

Пропозиції до проекту освітньо-професійної програми прохання надсилати на корпоративну пошту кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку marketing@chnu.edu.ua або керівника проектної групи проф. Ірині Михайлівні Буднікевич: i.budnikevich@chnu.edu.ua

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чернівецький національний університет імені Юрія

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ / MARKETING

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>ДРУГИЙ</u>
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>МАГІСТР</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ</u>
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	<u>075 МАРКЕТИНГ</u>

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
Керівник проектної групи						
Буднікевич Ірина Михайлівна	Завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету ім.Ю.Федьковича	Чернівецький державний університет, 1990 р., спеціальність – «Економіка праці», кваліфікація – «економіст». Диплом ТВ 908884 від 23.06.1990 р.	Доктор економічних наук зі спеціальності 08.00.05 - Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Тема дисертації: «Формування системи маркетингу міста». Диплом ДД № 002387 від 10.10.2013 р. Професор кафедри маркетингу. Атестат 12 ПР № 009783 від 26.06.2014 р.	30	П1 1) Budnikovich, I., Kolomytseva, O., Rohozian, Y., Krupenna, I., & Zabłodska, D. (2021). Positioning of the Amalgamated Territorial Communities of Ukraine through the Sustainable Development in the Conditions of Military Actions. <i>Problemy Ekorozwoju</i>, 16(1), 103–112. https://doi.org/10.35784/pe.2021.1.11 URL: https://ph.pollub.pl/index.php/preko/article/view/5200 (indexed in Web of Science, Journal Citation Reports, Scopus, Index Copernicus, Social Science Research Network and BazTech) 2) Vartanova O., Kolomytseva O., Bilyk V., Budnikovich I., Vasylychenko L., Burtseva T. Enterprise Competitive Positioning Based on Knowledge Resources Identification. 2021. <i>Entrepreneurship and Sustainability Issues</i>. Vol.9. N1. P. 529-541. https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.1(33) URL: https://ideas.repec.org/a/ssi/jouesi/v9y2021i1p529-541.html Web Of Science https://publons.com/publon/49608602/ 3) Budnikovich, I., Diyora, B., Kulish, T., Legeza, D., Sokil, Y., Sokil, O. (2024). Digitalization of Consumers' Behavior Model in the Dairy Market. In: Semenov, A., Yepifanova, I., Kajanová, J. (eds) <i>Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies</i>, vol 195. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-54012-7_8 URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-54012-7_8#citeas URL: https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57220162764 4) Буднікевич І.М., Бастраков Д.А., Гончар В.І. Роль маркетингу у розвитку екосистеми закладів вищої освіти. <i>Modern engineering and innovative technologies</i>. 2024. Issue 31. Part 5. 56-68 pp. https://doi.org/10.30890/2567-5273.2023-30-00-088 URL: https://www.moderntechno.de/index.php/meit/issue/view/meit31-05/meit31-05 5) Буднікевич І.М., Бастраков Д.А. Маркетингові технології формування іміджу та укріплення бренду закладів вищої освіти. <i>Часопис економічних реформ</i>.	Сучавський університет «Штефан чел Маре» (Румунія), факультет економічних наук та державного управління, 24 лютого 2022 р. Загальний обсяг підвищення кваліфікації – 180 годин (6 кредитів ЄКТС 2021 – Centre for European Studies a.s.b.i. Grand Duchy of Luxembourg, Сертифікат, «Маркетинг та інновації. Інноваційна економіка», 5 червня 2021

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					2024. №1. С.93-101. https://doi.org/10.32620/cher.2024.1.12 URL: https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1944466 6) Буднікевич І.М., Вардеванян В.А. Мала айдендика вулиць як інструмент управління брендом міст та територій. <i>Часопис економічних реформ</i>. 2024. № 1(53). С. 102–109. https://doi.org/10.32620/cher.2024.1.13 URL: https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1944473 7) Budnikovich, I., Bastrakov, D., Kolomytseva, O (2023). Communication component in the formation of the image of higher education institutions based on a marketing approach. <i>Proceedings of Scientific Works of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences</i>, 71, 5-16. https://doi.org/10.62660/ebcstu/4.2023.05 Available: http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/302784 8) Буднікевич І.М., Тафій Н.В. Методика дослідження думок і вражень клієнтів як основа інноваційного підходу в маркетингу на ринку житлової нерухомості. <i>Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)</i>. 2023. № 47. Том. 1. С.190-207. DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-190-207 URL: https://oj.tsatu.edu.ua/index.php/zbirnyk/article/view/541/513 9) Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Досвід Ізраїлю з розвитку інновацій та туризму в умовах воєнних дій. <i>Економіка та право</i>. 2023. №4 (71). С.68-78. https://doi.org/10.15407/econlaw.2023.04.068 URL: http://economiclaw.kiev.ua/index.php/economiclaw/article/view/1132 10) Буднікевич І.М., Заблудська І.В., Бастраков Д.А. SMART-концепція інноваційного просторового розвитку: досвід розвинутих країн. <i>Modeling the development of the economic systems</i>. 2023. №4. С.99-106. https://doi.org/10.31891/mdes/2023-10-13 URL: https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/247 11) Буднікевич І.М., Гавриш І.І. Критерії експертного виміру інвестиційної та інноваційної привабливості регіонів у поствоєнній трансформації України: маркетинговий підхід. <i>Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту</i>. 2023. №4. DOI: http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-4.92.06C.79-96 URL: http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2023/v4/6.pdf 12) Буднікевич І.М., Романюк Н.В. Організаційні аспекти створення освітнього кластера «Чернівці навчаються» як елементу креативної економіки регіону.	року, 180 годин, 6 кредитів

