фахівців сфери харчування та торгівлі в межах системно-кластерного підходу» (ДБТУ, 2022-2023). https://repo.btu.kharkiv.ua/items/3993d6f5-1feb-4036-b76d-0fed1220b40e 2. Член експертної ради міжнародного наукового журналу «Modern engineering and innovative technologies», який видається у Німеччині та входить до наукометричної бази IndexCopernicus (з 2024 р. по теперішній час). https://www.moderntechno.de/index.php/meit/expertteam 3. Член експертної ради міжнародного наукового журналу «Scientific World Journal», який видається у Болгарії та входить до наукометричної бази IndexCopernicus (з 2024 р. по теперішній час). https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/expertteam п.12. 1. Колесник А.О., Мануєнкова О.О., Муравйова О.М. System-cluster modelling of foreign language professional competence (Системно-кластерне моделювання іншомовної фахової компетенції) // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : матер. міжнар. наук. конф. (17–18 листопада 2022 р.) / Під ред. доц. Н. Рябухи та ін. – Харків : ХДАК, 2022. – 476 с. – С. 425–427. (апробаційна публікація з наукової теми 0121U114568 «Консолідація та ампліфікація нових інтерактивних технологій викладання іноземних мов з метою формування професійної компетентності фахівців сфери харчування та торгівлі в межах системно-кластерного підходу») http://rio-khsac.in.ua/konfer.html 2. Колесник А.О., Мануєнкова О.О., Муравйова О.М.

							Methodological clusters in the formation of professional foreign language competence (Методичні кластери у формуванні професійної іншомовної компетентності) // Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід [Електронний ресурс] : матеріали III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 10 листопада 2022 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2022. – 494 с. – С. 418–420. (апробаційна публікація з наукової теми 0121U114568 «Консолідація та ампліфікація нових інтерактивних технологій викладання іноземних мов з метою формування професійної компетентності фахівців сфери харчування та торгівлі в межах системно-кластерного підходу») https://repo.btu.kharkiv.ua/items/8ff6f5a3-3e8e-4c91-a4db-f02461405117 3. Муравйова О.М., Архипова В.О., Крупей М.І. Навчальна агрегація малочисельних груп для викладання іноземної мови у ЗВО // Development of Education, Science and Business: Results 2024: Proceedings of the International Scientific and Practical Internet Conference, December 11-12, 2024. FOP Marenichenko V.V., Dnipro, Ukraine, 386 p. – С. 232–235. (апробаційна публікація з наукової теми 0124U000732 «Професійно орієнтований підхід до вивчення європейських мов у контексті сучасної лінгводидактики: принципи та реалізація») http://repository.vsau.org/getfile.php/38351.pdf 4. Колесник А. О., Крупей М. І., Муравйова О. М. Використання інструментів комп'ютерної лінгвістики для вивчення основ

							перекладу майбутніми фахівцями сфери управління: матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід», м. Харків, 19 травня 2023 р.; Харків: ДБТУ, 2023. С. 253-255. (апробаційна публікація з наукової теми 0121U114568 «Консолідація та ампліфікація нових інтерактивних технологій викладання іноземних мов з метою формування професійної компетентності фахівців сфери харчування та торгівлі в межах системно-кластерного підходу») https://repo.btu.kharkiv.ua/items/59333fc3-6209-4715-9ce8-0ec4dc561ffc 5. Муравйова О.М., Архипова В.О., Крупей І.В. The role of immersive technologies in implementing a convergent approach to teaching foreign languages in higher education institutions (Роль імерсивних технологій в реалізації конвергентного підходу до викладання іноземних мов у вищих навчальних закладах) // Impact of Artificial Intelligence and Other Technologies on Sustainable Development: Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Internet Conference, December 11-12, 2025. FOP Marenichenko V.V., Dnipro, Ukraine, 360 p. – P. 29-31. (апробаційна публікація з наукової теми 0124U000732 «Професійно орієнтований підхід до вивчення європейських мов у контексті сучасної лінгводидактики: принципи та реалізація») http://www.wayscience.com/wp-content/uploads/2025/12/Conference-Proceedings-December-11-12-2025-1.pdf П14. Керівництво

							студентським науковим гуртком з англійської мови «Speaking Club»: ДБТУ, Харків (2022–2023 рр.). П.19 З 2020 р. по теперішній час: Член PAELT (Professional association of English Language Teachers). Регулярна участь в освітніх заходах видавництв Express Publishing, MM Publications, National Geographic Learning, компаній Dinternal Education, Pearson Central Europe та тренінгового центру «Лінгвіст».
406229	Лапченко Анастасія Сергіївна	Старший викладач закладу вищої освіти, Основне місце роботи	Факультет менеджменту, адміністрування та права	Диплом магістра, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, рік закінчення: 2011, спеціальність: 030301 Історія, Диплом кандидата наук ДК 046587, виданий 20.03.2018, Атестат доцента АД 018643, виданий 26.02.2026	7	Історія української державності та громадянське суспільство	Відповідає за освітньою кваліфікацією та науковим ступенем спеціальністю 07.00.01 – історія України. Підвищення кваліфікації: 1.Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за програмою «Дослідження соціально-економічних систем» Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, з 31 березня по 11 квітня 2025 року (60 годин, 2 кредита ЄКТС). Сертифікат №00493698/FEB0101-25 від 16.04.2025 р. 2.Міжнародне науково-педагогічне стажування. «Fundraising and organization of project activities in educational establishments: European experience», Ягелонський університет 17.05.2025 – 22.06.2025 (180 годин, 6 кредитів ЄКТС) Сертифікат №SZFL-003748. від 22.06.2025 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.4, 38.12, 38.19. П.1 1. Lapchenko A. Ethnonational policy of the USSR in the Ukrainian SSR(1923–

							1933) and its impact on contemporary interethnic relations //Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Історичні науки» – 2025 – С.91-97.. Фахове видання; https://www.hist.vernadskyjournals.in.ua/journals/2025/1_2025/15.pdf. 2. Lapchenko A. Praca fizyczna kobiet jako kapitał kulturowy: ukraińskie hafty w czasach nowej polityki gospodarczej //Актуальні питання гуманітарних наук. – 2025. Вип. 88. Том 2. – С.21-27. Фахове видання; https://www.aphn-journal.in.ua/archive/88_2025/part_2/5.pdf. 3. Nechitailo I, Boriushkina O , Moisieieva N., Lapchenko A. Long-distance marital relationships during the war: challenges and prospects for preservation Ad Alta-Journal of Interdisciplinary Research. 2024. С. 39-47. Web of Science Режим доступу: https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:001222983700038 4. Лапченко А.С. Українська вишивка як семіотична система: від традиційного коду та трансформацій 1920-х років до цифрової репрезентації в умовах глобалізації //Актуальні питання гуманітарних наук. – 2026. Вип. 99. Том 2. – С.31-37. Фахове видання; https://www.aphn-journal.in.ua/archive/99_2026/part_2/5.pdf 5.Лапченко А. (2026). Між соціальною реальністю та ідеологічною класифікацією: термінологія означення українського селянства в УСРР у 1920-х роках. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: історичні науки, (подано до друку), П.3

							В. Воронянський (керівник), Н. І. Моісєєва, А. В. Москаленко, А. С. Лапченко (вступ до частини 5; розділ 5.3). Образ майбутнього: стратегії дослідження суспільства постмодерну: Монографія. Держ.біотехнол. ун-т. – Харків : Біотехкнига-2025 – 599с. https://repo.btu.kharkiv.ua/items/cd35eb22-a5b2-4a53-abf9-166963c768e1 П4 1. Лапченко, А. С. Історія української державності та громадянське суспільство: робоча програма навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг.. ДБТУ. 2024 р. 17с. 2. Історія української державності та громадянське суспільство: метод. вказівки для самостійного вивчення дисципліни для здобув. першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заоч. форм навчання для усіх спец.; Держ. біотехнол. ун-т; авт.-уклад.: Н. О. Бондар, А. С. Лапченко, А. С. Міносян. Харків: [б. в.], 2024. 68 с. 3. Історія української державності та громадянське суспільство: Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання для усіх спеціальностей / Державний біотехнологічний університет; авт.-уклад. Бондар Н.О., Лапченко А.С., Міносян А.С. – Харків : [б. в.], 2025. – 68 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/items/9ca00aeb-2615-4d8e-801d-fdebb83b5dff. 4. Історія української державності та громадянське суспільство: Методичні вказівки до проведення семінарських занять з дисципліни для здобувачів першого

							(бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми здобуття освіти для усіх спеціальностей / укладач: А.С. Лапченко; ДБТУ. – Харків : [б. в.], 2026. – 24 с. 5. Лапченко А.С. Як написати тези доповіді : Методичні вказівки до написання тез доповіді на наукову конференцію для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми здобуття освіти для усіх спеціальностей Харків 2026 24 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/items/5ab741c5-a2dd-41c2-9046-b7f5e399a029 П 12 1. Лапченко А. Битва за пам'ять (міжнародна реакція на Голодомор) // Національна пам'ять (на вшанування жертв тоталітаризму). – Львів: Друкарня ЛНМУ імені Данила Галицького. Випуск VII. 2024. – С. 85-90 (збірник наукових праць, Україна, українська). https://new.meduniv.lviv.ua/uploads/repository/kaf/kaf_ukrlang/07.%20%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BC%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%20%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C/zbirnyk_prats_natsionalna_pamyat_vypusk_6.pdf.pdf 2. Лапченко А. Основні тези до теми з історії України для підготовки до НМТ: «Становлення України як незалежної держави»// Studia Slobozhanica. – Харків, 2024. – С.99-109. (Матеріали науково-практичного семінару «Слобожанський гуманітарій – 2024», Україна, українська). https://repo.btu.kharkiv.ua/items/e9626555-175f-4d16-a063-aab82a2dcc04 3. Lapchenko A. Gender Accents in the Economic Life of the Ukrainian Village in the 1920s// 5

							th multidisciplinary conference for young researchers «Energy, Sustainability & Society». – Prague, Czech Republic, 2024 – P. 90. (Чеська Республіка) https://mcyr.ftz.czu.cz/dl/134954?lang=en 4. Lapchenko A. The Origins and Evolution of the Ukrainian Avant-Garden during the War//Всеукраїнська наукова конференція «Велика війна 1914–1918 рр.: перспективи дослідження», 15 листопада 2024р. – Київ, 2024 – С. 69-74 (Україна). https://history.knu.ua/asp/conferences/ 5. Lapchenko A. Collectivization and its impact on cultural life// Філософія в сучасному світі : Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, 22–24 листопада 2024 р. // Ред. кол. О.О. Дольська, Я. В. Тараоєв, А. В. Кіпенський, [та ін.]. – 2024 – С. 197-199 (Україна). https://repository.kpi.kharkiv.ua/items/f498062a-b1e3-41b4-bba0-016670250a2 П19 ГО «Українська асоціація суспільствознавців та педагогів».
406574	Чаговець Віта Віталіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту, адміністрування та права	Диплом спеціаліста, Харківський інженерно-економічний інститут, рік закінчення: 1982, спеціальність: Організація механізованої обробки економічної інформації, Диплом кандидата наук КД 011618, виданий 28.02.1990, Атестат доцента ДЦ 004165, виданий 26.02.2002	34	Інформаційні та комунікаційні технології	Відповідає за освітньою кваліфікацією Підвищення кваліфікації: 1. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за програмою курсу Prof2IT: «Цифрова трансформація професійної діяльності», Харківський кластер інформаційних технологій у співпраці з Міністерством цифрової трансформації України, МОН України, Eastern Ukraine EDIH, WINWIN EdTech Center of Excellence, Tech Synergy, за участі представників IT-індустрії та освітньої спільноти..05.05.2026-23.06.2026. (90 год., 3 кредита ЄКТС).

