

ПЕРЕДМОВА

I. Освітньо-професійну програму «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг, галузі знань 07 Управління та адміністрування, першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджено та введено в дію рішенням Вченої ради ВНЗ "Університет імені Альфреда Нобеля" від _____ 20__ р., протокол № _____.

II. Розробники освітньо-професійної програми:

1. Тараненко І.В., д.е.н., проф., завідувач кафедри міжнародного маркетингу;
2. Яременко С.С., к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародного маркетингу, заступник завідувача кафедри;
3. Шевченко В.М., канд. держ. упр., доц., доцент кафедри міжнародного маркетингу.

III. Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (за наявності):

1. Гришина Г. В., директор з маркетингу ТОВ РУШ, лінія магазинів Єва.
2. Кривонос В. А., директор рекламного агентства SLAV.UA

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу ВНЗ "Університет імені Альфреда Нобеля".

**ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 МАРКЕТИНГ**

1 - Загальна інформація	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Університет імені Альфреда Нобеля, кафедра Міжнародного маркетингу
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Бакалавр. Бакалавр з маркетингу
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Одиничний 240 кредитів ЄКТС, 3 роки 10 міс.
<i>Наявність акредитації</i>	Міжнародна акредитація надана агентством ZEvA (Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover), Німеччина, на період 28.07.2016 р. - 31.08.2021 р. Освітня програма акредитована МОН України. Сертифікат про акредитацію Серія УП № 04001668 від 13 грудня 2017 р.
<i>Цикл / рівень</i>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, 7 рівень НРК України
<i>Передумови</i>	Повна загальна середня освіта або освітньо-кваліфікаційний рівень молодшого спеціаліста
<i>Мова(и) викладання</i>	українська
<i>Термін дії освітньої програми</i>	01.09.2018-30.06.2022.
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	www.duan.edu.ua

2 – Мета освітньої програми	
Метою бакалаврської освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» є підготовка конкурентоспроможних фахівців з маркетингу для організацій і підприємств усіх сфер економічної діяльності, які здатні інтегрувати маркетингові рішення в управління підприємством та мають практичні навички використання механізмів маркетингової політики для досягнення бізнес-цілей підприємства.	
3 - Характеристика освітньої програми	
<i>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</i>	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
<i>Орієнтація освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма прикладної орієнтації
<i>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</i>	Загальна освіта в галузі 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, інтернет-маркетинг, маркетингові комунікації, реклама, PR
<i>Особливості програми</i>	Освітня програма акредитована МОН України. Сертифікат про акредитацію Серія УП № 04001668 від 13 грудня 2017 р. Єдина в Україні бакалаврська програма «Маркетинг», відповідність якої європейським стандартам освіти засвідчено міжнародним акредитаційним

	сертифікатом агентства ZEvA (Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover), Німеччина. В рамках програми впроваджена концепція бізнес-орієнтованої освіти, спрямованої на інтеграцію освітнього процесу та бізнесу, забезпечено участь фахівців-практиків у розробці та реалізації освітньо-професійної програми.	
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		
<i>Придатність до працевлаштування</i>	Бакалавр з маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за: "Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010". Розд. 3. Фахівці.	
<i>Подальше навчання</i>	Можливість продовження навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти	
5 – Викладання та оцінювання		
<i>Викладання та навчання</i>	Проблемно-орієнтоване навчання (лекції, практичні заняття, самостійна робота студентів, індивідуальна робота з викладачем, кейс стаді, проектна робота); бізнес-орієнтоване навчання (воркшопи, майстер класи фахівців-практиків, виробнича практика)	
<i>Оцінювання</i>	письмові екзамени, модульні контрольні роботи, тестування, практичні завдання, есе, кейси, презентації	
6 - Програмні компетентності		
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов	ІК-1
<i>Загальні компетентності (ЗК)</i>	2.1. Інструментальні компетентності	
	1. Здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання.	ЗК-1
	2. Здатність спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово.	ЗК-2
	3. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій на основі економіко-математичних моделей та методів, пакетів прикладних програм.	ЗК-3
	4. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності.	ЗК-4
	5. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації.	ЗК-5
	2.2. Міжособистісні компетентності	
	6. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії.	ЗК-6
	7. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).	ЗК-7
	2.3. Системні компетентності	
	8. Здатність працювати в міжнародному середовищі.	ЗК-8
	9. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	ЗК-9
	10. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, бути критичним і самокритичним, генерувати нові ідеї.	ЗК-10
	11. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети.	ЗК-11
	12. Здатність планувати та управляти часом, визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.	ЗК-12
	13. Здатність діяти соціально відповідально та суспільно	