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2022 Вип. 66. С.68-74. https://doi.org/10.24025/2306-4420.66.2022.268612 URL: http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/268612 13) Буднікевич І.М., Бастратов Д.А., Подільчук О.С. Практики застосування новітніх інструментів маркетингу гравцями фешен-індустрії в кризових умовах. Науковий вісник Чернівецького університету. Серія Економіка. 2021. №80. С.78-88 URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/2168 14) Буднікевич І. М., Коломицева О. В., Шпаюк О. І. Вплив глобальних маркетингових трендів на оновлення інструментів медичного маркетингу. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: економічні науки. 2021. №6. Том 2. С.135-142. DOI: 10.31891/2307-5740-2021-300-6/2-22 URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/02/vknu-es-2021-n-6-tom-2-300.pdf 15) Буднікевич І.М., Черданцева І.Г., Крупенна І.А. Інноваційні інструменти маркетингових досліджень в маркетинговій товарній та комунікаційній політиці торговельних закладів. Економіка та право. 2020. № 2(57). С. 64-76. DOI: https://doi.org/10.15407/econlaw.2020.02.066 URL: http://economiclaw.kiev.ua/index.php/economiclaw/article/view/986 16) Буднікевич І. М., Благун І. І., Крупенна І. А., Бокучава В. Б. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній політиці готельних закладів. Бізнес Інформ. 2020. №8. С. 266–277. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-266-277 URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020_8_0_266_277 17) Budnikevych, I., & Honchar, V. (2020). Regulatory mechanisms of ukrainian pharmaceutical market competitiveness in the context of european integration. <i>Three Seas Economic Journal</i>, 1(3), 1-8. https://doi.org/10.30525/2661-5150/2020-3-1 URL: http://baltijapublishing.lv/index.php/threeseas/article/view/903 18) Буднікевич І.М., Романюк Н.В. Інноваційний потенціал трансформації економіки регіону на засадах партнерства та взаємодії. Науковий вісник Чернівецького університету : Збірник наук. праць. Економіка. Вип.829. - Чернівці : ЧНУ, 2020. С.57-63. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/1480	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					ПЗ 1) Маркетинг для бакалаврів : навч. посібник / уклад.: І. Буднікевич, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є. Венгер, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, І. Зрибнєва, Н. Тафій, Н.Філіпчук; за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. 2-ге видання перероблене та доповнене. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т, 2021. – 358 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/8964 2) Збірник ситуаційних (кейсових) завдань з навчальних дисциплін «Інновації та інноваційна економіка», «Інновації та маркетинг інновацій», «Маркетинг інновацій», «Інноваційний розвиток підприємства», «Digital-marketing», «Технології та новації» : навч. посібник. / уклад. : І.М. Буднікевич, Є.І. Венгер, О.В.Кифяк, І.А. Крупенна. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. – 132 с. https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/1272 3) Маркетинг для бакалаврів : практичний курс / уклад. І. Буднікевич, В. Вардеанян, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, О. Бурдяк, Є. Венгер, І. Зрибнєва; за ред. д.е.н., проф. І.М. Буднікевич. Вид. 2-ге, переробл. та доповн. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2020. 216 с. (За ухвалою вченої ради ЧНУ ім. Ю. Федьковича, протокол № 11 від 30.11. 2020 р.) 4) Маркетинг для бакалаврів: практичний курс : навч. посіб. для практ. занять / уклад. : І. Буднікевич, І. Бабух, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є. Венгер, І. Гавриш, І. Зрибнєва, О. Кифяк, І. Крупенна, Н. Романюк, І.Черданцева / за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. Вид. 3-тє, переробл. та доповн. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 268 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/8961 5) Маркетинг : збірник тестових завдань для підготовки й атестації здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» : навч. пос. / уклад.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Вардеванян В.А., Венгер Є.І., Гавриш І.І., Гордіца Т.М., Зрибнєва І.П., Кифяк О.В., Крупенна І.А., Нікульча В.А., Романюк Н.В. (за заг. ред. Буднікевич І.М.). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 428 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/9702 6) Маркетинг: Світовий досвід та український вимір. Підручник. За ред. Старостіної А.О. ТОВ «Видавництво Ліра-К», Київ, 2024. 490 с.	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					П4 1) Курс «Інновації та інноваційна економіка» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1948 2) Курс «Інновації та інноваційний маркетинг» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=4228 3) Курс «Маркетинг інновацій та інновації в маркетингу» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=5739 4) Курс «Event-маркетинг» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3541 5) Курс «Маркетинг територій» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3539 6) Курс «Стратегічний маркетинг» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3506 7) Маркетингові дослідження. Метод. реком. до вироб. практ. Ступінь вищої освіти: перший (бакалаврський). Галузь знань: 07 Управління та адміністрування. Спеціальність: 075 Маркетинг / Укладачі: І.М. Буднікевич, О.М. Бурдяк, І.А. Крупенна, І.І. Гавриш. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 72 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/8867 8) Методичні рекомендації до написання міждисциплінарної курсової роботи першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» / укл.: І.М. Буднікевич, І.А. Крупенна, І.І. Гавриш. Чернівці: ЧНУ, 2020. 42 с. 9) Методичні рекомендації до підготовки та захисту курсової роботи з професійно-орієнтованих маркетингових дисциплін для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 – Маркетинг / укл.: Буднікевич І. М., Кифяк О. В., Бурдяк О.М. Чернівці: ЧНУ, 2021. 48 с. 10) Методичні рекомендації до написання міждисциплінарної курсової роботи першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» / укл.: І.М. Буднікевич, І.А. Крупенна, Т.М. Гордіца. Чернівці: ЧНУ, 2023. 44 с. 11) Виробнича практика з професійно-орієнтованих дисциплін : метод. реком. / уклад.: І.М. Буднікевич, О.М. Бурдяк, І.А. Крупенна, К.С. Фень. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т Ю. Федьковича, 2023. 56 с. URL:	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/9304 12) Методичні вказівки до проходження виробничої практики «Маркетингові дослідження» для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 – Маркетинг / укл.: Буднікевич І. М., Гавриш І.І., Бурдяк О.М. Чернівці: ЧНУ, 2022. 32 с. 13) Методичні вказівки до виробничої практики з професійно-орієнтованих дисциплін для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 – Маркетинг / укл.: Буднікевич І. М., Кифяк О.В., Крупенна І.А. Чернівці: ЧНУ, 2022. 30 с. 14) Методичні рекомендації до написання кваліфікаційної роботи першого бакалаврського рівня вищої освіти для студентів спеціальності 075 Маркетинг / укл.: Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Бурдяк О.М. Чернівці: ЧНУ, 2022. 58 с. 15) Кваліфікаційна (магістерська) робота другого (магістерського) рівня вищої освіти. Методичні вказівки. / Укл.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Крупенна І.А., Кифяк О.В. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю.Федьковича, 2023. 70 с П6 Науковий керівник захищених дисертацій: 1) Тафій Н. Г., кандидат економічних наук, 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка», «Формування системи регіональних ринків», 15.10.2020 р., Черкаський державний технологічний університет. https://chdtu.edu.ua/svr/povidomlennya-pro-zakhist-disertatsij/item/14613-povidomlennia-pro-zakhyst-dysertatsii-tafii-natalii-heorhiivny-08-00-05-rozvytok-produktyvnykh-syl-i-rehionalna-ekonomika 2) Романюк Н.В., кандидат економічних наук, 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка», «Трансформація регіональної освітньої мережі: маркетинговий підхід», 20.11.2020 р., Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. https://svr.pnu.edu.ua/?page_id=242 3) Гончар В.І., кандидат економічних наук, 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством», «Механізми регулювання фармацевтичного ринку національної економіки», 23.04.2021 р., Класичний приватний університет, м. Запоріжжя	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/sites/default/files/!%D0%93%D0%BE%D0%BD%D1%87%D0%B0%D1%80_%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%84.pdf П7 Офіційний опонент дисертацій: 1) Зінченко О.А., спеціальність 08.00.05 – Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, Спеціалізована вчена рада Д 73.052.02 в Черкаському державному технологічному університеті (16.05.2019 р.) https://chdtu.edu.ua/svr/povidomlennya-pro-zakhist-disertatsij/d73-052-02/item/11645-povidomlennia-pro-zakhyst-dysertatsii-zinchenko-olhy-anatoliivny-za-spetsialnistiu-08-00-05-rozvytok-produktyvnykh-syl-i-rehionalna-ekonomika 2) Лисяк Н.М., спеціальність 08.00.05 – Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, Спецрада Д 35.154.01 в ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України» (30.09.2021 р.) http://ird.gov.ua/irdd/ar20210930_a805_LysyakNM.pdf 3) Білоус Я.Ю., на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки за спеціальністю 051 Економіка, Спецрада ДФ 29.051.004 в Східноукраїнському національному університеті ім. В. Даля (22.04.2021 р.) https://snu.edu.ua/wp-content/uploads/Vidguk-oponenta-Budnikevych-I.M.pdf 4) Васильченко Л.С., спеціальність 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)», Спеціалізована вчена рада Д 73.052.02 в Черкаському державному технологічному університеті (16.03.2021 р.) https://chdtu.edu.ua/svr/povidomlennya-pro-zakhist-disertatsij/d73-052-02/item/15514-1 5) Кльоби С.М., на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки за спеціальністю 051 Економіка в ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України» (3.12.2021 р.) http://ird.gov.ua/ird01/p1077 6) Лісовська Л.С., спеціальність 08.00.05 – Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, Спецрада Д 32.075.03 у Луцькому національному технічному університеті (5.05.2021 р.) https://lntu.edu.ua/sites/default/files/fls/aref_lisovska.pdf	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					7) 2018-2021 - член спецради Д 20.051.12 в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника за спеціальністю 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» https://svr.pnu.edu.ua/?page_id=241 8) 2022-2027 - член спецради Д 73.052.02, Наказ МОН 60.60.2022 р, № 530. https://chdtu.edu.ua/svr/spetsializovana-vchena-rada-d-73-052-02 9) Член одноразової спеціалізованої П8 1. Член редакційної колегії наукового фахового видання категорії Б “Науковий вісник Чернівецького університету. Серія Економіка”. http://econom.chnu.edu.ua/journal/index.php/ecovis 2. Член редакційної колегії наукового фахового видання категорії Б “Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)” http://feb.tsatu.edu.ua/science/scientific-publications/ Член редакційної колегії наукового фахового видання “Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки» http://ven.chdtu.edu.ua/about/editorialTeam 4. Науковий керівник теми «Трансформація системи регіональних ринків на основі маркетингового підходу» 2016-2021 рр. (№ державної реєстрації 0117U00471) 5. Науковий керівник теми «Маркетинговий підхід в контексті формування креативної економіки: теоретичні аспекти та прикладні рішення / Marketing approach in the context of creative economy formation: theoretical aspects and applied solutions» 2022-2026 рр. (№ державної реєстрації 0122U000902) П11 1. Наукове консультування Чернівецького Центру розвитку місцевого самоврядування з питань територіального маркетингу та брендингу, виставкового маркетингу з 2017 року по даний час. Співпраця продовжується. Довідка № 84/1 від 10.09.2019 р. https://drive.google.com/open?id=1YND6tLGfjX3rQwcul1RpruGBBQKgcFeA 2. Наукове консультування Асоціації органів місцевого самоврядування Чернівецької області «Агенції розвитку громад Буковини» з 2018 року по	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					даний час, з перспективою на 5 років. Довідка № 260 від 15.10.2019 р. https://drive.google.com/open?id=1LrkFTh_y3YE4F4CkDhPixFVbEJjr1fzi 3. Член робочої групи з розробки Стратегії розвитку Чернівецької області на період до 2027 року Чернівецької ОДА https://drive.google.com/drive/u/4/folders/1AM4y1I9RHHNTQ9W7KWVr6P3Oxavx7xd6X П12 1. Буднікевич І. М., Клипач А. І. Стрімінг як інноваційна технологія маркетингу. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали І Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2024 р). Луцьк: ЛНТУ, 2024. С.147-150. URL: http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/LNTU_zbirnyk_tez_I_Mizhnarodnoyi_konferentsiyi_2024_comp_ressed.pdf 2. Буднікевич І.М., Бастратов Д.А. Роль маркетингу у розвитку екосистеми університету. Інформаційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін: матеріали міжнар. наук.-практ. конференції (м.Хмельницький, 28-29 лютого 2024 р.). Хмельницький: Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, 2024. С. 35-39. 3. Буднікевич І.М., Гавриш І.І. Цифровізація маркетингу спортивних організацій. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. Матеріали VIII міжнародної наук.-практ. конф. (Чернівці, 20–21 квітня 2023 р.). Чернівці: Чернівецьк. нац. ун-т ім.Ю. Федьковича, 2023. С.60-62 4. Буднікевич І.М., Крупенна І.А. Маркетингові стратегії вітчизняних туристичних операторів в умовах війни: оновлення, адаптація, виживання чи розвиток. Інноваційні технології маркетингу і менеджменту в умовах трансформаційних змін: матер. Міжнародної наук.-практ. конф. (Хмельницький, 27-29 квітня 2023 р.). Хмельницький: Хмельницький кооперативний торговельно-економічний університет. 2023. С.25-30. 5. Буднікевич І., Крупенна І., Баранюк Д. Досвід Ізраїлю з розвитку інновацій та туризму в умовах воєнних дій. Розвиток України в умовах мілітарного впливу: соціально-правові, економічні та екологічні аспекти : Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 28 березня 2023 р.). У 2-х томах. Том 2. За заг. ред. Устименка В.А.; ред.-упоряд.:	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					Градобоева Є.С., Ілларіонов О.Ю., Санченко А.Є. Київ: ВАІТЕ, 2023. С.211-217. 6. Бастраков Д.А. Прикладні аспекти організації маркетингової діяльності в закладах вищої освіти. Актуальні проблеми маркетингового менеджменту. Виклики сьогодення: Матеріали ІХ Міжнародної наук.-практ. конф. здобувачів та молодих вчених (Луцьк, 21 жовтня 2022 р.) / відп. ред. Войтович С.Я.. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2022. С.12-15. 7. Буднікевич І.М., Бастраков Д.А. Реалізація принципів «нового урбанізму» інструментами соціально-етичної концепції маркетингу міста. Атрактивність та комфортність територій України (регіонів, міст й об'єднаних територіальних громад): матеріали міжнародної науково-практичної конференції (31 травня 2021 р., м. Київ). Наук. ред. І.В. Заблудська. Київ: НАН України. ДУ «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова НАН України», 2021. С.18-23. 8. Буднікевич І.М. Партнерський маркетинг як філософія муніципального управління. Ефективне управління економікою: інформаційні технології, маркетинг, бізнес: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, 22 квітня 2021 р. Черкаський державний технологічний університет. Черкаси: ЧДТУ, 2021. С.25-28. 9. Буднікевич І.М., Романюк Н.В. Застосування маркетингових інструментів у процесах трансформації регіональної освітньої мережі. Маркетинг: виклики та рішення : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 21 квітня 2021 року) / за ред. д.е.н., проф. І.Л. Литовченко. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С.28-31. 10. Буднікевич І.М., Бастраков Д.А., Мігалчан Д.М. Напрямки застосування технологій цифрового маркетингу в просуванні люксових брендів. Digital business transformation challenges and opportunities for partnership: Materials of International scientific-practical conference (Melitopol, September 9-10, 2021) / editorial board D.Legeza, Y. Sokil [et al.] TSATU. Melitopol : LLC COLOR PRINT, 2021. С.25-28. URL: http://feb.tsatu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/25-28.pdf 11. Буднікевич І.М., Бастраков Д. А., Ютиш Н.В. Н. Маркетингові інновації у fashion-індустрії. Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XV міжнар. наук.-практ. конф. (Хмельницький, 26–28 листоп. 2020 р.). Хмельницький :ХНУ, 2020. С.18-21.	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					П14 - IV Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг», на базі Хмельницького національного університету, квітень 2020 р.: Диплом III ступеня – студент 5 курсу Подільчук О.С. (наук. кер. проф. Буднікевич І.М.), https://docs.google.com/document/d/14fz6qJ0KzGsY9zXbxmk-JWhn-RERTGqV/edit - VI Всеукраїнський конкурс дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг», на базі Хмельницького національного університету, квітень 2022 р.: Диплом II ступеня (ОС Магістр) – студентка 6 курсу Шпаюк Олександра Іванівна https://docs.google.com/presentation/d/1BdknYVueejDuigvKyg_BgGGxSmKjQhK/edit#slide=id.p24 - Диплом III ступеня у Всеукраїнському студентському професійному творчому конкурсі проєктів «Територіальний розвиток громад в Україні», студенти Баранюк Д.С., Баграков Д.А. Проєкт: Напрямки реалізації технологій маркетингу дестинацій в програмах просування туристичної привабливості територіальних громад. Диплом III ступеня. Лист МОН від 29.10.2019 № 22.1/10-4066. (https://www.mnau.edu.ua/olimp-ta-konk/kongromadi/) (наук. Кер. Проф. Буднікевич І.М.) - Павлюк Андрій – 1 місце в 17-му українському студентському фестивалі реклами, номінація «Відеореклама» (2022 р.). Керівник – проф. І.М.Буднікевич http://mmix.cv.ua/uncategorized/vitayemo-nashyh-studentiv-marketologiv-chnu-z-peremogoyu-v-17-mu-ukrayinskomu-studentskomu-festyvali - Павлюк Андрій – Гран-прі 17-го українського студентського фестивалю реклами за ролик реклами кафедри «Маркетинг – сміливий крок до твого успіху» (2022 р.). Керівник – проф. І.М.Буднікевич http://mmix.cv.ua/uncategorized/vitayemo-nashyh-studentiv-marketologiv-chnu-z-peremogoyu-v-17-mu-ukrayinskomu-studentskomu-festyvali П15 - Член Української асоціації маркетингу. Сертифікат №512. https://docs.google.com/document/d/1cj5zOg66lEh9TF2CvLw_hVnES2MQH_e/edit?rtfpof=true	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					2) Голова Буковинської асоціації маркетологів https://opendatabot.ua/pdf/company/2851/38289691-2851907-4327804-057a2124493ea57ad160f44f8259f9c1.pdf	
Члени проектної групи						
Бурдяк Олег Мирославович	Доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету ім.Ю.Федьковича	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 1991 р., спеціальність – «Планування промисловості», кваліфікація – «Економіст». Диплом КЛ 900246 від 18.06.1994р.	Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.06.03. Маркетинг. Тема дисертації: «Організація та економічна оцінка діяльності маркетингових служб підприємств». Диплом ДК № 14768 від 23.05.1997 р. Доцент. Атестат 02 ДЦ № 24287 від 14.04.2011 р.	29	1) Oleh Burdyak, Valentina Kozhukhar, Alona Poltoratska, Leonid Milman, Nataliia Sereda. Application of foreign experience in the development of Internet marketing in Ukraine. Journal of interdisciplinary research. 2022, issue 2. Special XXXI. № 12. P. 47-51. 2) Oleh M. Burdyak Economic and legal approaches to balancing the development of the transport and logistics system. <i>Estudios de Economia Aplicada (Studies of Applied Economics)</i>. Vol. 39 No. 6 (2021): Special Issue: Innovative Development and Economic Growth in the CIS Countries 3) Burdyak Oleh. Marketing communications: innovative approaches to their formation and application tools. <i>Studium Europy Srodkowej I Wschodniej. Wydawnictwo Wyzszej Szkoły Gospodarki Krajowej w Kutnie</i>. 2020. №14 Grudzien. P. 258-273 4) Бурдяк О.М., Черданцева І.Г. Адаптація маркетингової комунікаційної політики торговельних підприємств до умов пандемії COVID-19. <i>Науковий вісник Чернівецького університету : Економіка</i> : зб. Наук. Праць. Вип. 829. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2020. С. 59 – 68. 5) Бурдяк О.М., Вардеванян В.А. Значення маркетингових комунікацій у діяльності некомерційних організацій. <i>Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges»</i>. 11-13 травня 2022 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці : Чернівець. Нац. Ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022.С.27-28. http://mmix.cv.ua/novyny/zbirnyk-tez-potentsial-stalogo-rozvytku-v-umovah-regionalnyh-ta-globalnyh-vyklykiv 6) Бурдяк О.М., Чіківчук І.В. Особливості маркетингу малого підприємства на регіональному ринку меблів. <i>Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Трансформація системи міжнародних, національних та локальних ринків»</i>, 29-30 квітня, 1 травня 2020 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія).	Довідка №54/01-04 від 22.01.2021 року про Підвищення кваліфікації без відриву від освітнього процесу з 09.11.2020 по 18.12.2020 р. (Наказ №150 від 09.11.2020 р.) у Чернівецькому торговельно-економічному інституті КНТЕУ на кафедрі маркетингу, цифрової економіки та підприємництва. Тема підвищення кваліфікації: «Знайомство з новими технологіями