							Сертифікат ІТК-26/2357 від 23.06.2026 р. 2. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за програмою курсу «Teachers' Smart Up: Summer Edition 2024» Kharkiv IT Cluster, Sigma Software University.22.07.2024-26.07.2024. Сертифікат № 64ee1d9eb9324378af7bad2781499387, (30 год., 1 кредит ЄКТС). 3. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за програмою курсу «Основи проєктного менеджменту та бізнес-аналізу в ІТ сфері».. Харківський технологічний університет «ШАГ», проєкт «Prof2IT» ГС «Харківський кластер інформаційних технологій». 30.01.2024-24.04.2024. (225 год., 7,5 кредита ЄКТС)., Сертифікат № ПК-455, від 24.04.2024р. 4. Міжнародне підвищення кваліфікації наукових, науково-педагогічних працівників та працівників закладів освіти, Тема курсу «Інтерактивні технології змішаного навчання при підготовці магістрів та здобувачів доктора філософії (phd) в країнах Європейського Союзу та Україні», м. Люблін (Польща), ГО «Міжнародна фундація науковців та освітян», 24.04.2023-01.05.2023..(45 год., 1,5 кредита ЄКТС) Сертифікат ES № 13562,. від 01.05.2023р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.8, 38.12, 38.19. П.1 1. L. Chagovets, V. Chahovets, T. Butenko, N. Protsenko. Assessment and Analysis Models for Digital Development of Territories. Business Inform. 2026, № 2. С. 90–104. https://doi.org/10.3298

							3/2222-4459-2026-2-90-104 (Index Copernicus, Україна, фахове, категорія Б, англ. мова). 2. Variance and Cognitive Analysis of the Global Economic Crises Impact on the National Economies External Economic Security [Electronic resource] / L. Chagovets, T. Shabelnyk, V. Gvozdytskyi, V. Chahovets, M. Shabelnyk // 4th International Conference on Electrical, Communication and Computer Engineering, ICECCE 2023 : Dubai, December 30-31, 2023. - Dubai, 2023. - DOI 10.1109/ICECCE61019.2023.10442252 (Scopus). 3. The Use of Data Science Models to Analyze the Development State of the Eu And Ukraine IT Sector / Chagovets Liubov, Prokopovych Svitlana, Panasenko Oksana, Chahovets Vita // Scientific Journal Herald of Khmelnytskyi National University 2023, Issue 6, Volume 329, Part 2. – pp. 429-436. (Index Copernicus, Україна, анг. мова). http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=215844. Моделі ідентифікації та прогнозування стану цифровізації країн у світовому просторі [Текст] / Л. О. Чаговець, В. В. Чаговець // Комунальне господарство міст. - 2023. - Т. 1, вип. 175. - С. 2-12. (Index Copernicus, Україна). https://doi.org/10.33042/2522-1809-2023-1-175-2-12 5.Цифровізація як чинник соціально-економічного розвитку та економічної безпеки держави / Л. О. Чаговець, В. В. Чаговець // Комунальне господарство міст. – 2023, т. 6. – вип. 180. – С. 21-26. (Index Copernicus, Україна). https://doi.org/10.33042/2522-1809-2023-6-180-21-26. П.4 1. Конспект лекцій у схемах з дисципліни «Інформаційні та

							комунікаційні технології» для студентів 1 курсу ОКР бакалавр спеціальності 075 «Маркетинг» / уклад. В. В. Чаговець. / Електронне видання. ДБТУ 2024 р. 96с. 2. Інформаційні та комунікаційні технології [Текст] : метод. вказівки до виконання лабораторних робіт з дисципліни для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання зі спеціальностей 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, 181 Харчові технології, 241 Готельно-ресторанна справа / уклад. В. В. Чаговець. - Харків: ДБТУ, 2023. - 53 с. https://repo.btu.kharkiv.ua//handle/123456789/35207 3. Робоча програма дисципліни «Інформаційні та комунікаційні технології» / уклад. В. В. Чаговець, 2025. П. 8. Виконання функцій відповідального виконавця НДР «Інформаційне забезпечення підприємницької діяльності в умовах цифрової трансформації аграрного сектору економіки» (номер державної реєстрації теми 0121U110197, 01.01.2021-30.12.2025 рр.), підпрограма «Вплив цифровізації на розвиток підприємницької діяльності». П. 12. 1. Чаговець В.В., Височин П.О. Організаційно-технічні заходи щодо захисту інформації на об’єктах інформаційної діяльності // Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід [Електронний ресурс] : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., 10 жовтня 2025 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2025. – С.

							481-482. 2. O. Peredrii, L. Chagovets, V. Chahovets, T. Butenko, N. Protsenko. Project Management Models of Digital City Development. Proceedings of 13th International Scientific and Technical Conference “Information Systems and Technologies 2024”, Workshop IST-2024, Kharkiv, Ukraine, November 26-28, 2024. – URL: https://drive.google.com/file/d/10cp8jWXqZZH6VuCwgHgx2rZ8Da7_hhzQ/view. 3. Чаговець В. В. Систематизація напрямків захисту інформації у бізнесі // Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, 1 листопада 2024 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. Харків, 2024. – С. 378-380. URL:https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/. 4.Чаговець В. В. Відновлення інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах харчування деокупованих територій / В. В. Чаговець // Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід [Електронний ресурс] : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 19 травня 2023 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2023. – С. 287-289. 5.Чаговець Л. О. Функціонально-цільова структура системи управління цифровим розвитком країни / Л. О. Чаговець, В. В. Чаговець // XIV Міжнародна науково-практична конференція “Сучасні проблеми моделювання соціально-економічних систем”

							6-7 квітня, 2023 р. / ХНЕУ ім. С. Кузнеця. – Харків, 2023. – Електронний ресурс. – URL: https://mpsesm.org/index.php/mpsesm/mpsesm-xiv/paper/view/1009. п. 19. Член спільноти «Науковців України». URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/ASUA/1464277.
405136	Чміль Ганна Леонідівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом бакалавра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2009, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2010, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2017, спеціальність: 8.14010101 готельна і ресторанна справа, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2018, спеціальність: 075 Маркетинг, Диплом магістра, Українська інженерно-педагогічна академія, рік закінчення: 2020, спеціальність: 011 Освітні, педагогічні науки, Диплом магістра, Українська інженерно-педагогічна академія, рік	13	Академічне письмо та доброчесність в маркетингу	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Відомості про підвищення кваліфікації: 1. Міжнародне стажування за програмою «Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження в підготовку фахівців за спеціальністю 075 Маркетинг. Балтійський науково-дослідний інститут проблем трансформації економічного простору м. Рига (Латвія),.10.10.– 20.11.2022 р.. Обсяг 6,0 кредитів ЄКТС/180 год. Сертифікат С 20221167. від 20.11.2022р. 2. Підвищення кваліфікації за програмою «Дослідження соціально-економічних систем». Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного. (31.03.– 15.04.2025 р.). Обсяг 2,0 кредити ЄКТС/60 год. Сертифікат № 00493698/FEB0196-25 від 16.04.2025 р. 3. Підвищення кваліфікації у межах проекту Prof2IT ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» за курсом «Цифрова трансформація професійної діяльності».Kharkiv IT Cluster. Обсяг 3,0 кредити ЄКТС/90 год. з «05» травня 2026 р. по «22» червня 2026 р. Сертифікат ІТК-26/1101 від 23.06.2026 р. Відповідність освітньому

				закінчення: 2020, спеціальність: 073 Менеджмент, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2020, спеціальність: 292 Міжнародні економічні відносини, Диплом доктора наук ДД 012401, виданий 30.11.2021, Диплом кандидата наук ДК 030798, виданий 29.09.2015, Атестат доцента АД 001418, виданий 23.10.2018, Атестат професора АП 005446, виданий 23.08.2023			компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.4, 38.7, 38.8, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19 П.4 1. Академічне письмо та доброчесність в маркетингу: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2024. 2. Академічне письмо та доброчесність в маркетингу: збірник завдань для практичних занять здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2024. 3. Академічне письмо та доброчесність в маркетингу: збірник тестів і завдань для поточного контролю знань здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» [Електронний ресурс] / Чміль Г.Л. Х.: ДБТУ, 2024. П.7 1. Офіційний опонент на захисті дисертації на здобуття ступеня доктора філософії Москаленко М.О. на тему «Інституційне забезпечення е-комерції в мережевій економіці» (PhD 8401), 06.06.2025 р., ХНУ імені В.Н. Каразіна. URL: https://svr.naqa.gov.ua/#/defense/8401 2. Офіційний опонент на захисті дисертації на здобуття ступеня доктора філософії Лашина П.М. на тему «Розвиток системи державного стимулювання малого та середнього підприємництва» (PhD 14257), 10.07.2026 р., ХНУ імені В.Н. Каразіна. URL: https://svr.naqa.gov.ua/#/defense/14257 3. Офіційний опонент на захисті дисертації на здобуття ступеня доктора філософії

							Кравця К.О. на тему «Формування стратегії розвитку підприємства в інклюзивній економіці» (PhD 15315), 25.08.2026 р., ХНЕУ імені Семена Кузнеця. URL: https://svr.naqa.gov.ua/#/defense/15315 П.8 1. Відповідальний виконавець НДР «Трансформація поведінки економічних суб'єктів в умовах цифровізації» (№ ДР 0120U105354, 2021-2022 рр.) (власна ініціатива); 2. Дійсний член редакційної колегії наукових журналів, включених до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»), що індексуються в міжнародних бібліографічних базах(Index Copernicus, Google Scholar тощо): – «Соціальна економіка» https://periodicals.karazin.ua/soceconom/about/editorialTeam, «Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг» https://economic.strategy.journal.btu.kharkiv.ua/esptssd/uk/editorial_board П.11 Наукове консультування ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.) П.12 1. Chmil H. The cognitive-discursive model of academic writing in the context of professional ethics in marketing science. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 4 листопада 2025 р. Харків: Держ. біотехнологічний університет, 2025. С. 136–137. URL: https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/12/conf-04-11-25-tezy.pdf#page=137 2. Chmil H. The

							intersection of academic writing and marketing ethics in the context of European integration. Нові горизонти розвитку бізнесу в умовах сучасних викликів. Євроінтеграційні механізми безпечного функціонування і розвитку агроекосистем : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. здоб. вищ. освіти і мол. вчених, м. Харків, 7 листопада 2025 р. Харків: ДБТУ, 2025. С. 303–304. URL: https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/12/conf-07-11-25-mater.pdf 3. Chmil H. Academic integrity as a driver of management and marketing innovation. Фінансово-управлінські інновації як драйвер сталого розвитку в умовах сучасних викликів : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Хмельницький, 7 листопада 2025 р. Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2025. Ч ІІ. С. 302–303. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/server/api/core/bitstreams/0215c5f6-5778-4cb1-99bc-bfba02441c8a/content 4. Chmil H. Axiological integration of academic integrity into service marketing. Актуальні проблеми та перспективи розвитку індустрії гостинності і крафтових виробництв : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 95-річчю заснування Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, м. Харків, 20 листопада 2025 р. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2025. С. 650–652. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/server/api/core/bitstreams/177a1374-6a21-4851-88f4-02aeaee5fb26/content 5. Chmil H.L. Institutional mechanisms for academic integrity and open science in the European integration of

							agroecosystems in Ukraine. Євроінтеграційний вектор розвитку агроекосистем в Україні: глобальні виклики та перспективи: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 04 червня 2026 р. Харків: ДБТУ, 2026. С. 3–6. 6. Chmil H.L. Academic integrity as an institutional requirement of the European educational and scientific space. Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту та публічного врядування в контексті євроінтеграції: матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Рівне, 21 травня 2026 р. Рівне: НУВГП, 2026. С. 526–527. П.14 Журавльова А.С., здобувачка 2 курсу магістратури спеціальності «Маркетинг». Диплом III ступеню Всеукраїнського конкурсу кваліфікаційних (дипломних) робіт зі спец. «Маркетинг» на базі Хмельницького національного університету, 2023 р. П.19 Член Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація маркетингу» з 2018 р – дотепер. Сертифікат № 266.
406063	Руденко Світлана Миколаївна	Професор, Основне місце роботи	Факультет менеджменту, адміністрування та права	Диплом спеціаліста, Харківський державний університет ім. Горького, рік закінчення: 1981, спеціальність: 7.02030301 українська мова і література, Диплом спеціаліста, ХДУ ім. О.М. Горького, рік закінчення: 1989, спеціальність: російська мова та література, Диплом	39	Українська мова (за професійним спрямуванням)	Відповідає за освітньою кваліфікацією та науковим ступенем 10.02.01 – спеціальність «Українська мова» Підвищення кваліфікації: Науково-педагогічне стажування «Дистанційна освіта в кризових умовах: інноваційні методи та технології підвищення якості застосування е-лірингових програм», кафедра славістики (секція україністики) філософського факультету Університету ім. Ф.