	<p>усвідомлено на основі етичних принципів, прагнення до збереження довкілля.</p> <p>14. Прихильність безпеці.</p> <p>15. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.</p>	<p>ЗК-13</p> <p>ЗК-14</p> <p>ЗК-15</p>
<p><i>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</i></p>	<p>3.1. Особливі компетентності</p> <p>1. Здатність демонструвати розуміння загальних закономірностей функціонування економічних систем мікро-, мезо-, та макро- рівнів, законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів.</p> <p>2. Здатність демонструвати розуміння основ, історії розвитку, сутності та змісту теорії маркетингу та функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>3. Здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу, критично аналізувати і узагальнювати концепції та положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>4. Здатність сприймати нову інформацію й інтерпретувати її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації.</p> <p>5. Здатність коректно застосовувати методи і технічні прийоми маркетингу.</p> <p>6. Здатність демонструвати розуміння особливостей досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу, обґрунтовувати, презентувати і реалізовувати результати досліджень.</p> <p>7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності, демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності.</p> <p>9. Здатність до розуміння функціонування та використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>10. Здатність до провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта у крос-функціональному розрізі.</p> <p>11. Здатність розробляти та обґрунтовувати пропозиції з удосконалення маркетингової діяльності, впроваджувати удосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>3.2. Специфічні компетентності</p> <p>1. Здатність демонструвати розуміння базових принципів ефективного функціонування підприємств на засадах маркетингу, обліку основних економічних та маркетингових показників.</p> <p>2. Здатність демонструвати розуміння засад організації та проведення якісних і кількісних маркетингових досліджень, сегментування ринку та позиціонування, методів оцінки конкурентоспроможності.</p> <p>3. Вміння використовувати інструменти і технології маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих і промислових ринках.</p> <p>4. Здатність брати участь в розробці маркетингової товарної політики, володіння технологіями управління продуктом і</p>	<p>ФОК-1</p> <p>ФОК-2</p> <p>ФОК-3</p> <p>ФОК-4</p> <p>ФОК-5</p> <p>ФОК-6</p> <p>ФОК-7</p> <p>ФОК-8</p> <p>ФОК-9</p> <p>ФОК-10</p> <p>ФОК-11</p> <p>ФСК-1</p> <p>ФСК-2</p> <p>ФСК-3</p> <p>ФСК-4</p>

	<p>асортиментом.</p> <p>5. Володіння методами пошуку нових привабливих ринків і виходу на зарубіжні ринки, принципами формування міжнародного комплексу маркетингу підприємства.</p> <p>6. Володіння методами організації, планування і оцінки маркетингової комунікаційної діяльності, вміння інтегрувати різні засоби просування в комплекс маркетингових комунікацій.</p> <p>7. Володіння теоретичними засадами та методами маркетингового ціноутворення.</p> <p>8. Знання основ логістики, організації системи збуту і руху товару, формування каналів розподілу, планування оптових і роздрібних продажів.</p> <p>9. Володіння маркетинговими інструментами і технологіями управління попитом і впливу на поведінку споживача.</p>	<p>ФСК-5</p> <p>ФСК-6</p> <p>ФСК-7</p> <p>ФСК-8</p> <p>ФСК-9</p>
7 - Програмні результати навчання		
	Знання	
PH 1	Засвоїти базові знання з гуманітарних, природничо-наукових та фундаментальних дисциплін в обсязі, необхідному для освоєння професійних дисциплін.	
PH 2	Демонструвати знання теоретичних і практичних засад суміжних дисциплін, зокрема, економіки, обліку та фінансів, статистики, управління, розуміння їх функціонального зв'язку та способів використання у маркетингу.	
PH 3	Показати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови і розвитку його теорії, знання категорійного апарату маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань.	
PH 4	Демонструвати сучасне розуміння ролі маркетингу в діяльності ринкових суб'єктів.	
PH 5	Усвідомлювати сутність та зміст макро- та мікросередовища маркетингу, основи сегментування ринку, вибору цільових сегментів та позиціонування, структурні елементи комплексу маркетингу підприємства, основи формування товарної, цінової, комунікаційної та розподільчої політики, теоретичні основи організації та здійснення маркетингових досліджень, принципи організації маркетингової діяльності.	
PH 6	Демонструвати знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та промислових, в т.ч. міжнародних, ринках.	
	Уміння	
PH-7	Правильно інтерпретувати економічні явища на рівні підприємства, регіону та національної економіки, аналізувати причини і хід економічних та бізнес-процесів, виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	
PH-8	Визначати способи аналізу і передбачення ринкових явищ та процесів із погляду фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
PH-9	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу в національному та міжнародному контексті.	
PH-10	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, статистичні, математичні інструменти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію.	