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					– Чернівці: Чернівець. Нац. Ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. – 200 с. 7) Бурдяк О.М., Буднікевич І.М. Інновації в управлінні комплексом маркетингових комунікацій ресторану. <i>Тези доповідей XIV міжнародної науково-практичної конференції «Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України»</i>, 28-29 листопада 2019 року, Хмельницький – Сатанів. – Хмельницький: ХНУ, 2019. – 226 с. 8) Бурдяк О. Економічні виміри гібридної війни. <i>Збірник матеріалів Міжрегіональної науково-практичної конференції</i>. Національна і регіональна безпека в умовах інформаційної війни, 30 листопада 2018 р., м. Івано-Франківськ ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», 2019. 192 с. С. 25-37. 9) Маркетинг для бакалаврів: навчальний посібник / уклад.: І. Буднікевич, В. Вардеванян, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, І. Зрибнева, Н. Тафій, О. Бурдяк, Н.Філіпчук ; за ред. Д.е.н., проф. І.М. Буднікевич. 2-видання перероблене та доповнене. Чернівці: Чернівець. Нац. Ун-т, 2021. 352 с. 10) Маркетинг : збірник тестових завдань для підготовки й атестації здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» : навч. пос. / уклад.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Вардеванян В.А., Венгер Є.І., Гавриш І.І., Гордіца Т.М., Зрибнева І.П., Кифяк О.В., Крупенна І.А., Нікульча В.А., Романюк Н.В. (за заг. ред. Буднікевич І.М.). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 428 с. 11) Маркетинг для бакалаврів : робочий зошит до навчального посібника/ уклад. І. Буднікевич, В. Вардеванян, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, О. Бурдяк, Є. Венгер, І. Зрибнева; за ред. д.е.н., проф. І.М. Буднікевич. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2023. 208с. 12) Кваліфікаційна (магістерська) робота другого (магістерського) рівня вищої освіти. Методичні вказівки. / Укл.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Кифяк О.В., Крупенна І.А. Чернівці: Чернівецький нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича, 2023. 70 с. 13) Організація власного бізнесу: навч. посіб.: за ред. к.е.н. доц. Є. Ткача. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т. ім. Ю. Федьковича. 2023. 264 с. 14) Асоціація органів місцевого самоврядування Чернівецької області «Агенція розвитку громад Буковини» (2017-2019 рр.). Довідка про наукове консультування № 261 від 15.10.2019 р. 15) Керівництво студентом, який зайняв III місце у Всеукраїнському конкурсі	викладання курсів з маркетингу, маркетингових комунікацій, міжнародного маркетингу». Загальний обсяг підвищення кваліфікації – 180 годин (6 кредитів ЄКТС).