				кандидата наук ДК 0111427, виданий 04.07.2001, Атестат доцента 02ДЦ 000377, виданий 24.12.2003			Палацького в Оломоуці (Чеська республіка), (22.05. 2023 - 30.06.2023, 180 годин, 6 кредитів ЄКТС,). Сертифікат від 30.06.2023 Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.4, 38.8, 38.12, 38.14, 38.15,38.19,. П.1 1. Teaching the discipline «Ukrainian language (for professional purposes)» in technical institutions: methodology, technologies, toolkit . Implementation of modern technologies in language learning as a basis for the formation of communicative competences: monograph. Kharkiv: Technology center PC. 2025. P. 2-19 (Nikulina. N., Rudenko, S., Miniailo, N., Kalashnyk, O., Badyeyeva). (Scopus). DOI: 10.15587/978-617-8360-15-3.ch1 2. The expediency of implementation of project work into the ESP course. Journal of Language and Linguistic Studies. 2022. 18 (Special Issue 1). P. 80-89. (O.Anastasieva, S.Rudenko, E.Yemelyanova, A. Sukhova A. Martakova). (Scopus). URL:https://www.jlls.org/ index.php/jlls/article/view/2764 3. Methodological foundations of the psychology of finances of state educational institutions in the conditions of globalization. Problems and prospects of training in higher school: pedagogical, philological, psychological and intercultural aspects: Monograph. Kharkiv: PC Technology center. 2023. P. 2-13. (M. Tripak, I. Dmytriiev, A.Kholodov, N. Nikulina, S.Rudenko). (Scopus). DOI: 10.15587/978-617-7319-94-7.ch1 4. Problems and prospects of training in higher school:

							pedagogical, philological, psychological and intercultural aspects: Monograph Kharkiv: PC Technology center. 2023. (I. Levchenko; M. Tripak; A. Kholodov; I. Dmytriiev; N. Nikulina; S. Rudenko; N. Morhunova; G. Ikhsangaliyeva; Z. Nurzhanova; L.Prylutska та ін.) (Scopus). DOI: 10.15587/978-617-7319-94-7 5. Discourse of disease in Lesia Ukrainka's epistolary. Amazonia Investiga. 2023. Vol. 12 (63). P. 305–316 (L.Horbolis, N.Kobylko, S.Rudenko, T. Veretiuk, S.Antonovych). (Web of Science). DOI: 10.34069/AI/2023.67.07.27 6. Концептуальний спектр маніпулеми ДОСТАТОК в українському глютонічному дискурсі (ретроспективний аналіз). Ucrainica XII: Současná ukrainistika problémy jazyka, literatury a kultury: Sborník vědeckých článků. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2024. P. 123-128. DOI: https://www.doi.org/10.5507/ff.24.24465760 П.3 Меронімічні виміри українського глютонімічного дискурсу. Modern trends in the development of linguistics and philology: collective monograph / Authors : Пашкова Н., Lychuk M., Prysiazhniuk O., Prysiazhniuk K., Дьолог О., Медвідь О., Грінченко М., Руденко С., Ступницька Н. – International Science Group. Boston : Primedia eLaunch, 2022. 230 p. https://isg-konf.com/uk/ modern-trends-in-the-development-of-linguistics -and-philology/ (14,4/2 д.а.). П.4 1. Українська мова (за професійним спрямуванням). Робоча програма для студентів спеціальності 075 ОП «Маркетинг», перший (бакалаврський) РВО /

							проф. Руденко С.М. // Державний біотехнологічний університет. Кафедра європейських мов. Харків: РВВ ДБТУ, 2024. р. 17 с. 2. Руденко С. М. Українська мова (за професійним спрямуванням): конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної (заочної) форми навчання всіх спец. Харків: ДБТУ, 2023. 62 с. .URI https://repo.btu.kharkiv.ua//handle/123456789/55873 3. Українська мова (за професійним спрямуванням): метод. вказівки з організації та планування самостійної роботи здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної (заочної) форми навчання за спец. D5 «Маркетинг»; уклад. С. М. Руденко. Харків: ДБТУ, 2024. 43 с. URI https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/82417 П. 8. 13-11-22Б «Гуманітарна парадигма культури харчування: філософсько-історичний аспект» (науковий керівник). 01-22-22Б «Ономастикон України та зарубіжних країн: соціолінгвістичний, структурно-семантичний та компаративний аспекти» (відповідальний виконавець). 0121U114568 «Консолідація та ампліфікація нових інтерактивних технологій викладання іноземних мов з метою формування професійної компетентності фахівців сфери харчування та торгівлі в межах системно-кластерного підходу» (відповідальний виконавець). П.12 1. Руденко С.М Етнолінгвістичне маркування меронімів в українському глютонічному дискурсі. Матеріали IV

							Міжнародної славістичної конференції, присвяченої пам'яті святих Кирила і Мефодія: «Національні наукові традиції в слов'янському світі». Харків - Шумен : ХНПУ; ХІФТ, 2024. С. 199-210. URL:https://chtyvo.org.ua/authors/Zbirnyk_statei/Materialy_IV_Mizhnarodnoi_slavistychnoi_konferentsii_prysviachenoi_pamiati_sviatykh_Kyryla_i_Mefodii/ 2. Руденко С.М. Вербальні маркери концептуального табуювання в українських глютонічних процесивах. Матеріали III Міжнародної славістичної конференції, присвяченої пам'яті святих Кирила і Мефодія: «Національні наукові традиції в слов'янському світі». Харків - Шумен : ХНПУ; ХІФТ, 2023. С. 290-298. URL http://repositsc.nuczu.edu.ua/handle/123456789/18071 3. Руденко С.М. Семантика темпоративних знаків Масляної-Колодія у фреймі української народної звичаєвості. International scientific innovations in human life. Manchester, Great Britain. 2022. P. 762-771. URL: https://sci-conf.com.ua/xii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-international-scientific-innovations-in-human-life-8-10-iyunya-2022-goda-manchester-velikobritaniya-arhiv. 4. Руденко С.М. Використання паралінгвістичних засобів впливу під час ораторської промови. Український світ у наукових парадигмах: Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди. Вип. 12. Харків: ХНПУ; ХІФТ, 2025. С. 71-76. https://dspace.hnpu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/30a0332c-f2bc-4e4e-ae8e-

							8eb6ceb28afe/content 5. Руденко С.М. Комерційні ергоніми Харкова воєнного часу. Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця [Електронне видання] : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, Ірпінь - Ломжа, 21 лютого 2025р. / Ірпінь : Державний податковий університет; Ломжа : Міжнародна академія прикладних наук в Ломжі, 2025, с. 81-88. DOI https://doi.org/10.58246/UBWA9567 П.14 1. Науковий керівник студентки Стеблевської Анастасії, яка посіла призове місце на обласному етапі Міжнародного мовно-літературного конкурсу студентської молоді імені Тараса Шевченка 2025 року в онлайн-форматі (грамота ХОДА). П.15 1. Секретар навчально-методичної комісії ФМАП ДБТУ. 2. Відповідальна особа (експерт) за організацію і контроль за додержанням принципів академічної доброчесності на ФМАП ДБТУ. 3. Голова журі Міжнародного мовно-літературного конкурсу учнівської молоді імені Тараса Шевченка в Харківській області (2021-2023 р). 4. Голова журі Міжнародного конкурсу з української мови імені Петра Яцика серед учнівської молоді в Харківській області (2021-2024 р.) 5. Член журі Харківського обласного конкурсу з ораторського мистецтва (2016-2023 рр.). 6. Член журі Міжнародного мовно-літературного конкурсу студентської

							молоді імені Тараса Шевченка в Харківській області (2013-2023 рр.). П.19 1. Член Харківського історико-філологічного товариства. 2. Екзаменатор Харківського регіонального центру оцінювання якості освіти з української мови та літератури. 3. Член апеляційної комісії з української мови (за результатами вступних іспитів) Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (2023-2025 рр).
404920	Нестеренко Ірина Володимирівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економічних відносин та фінансів	Диплом магістра, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050106 Облік і аудит, Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2020, спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, Диплом кандидата наук ДК 022617, виданий 10.03.2004, Атестат доцента 12ДЦ 021506, виданий 23.12.2008	26	Облік та оподаткування суб'єктів господарювання	Відповідає за освітньою кваліфікацією та науковим ступенем - 08.06.04 Бухгалтерський облік, аналіз та аудит, Підвищення кваліфікації: 1. Всеукраїнський проект з підвищення кваліфікації Онлайн програма “Agri-Бухгалтерія” як складова екосистеми сучасного малого та середнього агробізнесу: новації для бізнесу, освіти та науки, проведено ТОВ «Агріаналітика» 28.08.2023 р.-01.09.2023 р. 30 годин (1 кредит ЄКТС) , Сертифікат № 23011 від 04 вересня 2023 року. 2. Курс навчання з автоматизованого комплексного ведення бухгалтерського та фінансового обліку в програмному середовищі “ДЕБЕТ ПЛЮС”, проведено ФОП Клименко І.М 11.04.23 р.-12.06.2023 р. 180 годин (6 кредитів ЄКТС). Сертифікат № 314/23 від 13.06.2023 р. 3. Програма науково-педагогічного підвищення кваліфікації «Обліково-аналітичний базис управління економічною безпекою в системі сучасних ризиків та загроз» Інститут обліку і фінансів НААН України, ГО «Федерація аудиторів,

							бухгалтерів і фінансистів АПК України», з 01.10 .24 р.– 12.11. 2024 р., 80 годин (6 кредитів ЄКТС). Сертифікат № 240934/2024р. 4. Програма підвищення кваліфікації працівників закладів вищої освіти з акредитації курсу «Аналітика у продуктовому ІТ», ГО «Освітня фундація продуктового ІТ» з 15 квітня 2025 р. по 26 квітня 2025 р., 60 годин (2 кредити ЄКТС). Сертифікат № 13/1111 26 квітня 2025 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.2, 38.4, 38.8, 38.10, 38,11, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Kashchena N., Nesterenko I., Chmil, H., Kovalevska, N., Velieva, V., Lutsenko, O. Digitalization of Biocluster Management on Basis of Balanced Scorecard. Journal of Information Technology Management. 2023. Vol. 15(4), Pp. 80-96. DOI: https://doi.org/10.22059/jitm.2023.94711 (Scopus) 2. Vasilyeva T., Samusevych Y., Babenko V., Bestuzheva S., Bondarenko S., Nesterenko I. Environmental taxation: Role in promotion of the pro-environmental behaviour. Wseas transactions on business and economics. WSEAS. Unifying Science and Engineering. Volume 20, 2023. P 410-427. DOI: 10.37394/23207.2023.20.37 (Scopus); 3. Kovalevska N., Nesterenko I., Lutsenko O., Nesterenko O., Hlushach Y. Problems of accounting digitalization in conditions of business processes digitalization. Amazonia Investiga. Vol 11 No 55, 2022. 132-141 p. DOI: https://doi.org/10.34069/AI/2022.56.08.14 (Web of Science Core Collection, Q2);