PH-11	Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
PH-12	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію.
PH-13	Використовувати знання професійної та практичної підготовки з маркетингу для моніторингу основних характеристик маркетингового середовища, при проведенні маркетингових досліджень, здійсненні сегментування ринку та позиціонування товару/послуги на ринку, формуванні товарної, цінової, комунікаційної та розподільчої політики та організації маркетингової діяльності
PH-14	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, що характеризують результативність такої діяльності.
PH-15	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища, генерувати нові ідеї.
PH-16	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід при здійсненні маркетингових функцій ринкового суб'єкта
	Комунікація
PH-17	Набути елементарних організаційних навичок, які дозволяють досягти професійних цілей, виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення
PH-18	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта
PH-19	Дотримуватися соціальних норм і правил при співпраці з партнерами, поважати різноманіття та міжкультурність.
PH-20	Оволодіти навичками письмової та усної загальної комунікації державною та іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
	Автономність і відповідальність
PH-21	Набути навичок самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
PH-22	Набути здатностей брати ініціативу та формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій, вносити корективи в процес досягнення цілей
PH-23	Проявляти вміння нести відповідальність за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
PH-24	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань та принципів безпеки.
PH-25	Підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
	8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми
<i>Кадрове забезпечення</i>	Освітній процес забезпечений висококваліфікованим професорсько-викладацьким складом, у відповідності до ліцензійних вимог. Частка науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують проведення лекцій з навчальних дисциплін, складає 95%, частка докторів наук, які проводять лекції з навчальних

	дисциплін, складає 22,5%. Всі викладачі, що забезпечують освітній процес, відповідають не менше ніж 5 пунктам Кадрових вимог, регулярно підвищують свою кваліфікацію (один раз на 5 років – довгострокове підвищення кваліфікації, щороку – різні форми короткострокового підвищення кваліфікації), є визнаними професіоналами з досвідом практичної, дослідницької, управлінської, інноваційної або творчої роботи за фахом.
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	Випускова кафедра міжнародного маркетингу розташована на 6-ому поверсі 2-ого навчального корпусу (загальною площею 274,5 м ²). Вона має необхідні приміщення для професорсько-викладацького складу (загальною площею 84 м ²), аудиторії для проведення практичних та семінарських занять (площею 190,5 м ²), при необхідності використовуються спеціалізовані лекційні аудиторії з мультимедійним обладнанням. Комп'ютерну підготовку та відпрацювання прикладних програм з фахових дисциплін студенти проходять у Центрі новітніх комп'ютерних технологій з доступом до Інтернет. Контроль знань студентів здійснюється в автоматизованій системі тестування внутрішньої електронної мережі Університету.
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	Всі дисципліни забезпечені підручниками і навчальними посібниками, навчально-методичними розробками, практикумами, методичними вказівками на 100%. Цілий ряд навчальних посібників, у т. ч. з грифом МОН України, підготовлено викладачами ВНЗ. Навчально-методичні комплекси дисциплін за структурою і змістом відповідають вимогам. Навчально-методичне забезпечення усіх дисциплін представлено на електронному ресурсі – віртуальній середовищі Moodle. Читальні зали забезпечені відповідними фаховими періодичними виданнями загальною кількістю 19 найменувань. В університеті є доступ з офіційного сайту закладу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою, зокрема бази JSTOR та електронної бібліотеки Університету Уельсу. У навчальному процесі використовуються стандартне програмне забезпечення та спеціалізовані програмні оболонки, зокрема, ІС-Підприємство, Adobe Acrobat, Project Expert. Програмне забезпечення використовується викладачами і студентами для підготовки до лекційних та практичних занять, самостійної роботи, виконання індивідуальних завдань, здійснення наукових досліджень.
9 – Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	Кожен здобувач вищої освіти має можливість в рамках національної академічної мобільності проходити у ЗВО – партнерах (в межах науково-освітнього консорціуму) окремі курси, навчатися протягом семестру з подальшим визнанням отриманих результатів та зарахуванням кредитів. Принципи академічної мобільності визначаються законодавством України. Можливість навчатися за кількома спеціальностями або у кількох ВНЗ одночасно визначається законодавством України
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	Принципи міжнародної академічної мобільності визначаються законодавством України, інших країн та міждержавними угодами. Кожен здобувач вищої освіти має можливість пройти процедуру визнання кредитів / періодів навчання.
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	Програма передбачає можливості навчання іноземних громадян. Іноземні здобувачі мають можливість за бажанням відвідувати лекції та практичні заняття з фундаментальних і професійно орієнтованих дисциплін, які викладаються англійською мовою. Всі викладачі випускової кафедри володіють англійською мовою, що підтверджено відповідними дипломами і сертифікатами.