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					студентських наукових робіт. «Всеукраїнський конкурс дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавр, магістр», Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2021 рік. Студентка Фортуна Діана Ігорівна. Диплом III-го ступеню. 16) Керівництво студентом, який зайняв III місце у Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт. «Всеукраїнський конкурс дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавр, магістр», Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, 2022 рік. Студентка Сідор Алесандра. Диплом III-го ступеню	
Крупенна Інга Анатолівна	Доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету ім.Ю.Федьковича	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2007 р., спеціальність – «Менеджмент організацій», кваліфікація – «Магістр з економіки». Диплом РН 32614656 від 30.06.2007 р.	Кандидат економічних наук зі спеціальності 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тема дисертації: «Організаційна культура в системі стратегічного управління вищими навчальними закладами України». Диплом ДК № 068127 від 31.05.2011 р. Доцент кафедри маркетингу. Атестат 12 ДЦ №	14	1) Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Досвід Ізраїлю з розвитку інновацій та туризму в умовах воєнних дій. Економіка та право. 2023. №4 (71). С.68-78. URL: http://economiclaw.kiev.ua/index.php/economiclaw/article/view/1132/1092 2) Крупенна І. Маркетингова діяльність нішових туроператорів в умовах кризового стану туристичного ринку. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2023. №4. С.238-254. URL: http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2023/v4/17.pdf 3) Крупенна І.А., Горбатюк Я.П. Вплив концепції сталого розвитку туризму на формування маркетингових стратегій туристичних компаній. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: «Економічні науки». 2022. №2. Том 2. С.203-209. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=1613 4) Крупенна І.А., Баранюк Д.С. Маркетингові цифрові інструменти від стартап-проектів в індустрії туризму та подорожей. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2022. Вип. 67. 5) Крупенна І.А., Кохан М.М. Поведінка споживача у туризмі: особливості моделі та методи вивчення. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2021. Вип. 66. С.69-78. URL: http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/268565 6) Budnikovich Iryna, Kolomytseva Olena, Rohozian Yuliia, Krupenna Inga, Zablodska Daria Positioning of the Amalgamated Territorial Communities of	Сучавський університет «Штефан чел Маре» (Румунія), факультет економічних наук та державного управління, 24 лютого 2022 р.

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
			№ 038063 від 14.02.2014 р.		Ukraine through the Sustainable Development in the Conditions of Military Actions. <i>Problemy ekorozwoju – problems of sustainable development</i>. 2021. 16(1). P.103-112 7) Крупенна І., Фортун Д. Імплементация маркетингових інструментів в антикризові програми гравців вітчизняного туристичного ринку. <i>Збірник наукових праць ЧДТУ</i>. 2021. №63. С.52-60 URL: http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/248433 8) Буднікевич І.М., Баранюк Д.С., Крупенна І.А. Загрози та можливості розвитку туристичних дестинацій в сучасних умовах: маркетинговий аспект. <i>Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки</i>. 2020. – №8, Том.2 – С.236-239 9) Буднікевич І.М., Крупенна І.А., Костянтин А.А. Особливості комунікацій в маркетингу малих підприємств ресторанного бізнесу /І.М.Буднікевич, І.А.Крупенна, А.А.Костянтин. <i>Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»</i>. 2020. Вип. 58. С.68-75 10) Буднікевич І.М., Черданцева І.Г., Крупенна І.А. Інноваційні інструменти маркетингових досліджень в маркетинговій товарній та комунікаційній політиці торговельних закладів. <i>Економіка та право</i>. 2020. № 2 (57). С. 64-76. Буднікевич І. М., Благун І. І., Крупенна І. А., Бокучава В. Б. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній політиці готельних закладів. <i>Бізнес Інформ</i>. 2020. №8. С. 266–277. 11) Крупенна І.А. Маркетингові аспекти формування стратегічних цілей закладів вищої освіти. <i>Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України [Текст] : тези доп. XIV міжнар. наук.-практ. конф.</i>, 28-30 листоп. 2019 р. / Хмельниц. Нац. Ун-т [та ін.]. – Хмельницький : ХНУ, 2019. – 228 с . 12) Крупенна І.А., Фортун Д.І., Ютиш Н.В. Напрямки активізації маркетингової діяльності туристичних операторів в умовах пандемії COVID-19 // <i>Трансформація системи міжнародних, національних та локальних ринків = Transformation of System of International, National, and Local Markets</i> : Мат. Міжн. Наук.-практ. конференції, 29-30 квітня, 1 травня 2020 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). – Чернівці: Чернівець. Нац. Ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. – 202 с. 13) Маркетинг для бакалаврів: навчальний посібник / уклад.: І. Буднікевич, В. Вардеванян, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, І. Зрибнєва, Н.	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					Тафій, О. Бурдяк, Н.Філіпчук, ; за ред. Д.є.н., проф. І.М. Буднікевич. 2-видання перероблене та доповнене. Чернівці: Чернівець. Нац. Ун-т, 2021. 352 с. 14) Маркетинг для бакалаврів : практичний курс / уклад. І. Буднікевич, В. Вардеанян, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, О. Бурдяк, Є. Венгер, І. Зрибнєва; за ред. Д.є.н., проф. І.М. Буднікевич. Вид. 2-ге, переробл. Та доповн. Чернівці : Чернівецький нац. Ун-т, 2021. 252 с. 15) Збірник ситуаційних (кейсових) завдань з навчальних дисциплін «Інновації та інноваційна економіка», «Маркетинг інновацій», «Digital-marketing», «Технології та новації». Навчальний посібник. / уклад. І.М. Буднікевич, Є.І. Венгер, О.В.Кифяк, І.А. Крупенна. Чернівці: Чернів. Нац. Ун-т, 2021 200 с. 16) Маркетинг : збірник тестових завдань для підготовки й атестації здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» : навч. пос. / уклад.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Вардеанян В.А., Венгер Є.І., Гавриш І.І., Гордіца Т.М., Зрибнєва І.П., Кифяк О.В., Крупенна І.А., Нікульча В.А., Романюк Н.В. (за заг. ред. Буднікевич І.М.). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 428 с. 17) Кваліфікаційна (магістерська) робота другого (магістерського) рівня вищої освіти. Методичні вказівки. / Укл.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Кифяк О.В., Крупенна І.А. Чернівці: Чернівецький нац. Ун-т ім. Ю.Федьковича, 2023. 70 с. Підготовлено більше 10 тез у співавторстві зі студентами або здійснюючи наукове керівництво. Член Чернівецької обласної громадської організації «Буковинська спілка маркетологів», член Української асоціації маркетингу.	
Кифяк Олександр Васильович	Доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету ім.Ю.Федьков	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2002 р., спеціальність – «Економіка підприємства», магістр з	Доктор економічних наук (диплом ДД 012368 від 30.11.2021), 08.00.05 – Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, тема	22	III 1. Кифяк О. Організація транскордонного маркетингового центру: функції, завдання та напрямки діяльності. <i>Вісник економіки</i>. 2024. Вип. 1. С. 21–31. DOI: https://doi.org/10.35774/ . ISSN 2786-4537 (print), ISSN 2786-4545 (online). URL: https://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1573 . 2. Кифяк О. В., Бондарчук К. П., Горішевський П. А. Аналіз взаємодії маркетингу й обслуговування клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі України. <i>Академічні візії</i>, (30). 2024. e-ISSN: 2786-586X. URL: https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1018/ . 3. Кифяк О., & Кифяк В. Формування регіональної системи управління	Науково-педагогічне стажування «Інноваційні методи викладання економіки (менеджмент, маркетинг та