							4. Нестеренко І.В., Ковалевська Н.С. Інтелектуалізація та ШІ-орієнтована трансформація обліково-аналітичних даних у соціально-економічних системах підприємств. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2026. 1 (39), 113-125. DOI: https://doi.org/10.31359/2312.394X.2026.39.1.113 5. Нестеренко І.В., Ковалевська Н.С., Яценко В.В. Моделювання облікового забезпечення в інформаційній системі управління підприємствами електронної комерції. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / [редкол. : В. А. Гросул (відпов. ред.) та ін.]. Харків : ДБТУ, 2025. Вип. 1 (37). С. 34-47. https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/68788 П2. 1. Свідоцтво № 116295 України про реєстрацію авторського права на науковий твір: «Модель оптимізації витрат на виробництво інноваційної продукції в умовах сталого розвитку». Н.Б. Кащена, І.В. Нестеренко, Н,С, Ковалевська, Г.Г. Лисак; реєстр. 06.02.2023 р. 2. Свідоцтво 116296 України про реєстрацію авторського права на науковий твір: «Діджитал-контур єдиного інформаційного простору інтегрованої облікової системи в управлінні інноваційним розвитком підприємства». Н.Б. Кащена, І.В. Нестеренко, Н,С, Ковалевська; реєстр. 06.02.2023 р. 3. Свідоцтво № 129633 України про реєстрацію авторського права на науковий твір: «Організаційно-методичні аспекти аналізу в управлінні інноваційним

							розвитком підприємства»; Н.Б. Кащена, Г.Л. Чміль, І.В. Нестеренко, Н.С. Ковалевська; реєстр. 04.09.2024 URL URL https://repo.btu.kharkiv.ua//handle/123456789/58675 4. Свідоцтво № 129634 України про реєстрацію авторського права на науковий твір: «Моделювання облікової політики у фокусі управління інноваційним розвитком підприємства торгівлі»; Н.Б. Кащена, І.В. Нестеренко, Н.С. Ковалевська; реєстр. 04.09.2024 URL https://repo.btu.kharkiv.ua//handle/123456789/58674 5. Свідоцтво № 128087 України про реєстрацію авторського права на науковий твір: «Діджиталізація обліково-аналітичного забезпечення управління інноваційним розвитком суб'єктів бізнесу»; Нестеренко О. О., Кащена Н. Б., Нестеренко І. В., Ковалевська Н. С., Луценко О. А. реєстр. 08.07.2024 URL https://repo.btu.kharkiv.ua//handle/123456789/59468 П.4 1. Облік та оподаткування суб'єктів господарювання: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг для денної та заочної форм навчання / І.В. Нестеренко – Х.: ДБТУ, 2025. –111 с. 2. Облік та оподаткування суб'єктів господарювання: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» для денної та заочної форм навчання / І.В. Нестеренко, Н.С. Ковалевська. – Х.: ДБТУ, 2024. –174 с. 3. Облік та оподаткування суб'єктів

							господарювання: збірник практичних завдань для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» для денної та заочної форм навчання / І.В. Нестеренко, Н.С. Ковалевська. – Х.: ДБТУ, 2024. – 94 с. 4. Нестеренко І.В., Ковалевська Н.С. Бухгалтерський облік за видами економічної діяльності : опорний конспект лекцій / І. В. Нестеренко, Н. С. Ковалевська. – Харків: ДБТУ, 2025. – 112 с. П.8 1. Науковий керівник НДР з госпдоговірної тематики на замовлення ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Укргеонафтогазсервіс» № 28-23-24Д «Моделювання інформаційної системи управління інноваційним розвитком підприємства», 2023-2024 р. (ДР № 0123U103526) 2. Дійсний член редколегії наукового журналу: Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Ґжицького. Серія «Економічні науки» (фаховий, категорія «Б», Index Copernicus). П.10. Міжнародний проєкт програми ЄС ЕРАЗМУС+, Модуль Жана Моне №101176911 «Біокластери ЄС: досвід формування та управління для забезпечення стійкості українських агроекосистем» («EU bioclusters: experience of formation and management to ensure sustainability for ukrainian agroecosystems»), 01.10.2024 р.– 30.09.2027 р., тренер-викладач. П11. 1. Наукове консультування ПП «Нива-Полімер» (довідка № 35 від 1.06.2024 р., дія угоди

							довідки 3 роки), щодо оптимізації витрат на виробництво інноваційної продукції в умовах сталого розвитку. 2. Наукове консультування ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Укргеонафтогазсервіс», згідно договору № 32-25-26 Д від 02.07.2025 р. щодо розробки і впровадження Інтелектуального модулю внутрішнього аудиту в інформаційно-аналітичній системі підприємства на основі ШІ. П12. 1. Кащена Н.Б., Нестеренко І.В. Інноваційні тренди обліку: від збору даних до управлінського аналізу. Фінансово-управлінські інновації як драйвер сталого розвитку в умовах сучасних викликів : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Ч.ІІ, м. Хмельницький, 07 листопада 2025 р. Хмельницький : ХУУП імені Леоніда Юзькова, 2025. С. 346-350. URL: https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/13082 2. Нестеренко І.В. Особливості обліку міжнародних валютно-кредитних операцій. Матеріали ІХ Міжнар. науково-практичної конф. (присвяченої пам'яті професора Григорія Євтійовича Мазнєва), 06-07 березня 2025 р. Частина 2. Харків: ДБТУ, 2025. С. 649-652. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/66315 3. Нестеренко І., Ковалевська Н. Штучний інтелект у системах обліку та звітності: перспективи застосування в інтегрованому середовищі. Перспективи розвитку обліку, аналізу та аудиту в контексті євроінтеграції : матеріали XIII Міжнар. науково-практичної конференції. Одеса: ОНЕУ, 2025. С. 95-97. URL: https://repo.btu.kharkiv

							.ua/handle/123456789/67640 4. Нестеренко І. Роль цифрових технологій в облікових процесах підприємств електронної комерції. Стратегічні пріоритети розвитку бухгалтерського обліку, аудиту та оподаткування в умовах глобалізації : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 19 листопада 2024 р.). Суми: СНАУ, 2024. С. 62-64. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua//handle/123456789/59599 5. Нестеренко І. Цифровізація як вектор модернізації системи обліку інноваційної діяльності суб'єктів бізнесу. Міжнародна наукова конференція «Управління бізнес-процесами та технологічними інноваціями в сучасних умовах та в післявоєнний період». Збірник тез доповідей. Ч. 2. К: НТУ, 10-11 жовтня 2023 року. С. 127-128. URL: https://repo.btu.kharkiv.ua//handle/123456789/42168 П14. 1. Член організаційного комітету: - Міжнародної науково-практичної конференції «Євроінтеграційний вектор розвитку агроекосистем України: глобальні виклики та перспективи», 4 червня 2026 року. ДБТУ; - Міжнародної науково-практичної конференції «Євроінтеграційний вектор розвитку агроекосистем України: глобальні виклики та перспективи», 5 червня 2025 року. ДБТУ; - Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених «Нові горизонти розвитку бізнесу в умовах сучасних викликів. Можливості та механізми підтримки

							бізнесу в умовах європейської інтеграції», 26 квітня 2024 р., ДБТУ. 2. Керівник студентського науково-дослідного гуртка кафедри обліку, аудиту та оподаткування «Лабораторія європейської інтеграції та лідерства». П19. Член Громадської організації «Федерація аудиторів, бухгалтерів і фінансистів АПК України».
404904	Луценко Олена Анатоліївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет економічних відносин та фінансів	Диплом спеціаліста, Харківський державний університет, рік закінчення: 1996, спеціальність: Статистика, Диплом кандидата наук ДК 064580, виданий 23.02.2011, Атестат доцента 12ДЦ 035145, виданий 25.04.2013	27	Статистика	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Підвищення кваліфікації: 1. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за темою «Стале мислення та підприємництво» (StepUP 101080031, 2022р.). Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, програма ЄС ЕРАЗМУС+ Модуль Жана Моне, грудень 2022 р., (90 год. 3 кредити ЄКТС. Сертифікат № 030/2022 2. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за темою «Бізнес-моделі для сталого розвитку» (StepUP 101085651, 2023р.), Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, програма ЄС ЕРАЗМУС+Модуль Жана Моне Травень 2023 р., (90 год.3 кредити ЄКТС) Сертифікат № 083/2022, 3. Всеукраїнський проект з підвищення кваліфікації Онлайн програма “Agri-Бухгалтерія”як складова екосистеми сучасного малого та середнього агробізнесу: новації для бізнесу, освіти та науки. ТОВ «Агріаналітика» спільно з ДБТУ 28.08.2023-01.09.2023 рр.. (30 год. 1 кредит ЄКТС) Сертифікат № 23016 від 04.09.2023р 4. Підвищення кваліфікації за програмним модулем Жан Моне 101085651 –

							DesustainAble Бізнес моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація. Каразінський інститут міжнародних відносин і туризму (90 годин 3 кредити ЄКТС) Сертифікат № 127\2025 від 25 травня 2025р. 4..Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за онлайн-курсом «Прозорість, підзвітність та сталий розвиток бізнесу на шляху до євроінтеграції». Міжнародний проєкт програми ЄС ЕРАЗМУС+, Модуль Жана Моне «Transparency. Accountability. Responsibility. Governance. Europe. Trust. Sustainability», Сумський державний університет, (150 год., 5 кредитів ЄСТS) сертифікат б/н від 27.03.2025 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.8, 38.10, 38.11, 38.12, 38.13, 38.14, 38.19. П.1 1. Стасєв Ю.В., Мороз В.І., Решетнікова В.В., Луценко О.А. Метод побудови управляючих послідовностей для динамічного режиму функціонування системи зв'язку та управління. Системи озброєння і військова техніка. 2025. №1(80). С. 73 – 79. URL https://doi.org/10.30748/soivt.2025.81.09. 2. Рижикова Н.І., Остапенко Р.М., Бірченко Н.О., Луценко О.А. Аналіз оптимізаційних методів податкового навантаження на основі обліково-статистичного інструментарію. Актуальн іпитанн яекономічних наук.2025.Вип.17. URL: https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/956 3. Остапенко, Р., Горох, О., Луценко

							О.А. Аналіз сучасних фінансових трендів для оптимізації інвестиційної діяльності. Проблеми і перспективи економіки та управління, (1(41), 2025. 372–385. URLhttps://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1(41)-372-385. 4. Остапенко Р.М., Горох О.В., Малій О.Г., Луценко О.А. Статистичний аналіз інвестиційних надходжень: оптимізація в контексті цифрової економіки України. Журнал з менеджменту, економіки та технологій № 1, 2025 .DOI: 10.69803/3083-6034-2025-1-6 URL https://journal-met.kh.ua/jme01255.html с.60-72. 5. Kashchena N., Chmil H., Nesterenko I., Lutsenko O., Kovalevska N. Diagnostics as a Tool for Managing Behavior and Economic Activity of Retailers in the Conditions of Digital Business Transformation. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies,2024, vol 194. Pp. 149-173 Springer, Cham. URL https://doi.org/10.1007/978-3-031-53984-8_7. П.4 1. Луценко О.А. Методичні рекомендації до підготовки самостійної роботи здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей денної та заочної форм навчання з навчальної дисципліни «Статистика» / О.А. Луценко – Харків: Державний біотехнологічний університет. – 2025. – 45 с. URI https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/75795 2. Луценко О. А. Методичні рекомендації до практичних і семінарських занять з навчальної дисципліни