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Таблиця 1

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
Цикл загальної підготовки ОЗП (01)			
ОК 1.	Українська ідентичність, історія, культура, мова	4,5	екзамен
ОК 2.	Іноземна мова	12	залік, залік
ОК 3.	Інформаційні та комунікаційні технології	6	залік
ОК 4.	Вища математика (Вища та прикладна математика)	6	екзамен
ОК 5.	Вища математика (Теорія ймовірностей і математична статистика)	4,5	екзамен
ОК 6.	Економіко-математичні методи та моделі (Оптимізаційні методи та моделі)	3	залік
ОК 7.	Економіко-математичні методи та моделі (Економетрика)	3	екзамен
ОК 8.	Економічна теорія (Основи економічної науки)	4,5	екзамен
ОК 9.	Економічна теорія (Мікроекономіка)	4,5	екзамен
ОК 10.	Економічна теорія (Макроекономіка)	4,5	екзамен
ОК 11.	Фізичне виховання	0	залік, залік
Цикл професійної підготовки ОПП (02)			
ОК 12.	Вступ до фаху (практика)	3	залік
ОК 13.	Економіка підприємства і підприємництва	5	екзамен
ОК 14.	Регіональна економіка	5	екзамен
ОК 15.	Фінанси, гроші та кредит	4,5	екзамен
ОК 16.	Менеджмент	4,5	екзамен
ОК 17.	Статистика	4,5	екзамен
ОК 18.	Маркетинг	10,5	залік, екзамен
ОК 19.	Курсова робота	1	
ОК 20.	Бухгалтерський облік	3	екзамен
ОК 21.	Міжнародні економічні відносини	4,5	залік
ОК 22.	Маркетинг II. Маркетингова політика розподілу	4,5	залік
ОК 23.	Маркетингова товарна політика	5,5	екзамен
ОК 24.	Курсова робота	1	
ОК 25.	Маркетинг II. Маркетинг послуг	5	екзамен
ОК 26.	Маркетингові комунікації	4,5	екзамен
ОК 27.	Маркетинг промислового підприємства	4,5	екзамен
ОК 28.	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК 29.	Курсова робота	1	
ОК 30.	Маркетинг II. Міжнародний маркетинг	4,5	екзамен
ОК 31.	Маркетинг II. Маркетингове ціноутворення	3,5	екзамен
ОК 32.	Поведінка споживача	3,5	екзамен
ОК 33.	Логістика	3	залік
ОК 34.	Атестаційний екзамен з ділової іноземної мови	1,5	екзамен
ОК 35.	Виробнича практика	4,5	
ОК 36.	Бакалаврська робота	6	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		154,5	