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
	ича	економіки, диплом РН 21243336	дисертації: «Формування туристичних у прикордонних західноукраїнських областях в контексті євроінтеграції», Доцент кафедри маркетингу 12ДЦ 24287 від 14.04.2011).		підприємствами сфери гостинності. <i>Development Service Industry Management</i>, (1), 2024. С. 140–147. ISSN 2786-7870. DOI: https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(20) . URL: https://dsim.khmn.edu.ua/index.php/dsim/article/view/50 . 4. Кифяк В., Кифяк О. Регіональний маркетинговий цикл та інструменти територіального маркетингу. <i>Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту</i>. 2023. №4. С.96-106. URL: http://herald.chite.edu.ua/content/download/archive/2023/v4/7.pdf 5. Kyfyak, O., Kyfyak, V., Kindzerskyi, V., Kovbas, H., Finagina, O., & Todoruk, S. The role of digital marketing and logistics in the optimization of business processes of agricultural enterprises. <i>Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development</i>, 45(3), 2023. 213–220. https://doi.org/10.15544/mts.2023.21 URL: https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/4817/2968 6. Kyfyak, O., Kyfyak, V., & Koroliuk, Y. Information Technologies in the Strategy for Tourist Destination Development in the Western Ukrainian Border Regions. <i>Studia Regionalne i Lokalne</i>, 91. 2023. P. 118-124. ISSN 1509-4995, E-ISSN 2719-8049, DOI: 10.7366/15094995s2309. URL: https://studreg.uw.edu.pl/dane/web_sril_files/1973/2023_si_ua_kyfyak_kyfyak.pdf 7. Кифяк О.В., Кифяк В.Ф. Формування туристичної дестинації санаторно-курортного типу на основі джерела мінеральної води «Буковинська». <i>Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту</i>. Випуск І (89). Чернівці, ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. С. 78-91. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2023/v1/6.pdf. 8. Кифяк О. Маркетинг в організації розвитку екологічного туризму Карпатського регіону. <i>Вісник Економіки</i>. №2. 2022. С.45-58. URL: http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1361 9. Kyfyak O., Kyfyak V., Petrenko O., Harvat O., Bilousko T. (2022). Internet advertising as an important tool for business development. <i>Ad Alta: journal of interdisciplinary research</i>. Vol. 12, Issue 2, Special issue XXXI. P. 110-115. ISSN 1804-7890, URL: http://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120231/PDF/120231.pdf 10. Кифяк О. Маркетинг в організації розвитку екологічного туризму Карпатського регіону. <i>Вісник Економіки</i>. 2022. №2. 45-58.	регіональний розвиток)), Братиславський університет економіки та менеджменту, м. Братислава, Словацька республіка (онлайн), 17.04.2023 р. - 01.06.2023 р. 180 годин, 6 кредитів. Наказ №165-від від 14.04.2024 р. Наукове стажування в межах проєкту «INTENSE» від Німецької служби академічних обмінів, Університет прикладних наук, м. Ален, Німеччина, 03.06.2024 р. – 08.06.2024 р. 30 годин, 1 кредит. Наказ №227-від від 13.05.2024 р.

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					Doi:https://doi.org/10.35774/visnyk2022.02.045. ISSN 2786-4545. URL: http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/1361. 11. Кифяк О.В., Кифяк В.Ф. Дунайська стратегія Європейського союзу та її вплив на соціально-економічний розвиток областей-учасниць. <i>Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту</i>. Випуск IV (84). Економічні науки. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 128 с. С. 21-33. DOI: http://doi.org/10.34025/2310-8185-2021-4.84.02. ISSN 2310-8185 (print). URL: http://www.chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2021/v4/2.pdf. 12. Kyfyak O., Kyfyak V. A cluster approach to the formation of tourism destinations in Western Ukrainian cross-border regions. <i>Turyzm/Tourism</i>, 31 (1), 2021. 39–46. https://doi.org/10.18778/0867-5856.31.1.15. e-ISSN 2080-6922, ISSN 0867-5856. URL: https://czasopisma.uni.lodz.pl/tourism/article/view/9971/9689. 13. Кифяк О.В. Використання маркетингових інструментів в умовах трансформації регіонального ринку туризму. <i>Науковий вісник Чернівецького університету: Економіка: зб. Наук. Праць</i>. 2021. Вип. 830. С. 103-110. URL: http://econom.chnu.edu.ua/journal/index.php/ecovis. 14. Брич В., Кифяк О. Теоретико-методологічні основи формування туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних регіонах. <i>Вісник Тернопільського національного економічного університету</i>. 2020. Вип. 4. С. 114–126. ISSN 2786-4545. DOI: https://doi.org/10.35774/visnyk2020.04.114 URL: http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/htneu/article/view/1174 15. Кифяк В.Ф., Кифяк О.В. Вплив регіональних факторів на формування туристичних дестинацій у західноукраїнських прикордонних областях. <i>Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту</i>. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2020. Вип. III (79). Економічні науки. С. 58-70. DOI: http://doi.org/10.34025/2310-8185-2020-3.79.04. http://chtei-knteu.cv.ua/herald_en/content/download/archive/2020/v3/4.pdf . ПЗ 1. Маркетинг : збірник тестових завдань для підготовки й атестації здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» : навч. пос. / уклад.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Вардеванян В.А., Венгер Є.І., Гавриш І.І., Гордіца Т.М., Зрибнева І.П., Кифяк О.В., Крупенна І.А., Нікульча В.А., Романюк Н.В. (за заг. ред. Буднікевич І.М.).	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 428 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/9702 2. Маркетинг для бакалаврів: практичний курс : навч. посіб. для практ. занять / уклад. : І. Буднікевич, І. Бабух, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є. Венгер, І. Гавриш, І. Зрибнєва, О. Кифяк, І. Крупенна, Н. Романюк, І. Черданцева / за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. Вид. 3-тє, переробл. та доповн. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. 268 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/8961 3. Кифяк О.В., Бак Н.А., Білоскурська О. В. та ін. Підприємництво та організація власного бізнесу / За ред. Р. І. Грешка. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 580 с. С.262-293. ISBN 978-966-7957-29-2. https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/5081 . 4. Маркетинг для бакалаврів : навч. посібник / уклад.: І. Буднікевич, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є.Венгер, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, І. Зрибнєва, Н. Тафій, Н.Філіпчук; за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич. 2-ге видання перероблене та доповнене. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т, 2021. – 358 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/8964 5. Збірник ситуаційних (кейсових) завдань з навчальних дисциплін «Інновації та інноваційна економіка», «Інновації та маркетинг інновацій», «Маркетинг інновацій», «Інноваційний розвиток підприємства», «Digital-marketing», «Технології та новації» : навч. посібник. / уклад. : І.М. Буднікевич, Є.І. Венгер, О.В.Кифяк, І.А. Крупенна. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. – 132 с. https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/1272 6. Маркетинг для бакалаврів : практичний курс / уклад. І. Буднікевич, В. Вардеванян, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, О. Бурдяк, Є. Венгер, І. Зрибнєва; за ред. д.е.н., проф. І.М. Буднікевич. Вид. 2-ге, переробл. та доповн. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2020. 216 с. (За ухвалою вченої ради ЧНУ ім. Ю. Федьковича, протокол № 11 від 30.11. 2020 р.) П4 1) Курс «Паблік рілейшнз» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=384 2) Курс «Маркетинг у галузях і сферах діяльності» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3275 3) Курс «Технології та новації» в системі MOODLE	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3235 4) Курс «Маркетингове ціноутворення» в системі MOODLE https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3273 5) Кифяк О.В., Гавриш І.І., Ковбас Г.І., Крупенна І.А. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : метод. реком. до вивчення дисципліни. Чернівці: Чернівець. нац. ун. ім. Ю. Федьковича, 2024. 112 с. УДК: 658.8(072). URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10048 . 6) Кифяк О.В., Фень К.С. Маркетингове ціноутворення : практикум. Чернівці : Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 93 с. URL: https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9920 . 7) Буднікевич І. М., Бурдяк О.М. Кифяк О.В. Методичні рекомендації з підготовки та захисту курсової роботи з професійно-орієнтованих маркетингових дисциплін для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 – «Маркетинг» . Чернівці: ЧНУ, 2023. 48 с. http://mmix.cv.ua/uncategorized/tematyka-kursovyyh-robot-dlya-studentiv-3-4-ta-5-kursu 8) Кваліфікаційна (магістерська) робота другого (магістерського) рівня вищої освіти. Методичні вказівки. / Укл.: Буднікевич І.М., Бурдяк О.М., Крупенна І.А., Кифяк О.В. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю.Федьковича, 2023. 70 с. 9) Методичні вказівки до виробничої практики з професійно-орієнтованих дисциплін для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 – Маркетинг / укл.: Буднікевич І. М., Кифяк О.В., Крупенна І.А. Чернівці: ЧНУ, 2022. 30 с. П5 1) Захист дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук (2021, ЗУНУ, спеціальність – «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка», диплом доктора наук ДД 12368, виданий 30.11.2021); П10 1) Міжнародна програма дистанційного навчання CERGE-EI Foundation (Distance Learning Program) – 2022-2024 рр. (Сертифікати додаються). 2) Норвезько-український проект "Перепідготовка та соціальна адаптація військовослужбовців та членів їх сімей в Україні" (сертифікати додаються).	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					Наказ ЧНУ № 997-к від 16.09.2021р.; Наказ ЧНУ № 1146-к від 12.10.2021р. Наказ ЧНУ № 299 від 16.09.2021р. Наказ ЧНУ № 96 від 16.02.2021р. Наказ ЧНУ № 1085-К від 03.10.2022р. Наказ ЧНУ № 274 від 03.10.2022р. П11 1) Наукове консультування ТОВ "Автоподіум" 2015-2023 рр. Довідка № 0606-1 від 6.06.2023р. П12 1) Kyfyak O.V. Current tasks and tools of environmental marketing in the concern of the sustainable development concept Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges», 11-13 травня 2022 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці : Чернівець. Нац. Ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 132 с. С. 73-74. URL: http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/Z-001p_Materialy-konferentsiyi_compressed.pdf. 2) Кифяк О.В., Антонюк В. Маркетингові дослідження ринку морозива // Молодіжна наука заради миру та розвитку : зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (9-11 листопада 2022 року, м. Чернівці). Чернівці : Чернівець. нац. ун-т. ім. Ю. Федьковича, 2022. 656 с. С. 527-530. ISBN 978-966-423-755-7. URL: https://cutt.ly/n2tcSZk. 3) Кифяк О., Філіпчук А. Організація інтернет-маркетингу в роздрібній торгівлі. Інновації у маркетингу та менеджменті: погляд молоді: тези доп. І Всеукр. наук.-практ. конф., (10 листопада 2023 р., м. Хмельницький). Хмельницький : ХКТЕІ, 2023. 160 с. С.140-142. URL: http://www.xktei.km.ua/naukovadiyalnist/naukovi-vidannya/. 4) Kyfyak O. Creative economy as a tool of the regional markets development. Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference “Contemporary challenges of society and ways to overcome them” (January 30 - February 02, 2024) Tallinn, Estonia. 2024. 297 p. Pp. 115-117. ISBN – 979-8-89292-745-1, DOI – 10.46299/ISG.2024.1.4 URL: https://isg-	