							«Статистика» для здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей першого (бакалаврського) рівня денної, заочної та дистанційної форм навчання. – Харків : Державний біотехнологічний університет, 2025. – 56 с. URI https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/75796 3. Робоча програма з дисципліни Статистика для студентів спеціальності D5 Маркетинг / укладач: Луценко О.А. ДБТУ. 2026р. 13 с. п.8 Заст.редактора наукового журналу «Виклики та проблеми сучасної науки», Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара», заступник редактора журналу https://cims.fti.dp.ua/j/about/editorialTeam п. 10 1. European educational project “The innovative Methods and Technologies of Teaching: the Netwest in the European Educational Practice”, Certificate №2461/2021/2022/WNS, January 17, 2022-April 29, 2022), Poland 2. Міжнародний проект програми ЄС ЕРАЗМУС+, Модуль Жана Моне «Стале мислення та підприємництво» (StepUP 101080031, 2022р.), грудень 2022 р. 3. Участь в освітніх проєктах з науковою складовою Програми ЄС ЕРАЗМУС+, Модуль Жан Моне: – «Біокластери ЄС: досвід формування та управління для забезпечення сталості українських агроекосистем» («EU bioclusters: experience of formation and management to ensure sustainability for Ukrainian agroecosystems») (№ 101176911, BioEFM4Agro, 2024–2027 рр.), координатор. URL: https://sites.google.com

							/view/bioefm4agro 4. «Цифровізація бізнес-процесів та фінансових технологій: Європейський досвід для України» («Digitalization of business processes and financial technologies: European experience for Ukraine») (№ 101127664, DBPROFINTECH, 2023–2026 рр.), тренер-викладач. URL: http://dbprofintech.pp.ua п. 11 Наукове консультування ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Укргеонафтогазсервіс», згідно договору № 1(кп)-41/1 від 01.09.2022р. щодо моделювання системи екологічного обліку в контексті інноваційного розвитку підприємства. п. 12 1. Остапенко Р.М. Луценко О.А. Протидія фінансовим злочинам: статистика кібершахрайства у воєнний період. Фінансова політика: теоретичні та практичні аспекти юридичної науки. Збалансування приватних прав та публічного інтересу в умовах воєнного стану: [Електронний ресурс]: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції, Ірпінь, 3 квітня 2025. – Ірпінь: Державний податковий університет 2025. – 419 с. – Електронне наукове видання с. 132-134. 2. Луценко О.А., Поливана Л.А. Статистичний аналіз міграції населення України. Сталий розвиток економіки, підприємств та суспільства [Електронний ресурс]: матеріали II Міжнар.наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 10-11 квітня 2025 р./ За ред. І. Перевозової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2025. – 1023 с. – Електронні текстові дані. – Режим доступу

							: https://nung.edu.ua/department/ii-mizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiya-stalyy-rozvytok-ekonomiky-pidpryyemstv С.488-491 ISBN 978-617-8341-15-2 DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15383186. 3. Луценко О.А., Поливана Л.А. Напрями розвитку державної статистики. Трансформація обліку та бізнес-консалтингу в умовах невизначеності: сучасні тренди, виклики, міжнародний досвід. [Електронний ресурс]: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 08 листопада 2024 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. – Харків, 2024. – с.60-62. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/ 4. Луценко О.А., Поливана Л.А., Ковалевська Н.С. Організація статистичної діяльності в Україні. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти [Електронний ресурс] : матеріали V міжнародної науково-практичної інтернет-конф. 22-23 березня 2023р. Ч.1 Львів; ЛНУП, 2023.- С.355 - 357. (Україна). 5. Луценко О.А., Поливана Л. Цифрова трансформація державної статистики Трансформація обліку та бізнес-консалтингу в умовах невизначеності: сучасні тренди, виклики, міжнародний досвід [Електронний ресурс]: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 10 листопада 2023 р. Харків: ДБТУ, 2023. С. 35-37. URL: https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/ (Україна). п.13 2025-2026 рр. Статистика для студентів-іноземців спец. 292 – 65 год. 2024-2025 рр. Стратегічний бізнес-

							аналіз і прогнозування для студентів - іноземців спец.073 “Менеджмент організацій” - 50 год. 2021-2022 рр. «Економічний аналіз» –для студентів-іноземців спец.292 «Міжнародні економічні відносини» - 64 год п. 14 Керівництво науковим гуртком кафедри обліку, аудиту та оподаткування “Прикладна статистика та бізнес-аналітика” (протокол № 1 від 28.08.2024 р.) п. 19. Член Громадської організації "Федерація аудиторів, бухгалтерів і фінансистів АПК України. Лист Федерації № 02/12 від 01.12.2020 р.
406195	Грабар Наталя Григорівна	Професор, Основне місце роботи	Факультет менеджменту, адміністрування та права	Диплом магістра, Харківський державний технічний університет сільського господарства, рік закінчення: 2001, спеціальність: Філософія людського спілкування і менеджмента, Диплом доктора наук ДД 010396, виданий 26.11.2020, Диплом кандидата наук ДК 055329, виданий 14.10.2009, Атестат доцента 12ДЦ 026314, виданий 20.01.2011	24	Соціологія комунікацій	Відповідає за науковим ступенем, спеціальність 27.00.03, доктор наук з соціальних комунікацій. Підвищення кваліфікації: 1.Міжнародна наукова конференція «Інформаційні та інноваційні технології в XXI столітті» науково-методичний семінар «Організація викладання фахових дисциплін в університетах Європейського Союзу» Вища школа управління і адміністрації в Ополє, Польща (15-20 вересня 2022 р) , 180 годин, 6 кредитів ЄКТС, Сертифікат №11/9/2022 від 20.09.2022 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.4, 38.12, 38.19. П.1 1. Nechitailo, I., Boriushkina, O., Moisieieva, N., Grabar, N. ., Kobelieva, D., Bondar, N. Peculiarities of educational communication in the conditions of war: forms, means, methods (on the example of schools of Kharkiv city

							and Kharkiv region). AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research, 2023. 13/02-XXXVII. P.34–43. https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130237/PDF/130237.pdf Web of Science Core Collection 2. Shemaieva H., Kostyrko T., Grabar N. (2023, December). International Cooperation in the Sphere of LIS: Analysing the Materials of the BOBCATSSS Conference. In University Library at a New Stage of Social Communications Development. Conference Proceedings (No. 8, pp. 9-21). https://www.scopus.com/authid/detail.uri authorId=58825051700&origin=recordpage 3. Грабар Н. Г. Ціннісні домінанти образно-чуттєвого спілкування в бібліотечному професійному просторі / Н. Г. Грабар, А.Л. Кухаренко // Вісн. Кн. палати. – 2022. – №2. – С. 31–35. http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2022_2_7 (фахове видання) 4. Грабар Н. Г. Професійне спілкування в науковому середовищі бібліотечної сфери / Н. Г. Грабар, Л.В. Кислюк // Вісн. Кн. палати. – 2023. – №6. – С. 36–41 https://doi.org/10.36273/2076-9555.2023.6(323).36-41. (фахове видання) 5. Грабар Н. Особливості документного забезпечення промоції здоров'я в сучасному кризовому соціокомунікаційному середовищі. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2026. Вип. 77. С. 226-240. URL: https://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001685560 П.3 Образ майбутнього: стратегії дослідження суспільства постмодерну [Текст] : монографія / О. В. Воронянський, Н. І. Моісєєва, К. А.

							Агаларова, Н. О. Бондар, О. В. Борюшкіна, О. М. Варипаєв, Н. Г. Грабар, І. О. Данченко, І. Д. Денисенко, Д. Л. Кобелєва, А. С. Лапченко, А. С. Міносян, О. В. Москаленко, Н. М. Ніколаєнко, М. С. Пономарьова. - Харків : Біотехкнига, 2025. - 600 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/collections/52f87d23-e88e-45dc-8690-e4e59abaec44/search Грабар Н. Г. Розділ 3.2. Трансформація моделі соціалізації особистості в сучасному суспільстві С.316-349 (особистий внесок, 2,06 авт.а.) https://repo.btu.kharkiv.ua/items/2338d175-037c-4c64-a5a7-2cb30c3d85f5 Грабар Н. Г., Моісеєва Н. І. Висновки до частини 3. Соціальні комунікації та трансформаційні процеси в суспільстві постмодерну. С.316-349 https://repo.btu.kharkiv.ua/items/84216cdd-46c2-413e-b03a-ca9b0f2dc49a П.4 1. Соціологія комунікацій [Електронний ресурс] : метод. вказівки для проведення семінар. занять з дисципліни для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищ. освіти ден., заоч. навчання спец. 075 Маркетинг / Держ. біотехнол. ун-т ; уклад. Н. Г. Грабар. Харків : [б. в.], 2024. 24 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/items/fd2862bd-7ad5-4d91-a8aa-9df11e745df9 2. Соціологія комунікацій [Електронний ресурс] : робоча програма з дисципліни для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищ. освіти ден., заоч. навчання спец. 075 Маркетинг / Держ. біотехнол. ун-т ; уклад. Н. Г. Грабар. Харків : [б. в.], 2024. 14 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/items/bce8d313-09b8-4a7e-a7df-46ff82483a93 3. Соціологія комунікацій [Електронний ресурс] : тестові завдання

							контролю знань з дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ден. та заоч. форми здобуття освіти зі спец. 075 «Маркетинг» / Державний біотехнологічний університет; уклад. Н.Г. Грабар. Харків : [б. в.], 2024. – 25 с.https://repo.btu.kharkiv.ua/items/d7a32bec-faae-40a9-8d2d-9e7d419e9eda П12. 1. Грабар Н. Г., Моісєєва Н.І. Навчання як складова комунікаційної етики Questions regardin the problems of higher education: IX International Scientific and Practical Conference, 2024. С. 54–57 ttps://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/44631/1/QUESTIONS-REGARDING-THE-PROBLEMS-OF-HIGHER-EDUCATION%20%E2%80%93%20%D0%BA%D0%BE%D0%BF%D1%96%D1%8F.pdf 2. Грабар Н.Г. Мазоренко М.О. Особистість в медіаспектаклі інформаційного суспільства. The II International Scientific and Practical Conference «Modern trends of scientific development», January 18 -21, 2022, Vancouver, Canada. – 68–71. 3. Грабар Н. Г., Шемаєва Г. В. Мережа соціальних комунікацій: узагальнення підходів дослідження. Людина, культура, техніка в новому тисячолітті : матеріали XXV Міжнар. наук.-практ. конф. (Харків, 14 трав. 2024 р.). Харків : НАКУ «ХАІ», 2024. С. 50–55. 4. Грабар Н. Г., Мазоренко М.О Гендерне лідерство в соціокультурному значенні // STUDIA SLOBOZHANICA : матеріали наук.-практ. семінару «Слобожанський гуманітарій – 2025», м. Харків, ДБТУ, 30 квіт. 2025 р. – Харків, 2025. – С.125–127. 5. Грабар Н.Г. Альтернатива

							дисциплінарних курсів соціально-молодіжного вектора /Н. Г. Грабар // STUDIA SLOBOZHANICA: Матеріали всеукраїнської науково-методичної конференції «Слобожанський гуманітарій – 2023» (Харків, ДБТУ, 6 квітня 2023 р.). – Харків, 2023. – С. 64–70. 6. Грабар Н. Г. Щодо психолого-етичних проблем спілкування // Актуальні проблеми викладання освітніх компонент соціально-гуманітарного спрямування : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. Херсон: Херсонська державна морська академія, 2025. С. 40–43. П 19. Членкиня Харківської обласної громадської організації «Науковий центр дидактики менеджмент-освіти» (НЦДМО серія А00 № 171994). З 2024 у Громадській спілці УАОД.
404783	Зубков Сергій Олександрович	Професор, Основне місце роботи	Факультет економічних відносин та фінансів	Диплом магістра, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2003, спеціальність: 0501 Економіка підприємства, Диплом доктора наук ДД 010674, виданий 09.02.2021, Диплом кандидата наук ДК 046804, виданий 02.07.2008, Атестат доцента 12ДЦ 036902, виданий 21.11.2013	20	Цифрова економіка	Відповідає за освітньою кваліфікацією та науковим ступенем. Підвищення кваліфікації: 1. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за темою «Economic research in the condition of digital transformation». Вірменський державний економічний університет, м. Єреван, Вірменія; 05.05. - 28.06. 2023р. (180 год./6 кр. ЄКТС); Сертифікат від 28.06.2023 р. 2. Програма підвищення кваліфікації (змішана форма навчання: 32 години очно та 148 годин онлайн). Назва: «Quality Assurance Mastery for Project Success». Ким проведено: European Platform for International Cohesion (EPIC aps), Італія. Період: з 05 по 08 травня 2026 року (очна частина в м. Пескара, Італія) та