Вибіркові компоненти ОП *			
<i>Вибірковий блок 1 (за наявності)</i>			
Цикл загальної підготовки ВЗП (01)			
ВБ 1.1.	Вибіркова дисципліна 1	5	залік
ВБ 1.2.	Вибіркова дисципліна 2	4,5	залік
ВБ 1.3.	Вибіркова дисципліна 3	3	залік
Цикл професійної підготовки ВПП (02)			
ВБ 1.4.	Ділова іноземна мова	21,5	залік, залік, залік, екзамен
ВБ 1.5.	Основи маркетингового управління (Інфраструктура товарного ринку)	3	залік
ВБ 1.6.	Основи маркетингового управління (Маркетингові основи підприємницької діяльності)	4,5	екзамен
ВБ 1.7.	Основи маркетингового управління (Управління іміджем організації)	4,5	залік
ВБ 1.8.	Сучасні технології маркетингу (Управління продажами)	4,5	залік
ВБ 1.9.	Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)	4,5	залік
ВБ 1.10.	Основи маркетингового управління (Інноваційний маркетинг)	5	залік
ВБ 1.11.	Основи маркетингового управління (Територіальний маркетинг)	4,5	залік
ВБ 1.12.	Основи маркетингового управління (Маркетингове управління конкурентоспроможністю)	4	залік
ВБ 1.13.	Основи маркетингового управління (Облік витрат в маркетингу)	3	залік
ВБ 1.14.	Маркетингові комунікації II. Інтернет маркетинг	4,5	залік
ВБ 1.15.	Маркетингові комунікації II. Паблік рилейшнз	3	залік
ВБ 1.16.	Основи маркетингового управління (Економічний механізм маркетингу)	3	залік
ВБ 1.17.	Основи маркетингового управління (Маркетинговий контроль і аудит)	3,5	залік
<i>Вибірковий блок 2 (за наявності)</i>			
Цикл загальної підготовки ВЗП (01)			
ВБ 2.1.	Вибіркова дисципліна 1	5	залік
ВБ 2.2.	Вибіркова дисципліна 2	4,5	залік
ВБ 2.3.	Вибіркова дисципліна 3	3	залік
Цикл професійної підготовки ВПП (02)			
ВБ 2.4.	Ділова іноземна мова	21,5	залік, залік, залік, екзамен
ВБ 2.5.	Основи бізнес комунікації (Ділові комунікації)	3	залік
ВБ 2.6.	Основи бізнес-комунікації (Історія реклами)	4,5	залік
ВБ 2.7.	Основи бізнес-комунікації (Організація ярмарково-виставкової діяльності)	4,5	залік
ВБ 2.8.	Основи маркетингового управління (Мерчендайзинг)	4,5	залік
ВБ 2.9.	Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)	4,5	залік
ВБ 2.10.	Сучасні технології маркетингу (Комп'ютерна графіка та комунікативний дизайн)	5	залік
ВБ 2.11.	Сучасні технології маркетингу (Рекламні технології)	4,5	залік
ВБ 2.12.	Сучасні технології маркетингу (Медіапланування)	4	залік
ВБ 2.13.	Сучасні технології маркетингу (Політична реклама та іміджмейкінг)	3	залік
ВБ 2.14.	Маркетингові комунікації II. Інтернет маркетинг	4,5	залік
ВБ 2.15.	Маркетингові комунікації II. Паблік рилейшнз	3	залік

ВБ 2.16.	Сучасні технології маркетингу (Рекламний копірайтинг)	3	залік
ВБ 2.17.	Основи маркетингового управління (Організація рекламної діяльності)	3,5	залік
Загальний обсяг вибіркового компонента:		84,5	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

* Згідно із Законом України “Про вищу освіту” здобувачі вищої освіти мають право на “вибір навчальних дисциплін у межах, передбачених відповідною освітньою програмою та робочим навчальним планом, в обсязі, що становить не менш як 25 відсотків загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для даного рівня вищої освіти. При цьому здобувачі певного рівня вищої освіти мають право вибирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, за погодженням з керівником відповідного факультету чи підрозділу”.

Вибіркові дисципліни можуть формуватися у блоки, тоді здобувач вибирає блок дисциплін, після чого усі дисципліни блоку стають обов'язковими для вивчення. Рекомендується використовувати як блочні форми вибору, так і повністю вільний вибір дисциплін здобувачами.

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Розподіл дисциплін за циклами, послідовність їх вивчення, розподіл кредитів, конкретні форми проведення навчальних занять (лекції, лабораторні, практичні, семінарські, індивідуальні заняття, консультації, навчальні й виробничі практики) та їх обсяг, графік навчального процесу, форми підсумкового контролю визначені навчальним планом.

Короткий опис логічної послідовності вивчення компонентів освітньої програми.

Компоненти освітньої програми	Послідовність вивчення компоненту освітньої програми
ОК 1.	базовий
ОК 2.	базовий
ОК 3.	базовий
ОК 4.	базовий
ОК 5.	після ОК 4
ОК 6.	після ОК 4, ОК 5
ОК 7.	після ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 8, ОК 9, ОК 10
ОК 8.	базовий
ОК 9.	після ОК 8
ОК 10.	після ОК 8, ОК 9
ОК 11.	базовий
ОК 12.	базовий
ОК 13.	базовий
ОК 14.	базовий
ОК 15.	після ОК 10, ОК 13
ОК 16.	після ОК 13
ОК 17.	після ОК 5, ОК 7
ОК 18.	після ОК 12, ОК 13, ОК 16
ОК 19.	після ОК 3, ОК 12, ОК 13, ОК 16
ОК 20.	після ОК 8, ОК 10
ОК 21.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18
ОК 22.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19
ОК 23.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 22
ОК 24.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 22
ОК 25.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 22