Прізвище, ім'я, по батькові керівника та членів проектної групи	Найменування посади, місце роботи	Найменування закладу, який закінчив викладач, рік закінчення, спеціальність, кваліфікація згідно з документом про вищу освіту*	Науковий ступінь, шифр і найменування наукової спеціальності, тема дисертації, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно	Стаж науково-педагогічної та/або наукової роботи	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідній роботі, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво науковою роботою студентів)	Відомості про підвищення кваліфікації викладача (найменування закладу, вид документа, тема, дата видачі)
					konf.com/contemporary-challenges-of-society-and-ways-to-overcome-them/ 5) Кифяк О., Кифяк В. Транскордонна співпраця – шлях до підвищення резиліентності економіки прикордонного регіону в умовах війни. Фінансово-економічні, соціальні та правові аспекти розвитку регіонів: загрози та виклики : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці, 24 травня 2024 р. Чернівці : Технодрук, 2024. 432 с. С. 261-264. ISBN 978-617-8034-47-4. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_24_05_2024.pdf 6) Кифяк О.В. Вплив креативної економіки на функціонування регіональних ринків. Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів / Potential for sustainable development in the context of regional and global challenges: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 29-31 травня 2024 року, Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2024. 132 с. С. 79-81. URL: http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/ZbirnykTez_24.pdf . П14 1) Член галузевої конкурсної комісії II туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності «Маркетинг», Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро, 2021-2022 рр. Наказ №95 від 14 грудня 2021 р. https://duan.edu.ua/images/News/UA/Science/2021/Contest_2021/Sklad_haluz_komisiyi.pdf П19 1) Член Чернівецької обласної громадської організації «Буковинська спілка маркетологів». 2) Член Української асоціації маркетингу.	
Верхоляк Анастасія	Здобувач					
Баранник Олександр Анатолійович	Генеральний директор ТОВ «ОЗЗІ КОРП»					

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (2019 р.)

Зовнішні стейкхолдери, залучені до обговорення освітньої програми:
Філіпова О.О. – Директор групи компаній МТА Шкуматова І.В. – Директор ДП «М'ясо Буковини» Татарчук Т.М. – Директор Чернівецького Центру розвитку місцевого самоврядування

Повторне обговорення 2021 рік
<i>Фахівці провідних закладів вищої освіти України</i> Коломицева О.В. д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики та маркетингу Черкаського державного технологічного університету
<i>Здобувачі вищої освіти:</i> Журавленко Юлія Чернов Денис Кеніг Максим
<i>Випускники спеціальності Маркетинг ЧНУ:</i> Богачик О.І. – Керуючий партнер Компанії BRUSHME Верстяк А.В. – Доцент кафедри економіко-математичного моделювання економічного факультету ЧНУ
<i>Роботодавці:</i> Філіпова О.О. – Директор групи компаній МТА Шкуматова І.В. – Директор ДП «М'ясо Буковини» Баранник О.А. – Директор ТОВ «Yoki Group»

Повторне обговорення 2023 рік
<i>Здобувачі вищої освіти:</i> Шумейко Вадим Рупишев Родіон
<i>Випускники спеціальності Маркетинг ЧНУ:</i> Богачик Олександр – Керуючий партнер Компанії BRUSHME Затинайченко Ксенія – Начальник відділу маркетингу ТОВ «Ozzy Group»
<i>Роботодавці:</i> Шкуматова Ірина – Директор ДП «М'ясо Буковини» Лукенчук Дмитро – Керуючий партнер ТОВ «Yoki Group», ТОВ «Ozzy Group»

Повторне обговорення 2024 рік
<i>Фахівці провідних закладів вищої освіти України</i> Боєнко О.Ю. Завідувач кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Донецького національного університету імені Василя Стуса, кандидат економічних наук, доцент
<i>Здобувачі вищої освіти:</i> Майкан Анна Яхяєва Джаміла
<i>Випускники спеціальності Маркетинг ЧНУ:</i> Чупак М.Л. – Керуючий партнер мережі Barbershop Bad Chopper
<i>Роботодавці:</i> Баранник О.А. – Директор ТОВ «Yoki Group»

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 МАРКЕТИНГ

I. Загальна характеристика	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Магістр маркетингу Ступінь вищої освіти – Магістр
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Маркетинг
<i>Тип диплому та обсяг програми (в кредитах ЄКТС)</i>	Диплом магістра одиничний, тривалість програми – 90 кредитів ЄКТС, 1 рік 4 місяці
<i>Наявність акредитації</i>	Акредитаційна комісія Міністерства освіти і науки України, Сертифікат про акредитацію Серія НД № 2588487 від 02.03.2017 Дійсний до 01.07.2027
<i>Рівень програми / вищої освіти</i>	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл (Second cycle), EQF LLL – 7 рівень освіти - другий (магістерський)
<i>Передумови</i>	Наявність ступеня бакалавра / ОКР спеціаліста / ОР Магістра
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська
<i>Термін дії освітньої програми</i>	До чергового перегляду відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію.
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису ОП</i>	http://mmix.cv.ua/category/metodychna-robota/edu-programs
<i>Кваліфікація в дипломі</i>	Ступінь вищої освіти – Магістр Degree Master Спеціальність – 075 «Маркетинг» Program Subject Area 075 Marketing Освітня програма – Маркетинг Study Program Marketing
<i>Міжнародна стандартна класифікація освіти</i>	0414 Marketing and advertising

2. Мета освітньої програми

Забезпечити підготовку висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють системними знаннями, інноваційним та креативним мисленням, аналітичним інструментарієм, відповідними фаховими компетентностями, практичними навичками професійної діяльності, багатоваріантним підходом до вирішення маркетингових завдань необхідними для формування маркетингової системи, ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств та організацій, започаткування та розвитку власної справи, вирішення проблем і

розв'язання складних задач маркетингової діяльності, які відповідають запитам ринку праці та здатні застосовувати отримані знання в практичній діяльності, в наукових дослідженнях проблем розвитку теорії та практики маркетингу.