							онлайн-навчання. 180 годин, 6 кредитів ЄКТС. Дата: 30 червня 2026 року. Сертифікат: б/н Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.7, 38.8, 38.9, 38.10, 38.12, 38.13. П.1 1. Зубков С.О., Колесник А.О., Шалений В.А. Цифрове стратегування як інструмент адаптації суб'єктів підприємництва до умов цифрової економіки. Наукові перспективи. 2024. № 9 (51). DOI: https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-9(51)-556-570. 2. Зубков С., Колесник А., Сєров І. Матричний підхід до імплементації цифрових технологій у цифрову стратегію підприємства. Modeling the development of the economic systems. 2024. № 3. С. 352-361. DOI : https://doi.org/10.31891/mdes/2024-13-49. 3. Зубков С. О., Колесник А. О. Формування цифрової стратегії підприємства на основі екосистемного підходу. Український журнал прикладної економіки та техніки. Західноукраїнський нац. ун-т., 2025. Том 10. № 1. С. 283-289. DOI : https://doi.org/10.36887/2415-8453-2025-1-47 4. Зубков С. О., Ляпота В. С., Пономарьов М. П. Методологія оцінювання впливу цифровізації на економічну ефективність бізнес-процесів підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. Харків : ДБТУ, 2025. Вип. 1 (37). С. 93-107. https://repo.btu.kharkiv.ua/bitstreams/1a6c01bf-bac8-4500-8b02-aa7124fd2bdd/download 5. Hrosul, V.;

							Yermachenko, V.; Zubkov, S.; Kolesnyk, A.; Semerád, M. Enterprise digital resilience capability framework: an integrated dynamic capability approach, Entrepreneurship and Sustainability Issues. 2025. 13(2): 399-416. https://doi.org/10.9770/e4483987593 (Web of Science) П.3 Зубков С.О., Гросул В.А., Круглова О.А. Управління розвитком бізнесу в контексті європейської інтеграції : навчальний посібник. Харків : Біотехкнига, 2024. 238 с. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.14534431 П.7 1. ДФ 051.18.2024 ДБТУ, спеціальність 051 Економіка, м. Харків, 04 вересня 2024 р., голова ради 2. PhD 10304 ДБТУ, спеціальність 072 Фінанси, банківська справа та страхування, м. Харків, 23 серпня 2025 р., рецензент П.8 1. Член редакційної колегії наукових видань, включених до переліку фахових видань України: – «Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг» (категорія Б) Державний біотехнологічний університет https://biotechuniv.edu.ua/nauka/naukovi-zhurnaly/zbirnyk-naukovyh-prats-ekonomichna-strategiya-i-perspektyvy-rozvytku-sfery-torgivli-ta-poslug/; –"Підприємництво і торгівля" (Категорія Б) Львівський торговельно-економічний університет http://www.journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/editorial. П.9 Експерт з експертизи проектів наукових досліджень і науково-технічних (експериментальних) розробок, що

							подаються для участі у конкурсах, які проводить Міністерство освіти і науки України за тематичним напрямом «Економіка» (Наказ МОНУ №1111 від 12.12.2022). П.10 Участь в освітніх проектах з науковою компонентою за програмою Еразмус+, напрям Jean Monnet Actions in the field of Higher Education / Teaching and Research: – Business development management: integrating the European experience («Управління розвитком бізнесу: інтеграція європейського досвіду»); номер проекту: 101048268. Термін реалізації 01.02.2022–31.01.2025; – European Architecture of Sustainable Development: Economic and Financial Integration Mechanisms (101127664). Термін реалізації 01.10.2023–30.09.2026; – Digitalization of business processes and financial technologies: European experience for Ukraine (101127849). Термін реалізації 01.10.2023–30.09.2026. Напрямок КА2 Розвиток потенціалу професійно-технічної освіти: – Strengthening work force potential in the renewable-energy sector (101183074) Термін реалізації:01.01.2025–31.12.2027. Напрямок КА2 Розвиток потенціалу вищої освіти: – Supporting the Digital Transformation of Higher Education in Ukraine: Creating a Network of Centers for Innovative Learning and Research (101237908) Термін реалізації:01.10.2025–30.09.2028. Напрямок КА2 Розвиток потенціалу молоді: – AI-Driven Career Guidance: Enhancing Youth Professional Orientation (101246838) Термін реалізації:01.11.2025–31.10.2027.

							П.12 1. Зубков С.О., Гросул В.А. Виклики європейської інтеграції для бізнесу в Україні. Розвиток бізнесу в контексті європейської інтеграції: глобальні виклики, стратегічні пріоритети, реалії та перспективи : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф, 07.06.2024 р. Харків : ДБТУ. С. 53-54. 2. Зубков С.О., Гросул В.А., Круглова О.А. Європейський досвід викладання цифрової трансформації бізнесу. Модернізація вищої освіти та забезпечення якості освітньої діяльності в умовах європейської інтеграції: матеріали Міжнар. наук.-метод. конф., 18.10.2024 р. Харків : ДБТУ. С. 63-65. 3. Зубков С.О., Гросул В. А., Круглова О. А. Інтеграція біоекономіки в систему вищої освіти України: європейський досвід та перспективи сталого розвитку. Модернізація вищої освіти та забезпечення якості освітньої діяльності в умовах європейської інтеграції: матеріали Міжнар. наук.-метод. конф., 18.10.2024 р. Харків : ДБТУ. С. 52-54. 4. Зубков С. О. Євроінтеграційні трансформації сталого розвитку бізнесу в Україні. Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 29–30 травня 2025 року. м. Львів. Львів : ЛТЕУ, 2025. С. 41-43. 5. Зубков С.О., Хименко А.С. Управління даними як елемент системи корпоративного управління підприємством. Трансформація обліку та бізнес-консалтингу в умовах невизначеності: сучасні тренди, виклики,

							міжнародний досвід: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (14 листопада 2025 р., м. Харків). Харків: ДБТУ, 2025. С.437-439. П.13 1. «Substantiation and examination of business projects», 40 h. (2021-2022 н.р.) 2. Інформаційні системи і технології в міжнародному бізнесі, 48 h. (2021-2022 н.р.) 3. Інформаційно-комунікаційні технології в менеджменті, 32 h. (2021-2022 н.р.) 4. Start-Up: створення та функціонування, 32 h. (2021-2022 н.р.) 5. Інформаційне забезпечення управління підприємством, 26 h. (2024-2025 н.р.) 6. Управління розвитком бізнесу в контексті європейської інтеграції, 30 h. (2024-2025 н.р.) 7. Цифрова економіка, 12 год. (2025-2026 н.р.) 8. Інформаційні системи та технології в економіці, 12 год. (2025-2026 н.р.) 9. Управління в умовах цифрової трансформації 8 год. (2025-2026 н.р.) 10. Основи цифрової економіки 10 год. (2025-2026 н.р.).
406284	Мандражи Оксана Анатоліївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет мехатроніки та інжинірингу	Диплом спеціаліста, Харківський державний педагогічний університет, рік закінчення: 1996, спеціальність: Математика, Диплом спеціаліста, Інститут післядипломної освіти ХДПУ ім. Г.С. Сковороди, рік закінчення: 1996, спеціальність: Менеджмент освіти, Диплом кандидата наук ДК 022569, виданий 26.06.2014, Атестат доцента АД 015755, виданий 26.06.2024	30	Вища та прикладна математика	Відповідає за освітньою кваліфікацією Підвищення кваліфікації: 1. Навчання за програмою підвищення кваліфікації☐ Підвищення кваліфікації для керівників та науково-педагогічних працівників закладів освіти і науки. Серія модулів "On being a scientist", "Research Methods (Introduction)", "Introduction to Systematic Review and Meta-Analysis". European Academy of Science and Research, Hamburg, Germany 23.05.22 - 13.07.22 р.р. 2022 р., 30 год. /1 кр. ЄКТС, Сертифікати № XI-12-190293846-20 та XV-16-293849248-22 2. Міжнародне стажування☐

							Курс «Практики провідних університетів світу із забезпечення академічної доброчесності» Польсько-українська фундація «Інститут Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці та Вища Духовна Семінарія (SAC) в Олтажеві, Польща. З 03 квітня 2023 р. по 12 травня 2023 р. 2023 рік, 180 год. /6 кр. ЄКТС, Сертифікат KW-011/0523 від 12.05.2023 3. Наукове стажування, участь у конференціях, симпозіумах, форумах□ «Проблеми викладання математики у закладах освіти: теорія, методика, практика». Модератор однієї з секцій Міжнародної конференції. Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна. 26.03 - 28.03.24 р., 23.03 - 25.03.26 р. 2024 р. та 2026 р., 48 год. /1,6 кр. ЄКТС, Сертифікати від 28.03.2024 р. та від 25.03.2026 р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.12, 38.14, 38.15, П.1 1.Мандражи О.А. Неузгодженість визначень розташування прямих в алгебрі та геометрії / О.А.Мандражи // Modern Engineering and Innovative Technologies: науковий періодичний журнал, Німеччина, April 2026. – Issue № 44, Part 5, pp. 246 – 262. – Режим доступу: https://www.moderntechno.de/index.php/meit/issue/view/meit44-05/meit44-05 DOI: https://doi.org/10.30890/2567-5273.2026-44-05-104 (журнал включено до міжнародної пошукової системи Google Scholar та міжнародної

							наукометричної бази Index Copernicus (IC) 2. Мандражи О.А. Від головоломок-розваг із сірниками до серйозних математичних задач / О.А.Мандражи // International scientific peer-reviewed journal «ScientificWorldJournal»: науковий періодичний журнал, Болгарія, May 2026. – Issue № 37, Part 1, pp. 238 – 245. – Режим доступу: https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/issue/view/swj37-01/swj37-01 DOI: https://doi.org/10.30888/2663-5712.2026-37-01-041 (журнал включено до міжнародної пошукової системи Google Scholar та міжнародної наукометричної бази Index Copernicus (IC) 3. Мандражи О.А. Зміни у змісті та методах викладання математики як відповіді на сучасні виклики / О.А.Мандражи // Modern Engineering and Innovative Technologies: науковий періодичний журнал, Німеччина, August 2025. – Issue № 40, Part 3, pp. 54 – 60. Режим доступу: https://www.moderntechno.de/index.php/meit/issue/view/meit40-03 DOI: https://doi.org/10.30890/2567-5273.2025-40-03 (журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus (IC) та міжнародної пошукової системи Google Scholar) 4. Мандражи О.А. Деякі підходи до вивчення математичних моделей здобувачами спеціальностей з економіки та управління / О.А.Мандражи // Суспільство та національні інтереси: журнал, 2024. – № 7 (7) 2024. – С. 216 – 224. – Режим доступу: http://perspectives.pp.ua/index.php/sni/issue/view/293 DOI: https://doi.org/10.52058/3041-1572-2024-7(7)-216-224 (журнал включено до міжнародної