3. Характеристика програми

<i>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності)</i>	Галузь знань 07 – Управління та адміністрування. Спеціальність 075 – Маркетинг <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
<i>Орієнтація програми</i>	Освітньо-професійна програма прикладної орієнтації. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.
<i>Основний фокус освітньої програми</i>	Спеціальна освіта та професійна підготовка в галузі 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 Маркетинг. Ключові слова: ринок, маркетинг, управління маркетингом, маркетингові стратегії, управління рекламою, маркетинговий аналіз, конкуренція, креативність, інновації, маркетингові інновації, цифровий маркетинг, маркетингова аналітика, комунікації.
<i>Особливості програми</i>	Унікальність та особливості освітньо-професійної програми полягають у наступному: - поєднання традиційних та інноваційних форм навчання через інтерактивні компоненти програми та використання засобів віртуальних комунікацій; - побудована на унікальних теоретико-методичних та

	науково-практичних розробках колективу кафедри; - опанування спеціальних дисциплін з урахуванням специфіки окремих галузей, з фокусом на маркетингову аналітику та діджиталізацію маркетингу; - концепція бізнес-орієнтованої освіти через залучення представників реального бізнесу (національного, регіонального та локального рівня) до розробки та реалізації освітньо-професійної програми; - викладання окремих тем професійних дисциплін українською та англійською мовою; - наявність програм академічної мобільності; - викладачі використовують власні наукові розробки, авторські методики та розробки, сучасні освітні технології; - застосування сучасних універсальних та спеціалізованих інформаційних систем та програмних продуктів; - орієнтація програми на підготовку фахівці, які будуть мати крос-галузеву спеціалізацію, здатні до системного та креативного мислення; - урахування досвіду провідних ЗВО України та кращих іноземних освітніх програм в сфері маркетингу
4. Працевлаштування та продовження освіти	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	Випускник освітнього ступеня магістр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу керівника організацій, керівника структурних підрозділів, фахівця; може працювати в органах державного та місцевого управління, в громадських організаціях; ініціювати, створювати, реалізувати та розвивати власний бізнес; реалізувати самозайнятість. Відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями: - 1210.1 Керівники підприємств, установ та організацій - 1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі - 1227 Керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні - 1233 Директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу - 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) - 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання - 1238 Керівники проєктів та програм - 1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми - 1314 Комерсант - 1317 Керуючий агентством (торговельним, рекламним) - 1319 Керівники інших малих підприємств без апарату управління - 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі - 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу - 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки - 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної

	діяльності та управління - 1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю - 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами - 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності - 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) - 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності - 2419.2 Консультант з маркетингу - 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою - 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку - 2419.2 Рекламист - 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) - 2419.2 Професіонал з інноваційної діяльності - 2441.2 Економіст із ціноутворення - 3415 Агент/ Агент комерційний / Агент торговельний / Комівоєжер / Мерчендайзер / Представник торговельний / Торговець комерційний - 3429 Агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); агент рекламний. Магістр маркетингу здатний працювати на підприємствах, організаціях та установах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні). Випускники ОП «Маркетинг» можуть реалізувати себе на ринку праці, а саме: на підприємствах усіх галузей промисловості та с/г; у сфері торгівлі; у сфері послуг; у фінансовій сфері; у сфері digital-маркетингу (усі цифрові канали для залучення та утримання клієнтів, інтернет-маркетинг, SEO, SEM, e-mail-маркетингу, контент-маркетинг, мобільні додатки, e-commerce); у рекламній галузі; у некомерційній сфері; у сфері освіти; freelancer.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Можуть набути додаткові кваліфікації в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Стратегії навчання: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання. Контактні години побудовані у формі лекцій, семінарів та практичних занять в інтерактивному форматі. Останній рік навчання завершується публічним захистом магістерської роботи. <i>Форми і методи навчання</i>, яким надається перевага: кейси; тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів, запрошені лектори; проблемні, ділові ігри; дискусії; розробка проєктів; творчі завдання реферативні та пошукові дослідження; аналітично-дослідницька робота; нетворкінг, консультації з викладачами,

	підготовка та публікація наукових статей/тез доповідей, написання та захист курсової роботи, підготовка кваліфікаційної (магістерської роботи).
Оцінювання	Відповідно до Порядку оцінювання знань здобувачів вищої освіти, що діє у ЧНУ імені Юрія Федьковича: - Поточний контроль (усне та тестове опитування, презентації науково-творчих робіт, есе, захист проєктних робіт, аналітичні звіти, реферати, командні результати тощо); - Підсумковий контроль (усні та письмові екзамени, заліки з урахуванням попередньо накопичених балів; захист курсової роботи). - Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної (магістерської) роботи.
6. Перелік компетентностей випускника	
1) Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
2) Загальні компетентності	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.
3) Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її

	функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
7. Програмні результати навчання	
	P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
1. Кадрове забезпечення	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018))

	Кадрове забезпечення освітньо-професійної програми включає науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, а також інших кафедр Університету, які володіють досвідом та компетентностями, що дозволяють сформулювати результати навчання за освітніми компонентами даної освітньо-професійної програми. Гарант, члени проектної групи і група забезпечення відповідають вимогам, які визначені Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності. До викладання професійних дисциплін залучаються представники локального, регіонального та національного бізнесу, органів місцевого самоврядування, професійних організацій, грантових програм, запрошені лектори, бізнес-тренери. Кадровий склад, задіяний в навчальному процесі, відповідає «академічній» та «професійній» кваліфікації. Члени групи забезпечення спеціальності мають публікації в індексованих наукометричних виданнях Scopus та WoS.
2. Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення та стан приміщень дозволяють повністю забезпечити освітній процес за освітньо-професійною програмою. Відповідають технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018). - Приміщення для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 2,4 кв. метрів на одну особу. - Мультимедійне обладнання для одночасного використання в навчальних аудиторіях – 50% від загальної кількості. - Бібліотека, у тому числі читальний зал. - Пункт харчування, актовий зал, спортивний зал. - Гуртожиток – 70% від мінімальної потреби. - Комп'ютерні робочі місця, обладнання, устаткування, необхідне для виконання навчальних планів. В освітньому процесі використовується для проведення лекцій мультимедійне обладнання, для практичних та лабораторних занять обладнання лабораторій і спеціалізованих кабінетів, а також комп'ютерних лабораторій. Всі навчальні корпуси забезпечені безкоштовним доступом до мережі Інтернет завдяки технології Wi-Fi.
3. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018) Офіційний веб-сайт закладу освіти містить основну інформацію про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати

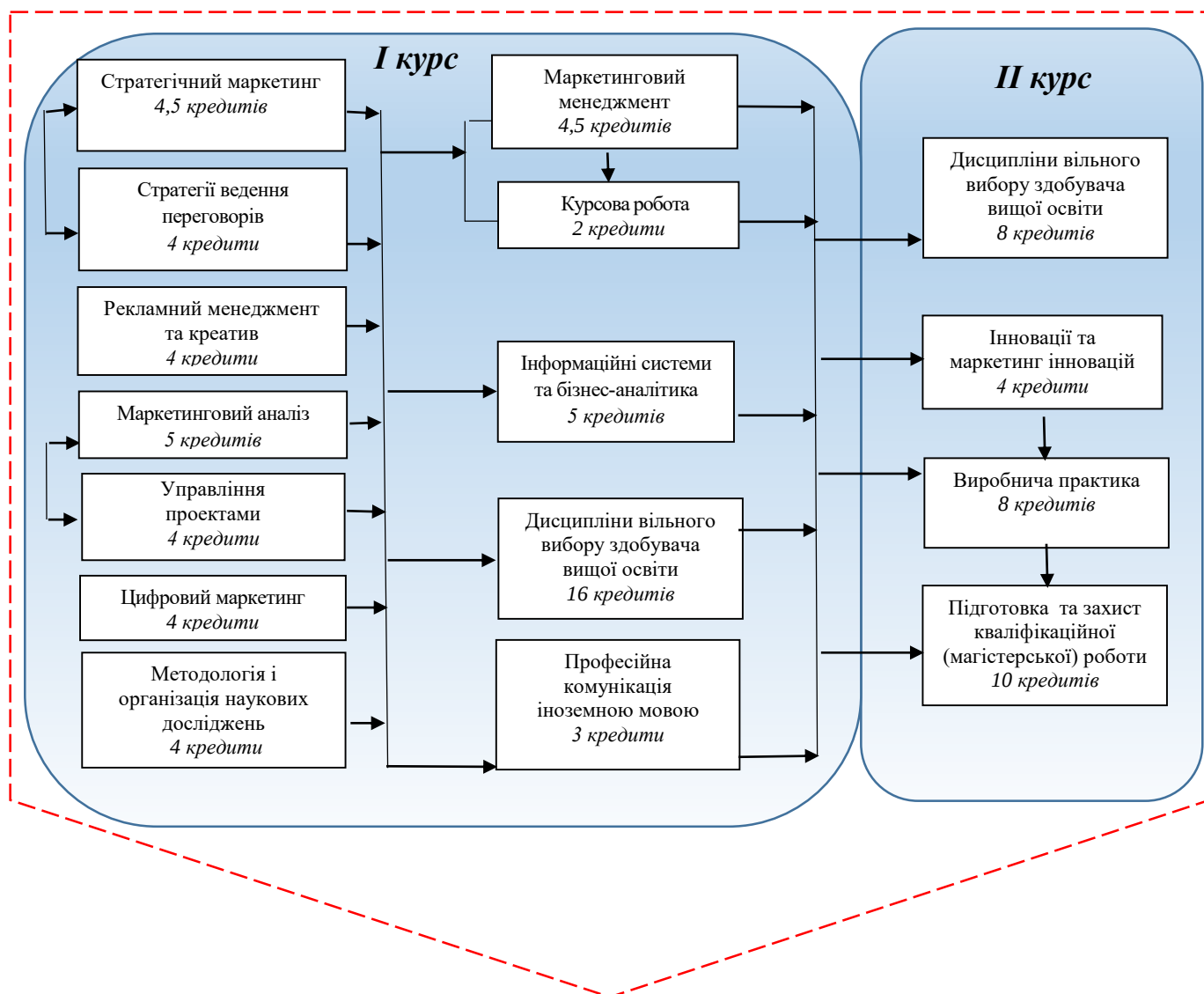
	про акредитацію, освітня / освітньо-наукова / видавнича / атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація. Інформаційне забезпечення включає доступ до: онлайн-бібліотеки університету; електронної бази наукових журналів; бази електронних бібліотечних ресурсів світу. Університет надає можливість безкоштовного доступу до наукометричних баз даних, повнотекстових електронних колекцій книг та журналів з IP-адреси Університету. Навчально-методичне забезпечення: робочі програми навчальних дисциплін, практик; силабуси; посібники, навчальні посібники, навчально-методичні посібники, конспекти лекцій; методичні рекомендації до написання кваліфікаційних (магістерських) робіт; методичні вказівки до написання курсової роботи, лабораторних практикумів, практичних занять і самостійної роботи здобувачів вищої освіти; інші методичні матеріали. Навчально-методичні матеріали освітніх компонент розташовано на сайті кафедри (mmix.cv.ua), дистанційній платформі Moodle та OneDrive (з наданням доступу здобувачам вищої освіти), в Google Classroom.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Реалізується в Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється внутрішніми локальними документами. Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС), отриманих під час участі здобувача вищої освіти у програмах національної академічної мобільності, відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих студентом. Здобувачі вищої освіти ОП 075 Маркетинг в межах співпраці Університету з провідними закладами вищої освіти України мають право впродовж окремих семестрів навчатися в інших ЗВО, проходити фахові стажування та фахові тренінги. Програмою передбачена можливість укладання угод про академічну мобільність та про подвійне дипломування.
Міжнародна кредитна мобільність	Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають включене навчання студентів. Перезарахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) здійснюється шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих здобувачем вищої освіти.
Навчання іноземців	Не передбачено

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1. Обов'язкові компоненти ОПП			
1.1. Цикл загальної підготовки			
ОКЗП1	Управління проектами	4	Екзамен
ОКЗП2	Професійна комунікація іноземною мовою	3	Залік
ОКЗП3	Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу	4	Залік
1.2. Дисципліни професійної та практичної підготовки			
ОКПП4	Інновації та маркетинг інновацій	4	Екзамен
ОКПП5	Стратегічний маркетинг	4,5	Екзамен
ОКПП6	Маркетинговий менеджмент	4,5	Екзамен
ОКПП7	Курсова робота «Маркетинговий менеджмент»	2	Екзамен
ОКПП8	Стратегії ведення переговорів	4	Залік
ОКПП9	Маркетинговий аналіз	5	Екзамен
ОКПП10	Цифровий маркетинг	4	Екзамен
ОКПП11	Інформаційні системи та бізнес-аналітика	5	Залік
ОКПП12	Рекламний менеджмент та креатив	4	Екзамен
1.3. Практична підготовка			
ОКПП13	Виробнича практика	8	
1.4. Підсумкова атестація			
ОКПП14	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	10	
Загальний обсяг обов'язкових компонент: 14		66	
2. Вибіркові компоненти ОП			
2.1. Загальний обсяг вибірових компонент циклу загальної підготовки: 2		8	
ВК1	Дисципліна 1 з каталогу загальних дисциплін вільного вибору	4	Залік
ВК2	Дисципліна 2 з каталогу загальних дисциплін вільного вибору	4	Залік
2.2. Загальний обсяг вибірових компонент циклу професійної підготовки: 4		16	
ВК3	Дисципліна 1 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	4	Залік
ВК4	Дисципліна 2 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	4	Залік
ВК5	Дисципліна 3 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	4	Залік
ВК6	Дисципліна 4 з каталогу професійних дисциплін вільного вибору	4	Екзамен
Загальний обсяг вибірових компонент: 6		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема ОП



1 курс		2 курс
1 семестр	2 семестр	
Стратегічний маркетинг	Маркетинговий менеджмент	Інновації та маркетинг інновацій
Стратегії ведення переговорів	Маркетинговий менеджмент (курсова робота)	Дисципліна вільного вибору здобувача вищої освіти
Рекламний менеджмент та креатив	Інформаційні системи та бізнес-аналітика	Дисципліна вільного вибору здобувача вищої освіти
Маркетинговий аналіз	Професійна комунікація іноземною мовою	Виробнича практика
Управління проектами	Дисципліна вільного вибору здобувача вищої освіти	Підготовка та захист кваліфікаційної (магістерської) роботи
Методологія і організація наукових досліджень	Дисципліна вільного вибору здобувача вищої освіти	
Цифровий маркетинг	Дисципліна вільного вибору здобувача вищої освіти	
	Дисципліна вільного вибору здобувача вищої освіти	

3. ВИЗНАЧЕННЯ ФОРМ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної (магістерської) роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня магістра із присвоєння кваліфікації «Магістр з маркетингу». Атестація здійснюється відкрито і публічно
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна (магістерська) робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна (магістерська) робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна (магістерська) робота має бути оприлюднена в репозиторії Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (http://art.chnu.edu.ua/). Оприлюднення кваліфікаційних (магістерських) робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

Таблиця 1.

**МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ВИЗНАЧЕНИХ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ТА
КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗА ОПІ «МАРКЕТИНГ»**

Освітні компоненти	Компетентності																	
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності							Спеціальні (фахові) компетентності									
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9
P1	+									+	+							+
P2	+	+	+							+	+							+
P3	+	+					+		+			+		+				
P4	+	+	+		+										+	+	+	
P5	+						+		+		+	+						
P6	+	+							+	+	+				+		+	
P7	+		+	+									+	+	+		+	
P8	+		+			+							+					
P9	+	+								+			+		+		+	
P10	+	+	+												+	+	+	
P11	+						+							+	+	+	+	
P12	+	+							+					+		+	+	
P13	+	+		+										+	+	+	+	
P14	+				+	+									+		+	
P15	+						+				+	+		+		+		

Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми «Маркетинг»

[illegible]

Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

[illegible]

Каталог вибіркових дисциплін

- Управління комунікаціями, конфліктами та бізнес-етика
- HR-маркетинг
- Управління конкурентоспроможністю
- Фінансовий менеджмент
- Банківський менеджмент
- Фондові ринки та ринки капіталу
- Ринок фінансових послуг
- Фінансовий маркетинг
- Глобальна економіка
- Глобальна економіка (англ. мова)
- Міжнародний менеджмент
- Управління міжнародною конкурентоспроможністю
- Міжнародний практикум з соціального підприємництва (англ. мов.)
- Управлінський облік
- Стратегічний управлінський облік
- Аналітичне забезпечення прийняття управлінських рішень
- Облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами
- Маркетинг територій
- Управління брендами
- Маркетинг в креативних індустріях
- Бізнес-розвідка
- Соціально-етичний маркетинг
- Некомерційний маркетинг
- Логістичний менеджмент
- Нейромаркетинг
- Ділове спілкування іноземною мовою
- Інноваційна економіка (англ. мовою)
- Маркетинг персоналу
- Педагогіка та психологія у вищій школі