							наукометричної бази Index Copernicus (IC), Research Bible, міжнародної пошукової системи Google Scholar) 5. Mandrazhy O. Approximate Calculations for Queueing Theory: Political Aspects / O.A. Mandrazhy, M.O. Parfionov, V.V. Linnik // Національні інтереси України : науково-практичний журнал, 2024. – № 1 (1). – С. 343 – 353. – Режим доступу: http://perspectives.pp.ua/index.php/niu/issue/view/238/354 DOI: https://doi.org/10.52058/3041-3041-1793-1(1) (журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus (IC), Research Bible та міжнародної пошукової системи Google Scholar) статті п. 4. 1. Mandrazhy O.A. Limits: Guidelines for Students Studying a Course of Higher Mathematics in English / A.O. Pak, N.V. Smetankina, O.A. Mandrazhy, T.O. Sychova. – Kharkiv: State Biotechnological University, 2025. – 32 p. – Режим доступу: https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/68880 2. Mandrazhy O. An Introduction to Discrete Mathematical Modelling: Guidelines for Students Studying a Course of Higher Mathematics in English / A.O. Pak, N.V. Smetankina, O.A. Mandrazhy. – Kharkiv: State Biotechnological University, 2024. – 27 p. – Режим доступу: https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/61628 3. Mandrazhy O. Linear Algebra. Guidelines for Students Studying a Course of Mathematics in English / N.V. Smetankina, A.O. Pak, O.A. Mandrazhy, T.O. Sychova, N.M. Oliinyk, I.Yu. Misiura. – Kharkiv: State Biotechnology University, 2023. – 32 p. – Режим доступу: https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/33895

							4. Mandrazhy O. COMPLEX ANALYSIS: Guidelines for Students Studying a Course of Higher Mathematics in English / A.O. Pak, N.V. Smetankina, T.O. Sychova, O.A. Mandrazhy, N.M. Oliinyk, I.Yu. Misiura. – Харків: ДБТУ, 2022. – 36 с. – Режим доступу: https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/4590 п. 12. 1. Мандражи О.А. Проблема строгості та коректності формулювань у математиці: освітньо-педагогічний аспект / О.А. Мандражи // Культура, наука, освіта: смисложиттєві цінності в сучасних умовах : матеріали VII Міжнародної міжгалузевої науково-практичної онлайн-конференції (Київ, 25–31 березня 2026 року). / Упоряд. Л. І. Ткаченко, В. М. Шульга. – Київ : Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2026. – С. 142 – 146. – Режим доступу: https://iod.gov.ua/content/events/86/vii-mizhnarodna-mizhgaluzeva-naukovo-praktichna-onlayn-konferenciya_publications.pdf?1780300049.759 DOI: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/748912/ 2. Мандражи О.А. Формула знаходження кількості діагоналей для будь-якого опуклого -кутника / О.А.Мандражи // Проблеми викладання математики у закладах освіти: теорія, методика, практика: тези доповідей IV Міжнародної конференції на честь О.В. Погорєлова (23–25 березня, 2026 р., м. Харків, Україна). – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2026. – С. 220 – 224. – Режим доступу: https://pogorelov.karazin.ua/2026/wp-content/uploads/2026/04/Tezy_Pohorielov_2026.pdf 3. Мандражи О.А. Взаємообернені вислови при сучасному вивченні математики / О.А. Мандражи // Global Trends in the

							Development of Information Technology and Science: Collection of Scientific Papers with Proceedings of the 4th International Scientific and Practical Conference. International Scientific Unity. June 25-27, 2025. Stockholm, Sweden. С. 266 – 269. Режим доступу: https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2025/06/Stockholm_Sweden_25.06.25.pdf DOI: https://doi.org/10.70286/isu-25.06.2025 Посилання на конференцію https://isu-conference.com/arkhiv/global-trends-in-the-development-of-information-technology-and-science-25-06-25/ 4. Мандражи О.А. Взаємопов'язаність наукових досліджень та інноваційних ідей як один із принципів сучасної вищої освіти / О.А. Мандражи // Модернізація вищої освіти та забезпечення якості освітньої діяльності в умовах європейської інтеграції [Електронне видання]: матеріали Міжнар. наук.-метод. конф., 18 жовтня 2024 р. / Держ. Біотехнологічний ун-т. – Харків, 2024. – С. 326 – 328. – Режим доступу: https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/conf-18-10-24-materialy.pdf DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.13970808 5. Мандражи О.А. Представлення нового матеріалу в сучасних підручниках з математики / О.А. Мандражи // Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку: матеріали XXI Міжнародної науково-практичної коференції / за ред. І.В.Жукової, Є.О.Романенка. – м. Дебрецен (Угорщина): ГО «ВАДНД», 07 червня 2022. – С. 408 – 412. – Режим доступу: http://perspectives.pp.ua/public/site/conferency/conf-21.pdf п. 14.

							Керівництво здобувачами для участі у І та ІІ етапах Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальностей «Математичні науки» та «Прикладна геометрія», а саме: 2022/2023 – І місце у І етапі Оруджева Валентина і Сенько Сніжана, студентки 1 курсу факультету економічних відносин та фінансів та ІІ місце у І етапі Оруджева Валентина і Сенько Сніжана, студентки 1 курсу факультету економічних відносин та фінансів. 2023/2024 – І місце у І етапі Линник Вікторія і Парфьонов Максим, студенти 1 курсу факультету менеджменту, адміністрування та права. Означені студенти також брали участь у Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт “Black Sea Science”. 2024/2025 – І місце у І етапі Качан А.Р. і Волошко Д.О., студенти 1 курсу факультету економічних відносин та фінансів. 2025/2026 – І місце у І етапі Осьмак В. С. студент 1 курсу факультету економічних відносин та фінансів і Муринець А. А. студент 1 курсу факультету біотехнологій. п.15 З 2012 року є постійним членом журі ІІ етапу Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук у відділенні “Математика”.
406213	Кобелєва Даля Леонідівна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет менеджменту, адміністрування та права	Диплом бакалавра, Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, рік закінчення: 2007, спеціальність: 030101 Філософія, Диплом магістра, Харківський	14	Філософія	Відповідає за освітньою кваліфікацією та науковим ступенем 09.00.04 – філософська антропологія, філософія культури. Підвищення кваліфікації: Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за темою:

				національний університет імені В.Н. Каразіна, рік закінчення: 2008, спеціальність: 0301 Філософія, Диплом кандидата наук ДК 014557, виданий 31.05.2013, Атестат доцента АД 012817, виданий 27.04.2023			Цифровізація вищої освіти та цифрова грамотність. Центр українсько-європейського наукового співробітництва та Національний університет «Одеська юридична академія» (з 29 січня по 10 березня 2024р.), 6 кредитів ЄКТС, 180 годин. Свідоцтво №ADV 290101 OLA від 10.03.2024. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.3, 38.12, 38.13, 38.19. П.3. 1. Кобелєва Д.Л. Розділ 1.2. Філософські рефлексії модерну та постмодерну; Розділ 1.3. Соціально-філософські осмислення постіндустріальних трансформацій соціуму // Образ майбутнього: стратегії дослідження суспільства постмодерну: монографія / [О. В. Воронянський, Н. І. Моісеєва, А. В. Москаленко та ін.]; за ред. О. В. Воронянського. – Держ.біотехнол. ун-т. – Харків : Біотехкнига, 2025. – 600 с. (С. 43-91) ISBN978-617-8554-09-5 П.12. 1. Кобелєва Д.Л. Релігія даних: Chat GPT та доба датаїзму / Кобелєва Д.Л. // STUDIA SLOBOZHANICA: Матеріали всеукраїнської науково-методичної конференції «Слобожанський гуманітарій – 2023» (Харків, ДБТУ, 6 квітня 2023 р.). – Харків, 2023. – С. 89-97 https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/015-stud-zb-5.pdf 2. Кобелєва Д.Л. Роль кафедр ЮНЕСКО у трансформації вищої освіти (за метеріалами серії семінарів ЮНЕСКО щодо майбутнього освіти, 2023 рік.) / Кобелєва

							Д.Л., Моісєєва Н.І. // STUDIA SLOBOZHANICA: Матеріали всеукраїнської науково-методичної конференції «Слобожанський гуманітарій – 2023» (Харків, ДБТУ, 6 квітня 2023 р.). – Харків, 2023. – С. 131-138. https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/015-stud-zb-5.pdf 3. Кобелєва Д.Л. Особливості викладання дисципліни «Філософія людського спілкування» на кафедрі ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін ДБТУ / Кобелєва Д.Л., Моісєєва Н.І. // Актуальні проблеми викладання освітніх компонент соціально-гуманітарного спрямування у вищій школі [Збірник матеріалів І Міжнародної науково-практичної конференції 15-16 червня 2023 р., м. Херсон]. – Херсон: Херсонська державна морська академія, 2023. – с. 89-93. https://ksma.ks.ua/?p=21643 4. Кобелєва Д.Л. Антропологічна проблематика дослідження споживання продуктів харчування / Кобелєва Д.Л. // STUDIA SLOBOZHANICA: Науково-практичний семінар «Слобожанський гуманітарій – 2024» (Харків, ДБТУ, 22 травня 2024 р.). – Харків, 2024. – С. 96-99 https://repo.btu.kharkiv.ua/jspui/handle/123456789/57077 5. Кобелєва Д. Л. (Не)можливості критичного мислення в добу сучасності. Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація: щорічний науково-практичний журнал. Харків: ДБТУ, 2025. № 11. С. 58-62 https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/65643

							П.13. Philosophy 073, 075 – 2025-26 н.р. Philosophy of Law 081 – 2025-26 н.р. П.19. Центр українсько-європейського наукового співробітництва (Свідоцтво № 121389).
406379	Храпач Костянтин Григорович	Старший викладач закладу вищої освіти, Основне місце роботи	Факультет менеджменту, адміністрування та права	Диплом бакалавра, Харківська державна зооветеринарна академія, рік закінчення: 2008, спеціальність: 0502 Менеджмент, Диплом спеціаліста, Харківська державна зооветеринарна академія, рік закінчення: 1995, спеціальність: зоотехнія, Диплом магістра, Харківська державна зооветеринарна академія, рік закінчення: 2019, спеціальність: 073 Менеджмент, Диплом магістра, Державний біотехнологічний університет, рік закінчення: 2023, спеціальність: 207 Водні біоресурси та аквакультура	27	Самоменеджмент	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Підвищення кваліфікації: 1.Міжнародне підвищення кваліфікації (вебінар) на тему «Інтерактивні технології змішаного навчання при підготовці бакалаврів та магістрів в країнах Європейського Союзу та Україні. Інститут Науково-дослідний Люблінського науково-технологічного парку та Міжнародна фундація науковців та освітян. 06-13 03. 2023 (45 годин 1,5 кредити ЄКТС), Сертифікат №12689 від 13.03.2023р. 2. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за програмою «Міжнародна фундація науковців та освітян» ISAP Інститут справ адміністрації публічної та IESF з «11» березня 2024р. по «10» травня 2024р (180 годин 6 кредитів ЄКТС)..Свідоцтво про підвищення кваліфікації серія PL № 021-05-24 від 10.05.2024р. 3. Науково-педагогічне підвищення кваліфікації за програмою «Цифрова трансформація вищої освіти». Приватний вищий навчальний заклад "Європейський університет". 10.01. - 21.02.2024 р. (180 год., 6 кредитів ЄКТС) СП ПК серія ПК № 24366800/000541-23 від 21.02.2024р. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.4, 38.12, 38.19.

							П.1 1. Непран А. В., Кирчата І. М., Храпач К. Г. Розробка фінансового плану венчурних стартап-проектів з виробництва промислового виробу у системі фінансового менеджменту. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2023. № 31. С. 27-36. DOI: https://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2023.31.27 2. Батир Ю. Г., Воронкова А. А., Храпач К. Г. Державне управління соціально-економічним розвитком в умовах Євроінтеграційних процесів України "Державне управління: удосконалення та розвиток" № 2, лютий 2024 р. https://doi.org/10.32702/2307-2156.2024.2.21 3. Воронкова А., Храпач К. Національна безпека в умовах мінливого середовища: запобігання загрозам і викликам. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління, 2024. (6(72), С. 16-22. https://doi.org/10.32689/2523-4625-2023-6(72)-3 4. Храпач К. Г., Воронкова А. А., Батир Ю. Г. Концептуальні засади ефективності інтеграційних процесів. //Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наукових праць. Харків: ДБТУ, 2024. Вип. 1 (35). С. 120-129 5. Пушкарь І.В., Гладчук Г.Г., Храпач К.Г. Диджиталізація як інструмент оптимізації управлінського обліку на підприємствах України. Економіка та суспільство. 2024. № 69. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5159 DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-58

							П.4 1. Самоменеджмент: опорний конспект лекцій з дисципліни самоменеджмент для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми навчання / Укладачі: Храпач К.Г., Воронкова А. А., Чуйко Н. В. Харків : ДБТУ, 2025. – 314 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/80527☐ 2.Тестові завдання для поточного та підсумкового контролю здобувачам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми навчання спеціальності «Маркетинг»/ Укладачі: Храпач К.Г., Воронкова А.А., Харків : ДБТУ, 2025. – 33 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/80528 3.☐Самоменеджмент: методичні вказівки до самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми навчання спеціальності «Маркетинг»/ Укладач Храпач К. Г. Харків: РВВ. ДБТУ, 2025. -25 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/80526☐ 4. Самоменеджмент: метод. вказівки до самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми здобуття освіти спец. «Маркетинг»; уклад. К. Г. Храпач. Харків: ДБТУ, 2026. - 26 с. https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/83986 5.☐Самоменеджмент: тестові завдання для поточного та підсумкового контролю здобувачам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форми здобуття освіти спец. «Маркетинг»; уклад. К. Г. Храпач. Харків: ДБТУ, 2026. - 33 с https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/

							83987 П12. 1. Храпач К. Г., Воронкова А. А., Чуйко Н. В. Формування у здобувачів лідерських якостей та навичок самоменеджменту. Актуальні проблеми формування творчого потенціалу майбутніх фахівців в умовах цифрової педагогіки: матеріали Всеукраїнської науково- методичної конференції (м. Харків, 4 грудня 2025 року); за заг. ред.: В.М. Нагаєва, Ю.М. Сагачко, Н. О. Єфремової. Харків: Комунальне підприємство «Міська друкарня», 2025. С. 230-234.□ 2. Чуйко Н.В., Воронкова А.А., Храпач К.Г. Переваги та недоліки дистанційного навчання. Технологічні засади професійної підготовки фахівців вищої освіти в умовах дистанційного навчання [Електронний ресурс]: матеріали Всеукраїнського науково-практичного вебінару для науково-педагогічних працівників (м. Харків, 22 листопада 2022 року); за ред. д. пед. н. В.М. Нагаєва. – Харків : ХОГО «Науковий центр дидактики менеджмент-освіти», 2022. С. 129-132. (Україна) https://repo.btu.kharkiv.ua//handle/123456789/18770□ 3. Агєєва І.В., Костін І.Д., Храпач К.Г. Моделі змішаного лідерства в управлінні командами на основі даних про організаційну поведінку. Modern Trends in the Development of Economy, Technology and Industry: Collection of Scientific Papers with Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference. International Scientific Unity. January 7-9, 2026. Toronto, Canada. p. 123-129 https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2026/01/Toronto_Canada_07

							.01.26.pdf□ 4. Чуйко Н. В., Воронкова А. А., Храпач К. Г. Управління часом як фактор особистої та професійної ефективності // Управління розвитком соціально-економічних систем : матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф., Держ. біотехнол. ун-т, 05-06 берез. 2026 р. - Харків : ТОВ «Стильна типографія», 2026. - С. 165-167 https://repo.btu.kharkiv.ua/handle/123456789/78333□ 5. Храпач К. Г., Воронкова А. А., Чуйко Н. В. Розвиток лідерських якостей у здобувачів освіти // Управління розвитком соціально-економічних систем : матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф., Держ. біотехнол. ун-т, 05-06 берез. 2026 р. - Харків : ТОВ «Стильна типографія», 2026. - С. 155-158 https://repo.btu.kharkiv.ua//handle/123456789/18770 п. 19. 1. Член Громадської організації «Міжнародна Фундація Науковців та Освітян» Посвідчення №ES2442. 2. Член Харківської обласної громадської організації «Науковий центр дидактики менеджмент-освіти» з 25.03.2025 р. (Свідоцтво № 317/25 від 26.03.2025 р.).
405128	Прядко Ольга Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління торгівельно-підприємницькою та митною діяльністю	Диплом спеціаліста, Харківська державна академія технології та організації харчування, рік закінчення: 2000, спеціальність: 050301 Товарознавство та комерційна діяльність, Диплом спеціаліста, Харківський державний університет харчування та торгівлі, рік закінчення: 2008, спеціальність: Маркетинг,	21	Фундаментальний маркетинг	Відповідає за освітньою кваліфікацією. Підвищення кваліфікації: 1. Підвищення кваліфікації проект «МОДУЛЬ ЖАНА МОНЕ «ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0» (611674-EPP-1-2019-1-UA-EPPJMO-MODULE), з 01.06.22р. по 14.06.22р. (114 год./3,8 кр. ЄКТС), сертифікат № 267/2022 від 14.06.2022 р. 2. Підвищення кваліфікації через платформу масових відкритих онлайн-

				Диплом кандидата наук ДК 019264, виданий 14.02.2014, Атестат доцента 12ДЦ 047007, виданий 25.02.2016			курсів Prometheus «Академічна доброчесність: онлайн-курс для викладачів» з 01.10.23р. по 16.10.23р. (60 год./2 кр.ЄКТС), сертифікат № 6a335669c129455b87dbed291c6ad9d7) від 16.10.2023 р. 3. Підвищення кваліфікації участь у навчальному курсі «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси» організованого ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (Україна) з «05» березня 2025р. по «21» травня 2025 р. (120 год./4 кр. ЄКТС), сертифікат № 17 від 22.05.2025 р. 4. Підвищення кваліфікації «Цифрова трансформація професійної діяльності» у межах проєкту Prof2IT ГС «Харківський кластер інформаційних технологій» з 05 травня 2026р. по 22 червня 2026р. (90 год./3 кр. ЄКТС), сертифікат № ІТК-26/1604 від 23.06.2026 р. 5. Проєкт “COMSUS. Development of sustainable communications of Higher education institutions in social media” Erasmus + (№2022-1-PL01-KA220-HED-000090164). 28.03.2024 - 20.06.2024 р.180 годин (6 кредитів ЄКТС). Сертифікат № COMSUS-WP3-014. Відповідність освітньому компоненту, наукова та професійна активність відповідно ліцензійним умовам: 38.1, 38.3, 38.4, 38.8, 38.11, 38.12, 38.14, 38.19. П.1 1. Savytska N.; Zhehus O.; Polevych K.; Prydko O. & Bubenets I. (2024). Enterprise Resilience Behavioral Management in a Decision Support System. Journal of Information Technology Management, 16 (4), 100-121. https://jitm.ut.ac.ir/article_99053_4d6c60528aff8d74c952a24bcfe2348a.pdf (Scopus)

							2.Олініченко К. С., Чміль Г. Л., Прядко О. М. Трансформація комунікаційної політики для забезпечення резильєнтності підприємств роздрібної торгівлі. Бізнес Інформ. 2024. №2. С. 338–345. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-338-345 (Фахове видання України, Index Copernicus). 3. Савицька Н.Л., Прядко О. М., Куляшов В.К., Тимофєєва А.О. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства засобами цифрових комунікацій в соцмережах. Бізнес Інформ. 2024. №6. С. 407–414. 4. Савицька Н.Л., Прядко О. М., Пахуча Е.В., Сальніков Р.Д., Безсонцева Д.Р. Ринкова стійкість органічних операторів. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наукових праць. Харків: ДБТУ, 2024. Вип. 1 (35). С. 109–119. 5. Чміль Г.Л., Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингові аспекти сталого розвитку підприємства: гносеологія та організація директ маркетингу. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки. 2023. Вип. 4 (71). С. 73–81. П.3. Олініченко К.С, Прядко О.М. Стійкість бізнесу в епоху цифровізації: механізми, інструменти та тенденції маркетингу. Маркетингове управління резильєнтністю бізнесу: теорія та практика в умовах євроінтеграції та глобальних викликів: колективна монографія / за наук. редакцією проф. Н. Л. Савицької, проф. О. В. Жегус, доц. Е. В. Пахучої. Харків: Вид-во Іванченко І.С., 2025. С. 113-161. DOI: https://doi.org/10.5281

							/zenodo.18310423 П.4 1. Фундаментальний маркетинг: курс лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня денної та заочної форм навчання спеціальності D5 Маркетинг; авт.-уклад.: К. С. Олініченко, О. М. Прядко; 2-ге видання, доповнене. Харків: ДБТУ, 2026. 238 с. 2. Маркетинг: методичні рекомендації до виконання індивідуальної роботи «Моя фірма» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування»; уклад.: К. С. Олініченко, О. М. Прядко. Харків: ДБТУ, 2024. 35 с. 3. Фундаментальний маркетинг: тестові завдання для поточного контролю знань з освітньої компоненти «Фундаментальний маркетинг» здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спец. 075 «Маркетинг»; уклад.: К. С. Олініченко, О. М. Прядко. Харків: ДБТУ, 2024. 48 с. П.8. Відповідальний виконавець наукової теми № 29-25-27 Д (0125U002965) за темою: “Стратегічні вектори трансформації бізнесу в умовах цифровізації та повоєнного відновлення”. П.11. Наукове консультування ТОВ «НВК ВОСТОК АЛЬФА», договір № 20-23-26 Д від 19.06.23 р. (2023-2026 рр.) П 12. 1. Прядко О.М., Олініченко К.С. КОМУНІКАЦІЇ В СФЕРІ ТОРГІВЛІ В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА. Сталий розвиток економіки, підприємств та суспільства

							[Електронний ресурс]: матеріали II Міжнар.наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 10-11 квітня 2025 р./ За ред. І. Перевозової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2025. – С. 984-985. – DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15383186 URL: https://nung.edu.ua/department/ii-mizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiya-stalyy-rozvytok-ekonomiky-pidpryyemstv 2. Прядко О.М., Носкова К.Є., Ковальова М.В Застосування інструментів контент-маркетингу на ринку B2C / Механізм забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід» [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 19 травня 2023 р. / Державний біотехнологічний університет. – Харків. – 2023. – с. 207-209. 3. Олініченко К. С., Прядко О. М. Особливості використання штучного інтелекту в маркетингу / Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 23–24 листопада 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 104-105 с 4. Прядко О.М., Станіславський Є.А. Маркетингові аспекти формування товарного асортименту / Сталий ланцюг харчування та безпека крізь науку, знання та бізнес [Електронний ресурс] : тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 18 травня 2023 р. / Державний біотехнологічний університет. – Харків. – 2023. – с. 246-247 5. Прядко О.М., Сухіна О.П., Дударєва О.О. Маркетингові інструменти впливу на споживчу поведінку у сфері ресторанного бізнесу. Сталий

							ланцюг харчування та безпека крізь науку, знання та бізнес [Електронний ресурс]: тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції, 15 травня 2025 року / Державний біотехнологічний університет. – Харків, 2025. С. 180-181 – Електронні текстові дані. – Режим доступу: https://biotechuniv.edu.ua/nauka/konferentsiyi/ П.14. Керівництво студентом, який зайняв призове місце у II етапі Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт «Siver Student Science» за спеціальністю «Маркетинг» Михайлова-Сопа С.Є. (ФУТПМД, 3 курс, гр. 075-23м-01) II місце. П.19. Членкиня Громадської Організації Українська Асоціація Маркетингу 2010 р. – дотепер. Сертифікат № 256.

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**