OK 26.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 22,
OK 27.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 22, ОК 25, одночасно з ОК 26
OK 28.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 22, ОК 25, одночасно з ОК 26, ОК 27
OK 29.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 22, ОК 25, одночасно з ОК 26, ОК 27
OK 30.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 21, ОК 22, ОК 25, одночасно з ОК 26, ОК 27
OK 31.	після ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 18
OK 32.	після ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 12, ОК 14, ОК 18, ОК 22, ОК 23, ОК 26, ОК 27, ОК 28
OK 33.	після ОК 6, ОК 7, ОК 18, ОК 22
OK 34.	після ОК 2; ОК 8; ОК 18; ОК 12; ОК 13; ОК 16; ВБ 1.4
OK 35.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 21, ОК 22, ОК 25, одночасно з ОК 26, ОК 27, ОК 31, ОК 31
OK 36.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 21, ОК 22, ОК 25, одночасно з ОК 26, ОК 27, ОК 31, ОК 31
ВБ 1.1.	після ОК 1, ОК 3
ВБ 1.2.	після ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 13, ОК 16
ВБ 1.3.	після ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 13, ОК 16, ОК 17
ВБ 1.4.	після ОК 2, ОК 8, ОК 18, ОК 12, ОК 13, ОК 16, ВБ 1.4
ВБ 1.5.	після ОК 12, ОК 13, ОК 14
ВБ 1.6.	після ОК 12, ОК 13, ОК 14, ВБ 1.5
ВБ 1.7.	після ОК 12, ОК 16, одночасно з ВБ 1.6
ВБ 1.8.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ВБ 1.6
ВБ 1.9.	після ОК 3, ОК 12, ОК 18, ВБ 1.7
ВБ 1.10.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ВБ 1.8
ВБ 1.11.	після ОК 12, ОК 14, ОК 16, ОК 18, ВБ 1.5
ВБ 1.12.	після ОК 12, ОК 14, ОК 16, ОК 18, ОК 23, ВБ 1.5, ВБ 1.11
ВБ 1.13.	після ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 18, ОК 20
ВБ 1.14.	після ОК 3, ОК 7, ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 22, ОК 25, одночасно з ОК 26, ОК 27
ВБ 1.15.	після ОК 18, ОК 26, ВБ 1.7
ВБ 1.16.	після ОК 7, ОК 13, ОК 18, ВБ 1.8, ВБ 1.12, ВБ 1.13
ВБ 1.17.	після ОК 12, ОК 16, ОК 18, ОК 19, ОК 22, ОК 25, ВБ 1.13, ВБ 1.14 одночасно з ОК 26, ОК 27
ВБ 2.1.	після ОК 1, ОК 3
ВБ 2.2.	після ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 13, ОК 16
ВБ 2.3.	після ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 13, ОК 16, ОК 17
ВБ 2.4.	після ОК 2, ОК 8, ОК 18, ОК 12, ОК 13, ОК 16, ВБ 1.4
ВБ 2.5.	після ОК 1, ОК 2, ОК 12, одночасно з ОК 16, ВБ 1.14
ВБ 2.6.	після ОК 12, ВБ 2.5, одночасно ОК 18
ВБ 2.7.	після ОК 12, ВБ 2.5 одночасно ОК 18
ВБ 2.8.	після ОК 12, ОК 18
ВБ 2.9.	після ОК 6, ОК 7, ОК 12, ОК 15, ОК 16, ОК 17, ОК 18, ОК 20
ВБ 2.10.	після ОК 3, ОК 18, ВБ 2.5, ВБ 2.6

ВБ 2.11.	після ОК 18, ВБ 2.5, ВБ 2.6, ВБ 2.10
ВБ 2.12.	після ОК 18, ВБ 2.5, ВБ 2.6, ВБ 2.10
ВБ 2.13.	після ОК 18, ВБ 2.5, ВБ 2.6, ВБ 2.11
ВБ 2.14.	після ОК 3, ОК 18, ВБ 2.5 одночасно з ОК 26
ВБ 2.15.	після ОК 18, одночасно з ОК 26, ВБ 2.16, ВБ 2.17
ВБ 2.16.	після ОК 1, ОК 18, одночасно з ОК 26, ВБ 2.16, ВБ 2.17
ВБ 2.17.	після ОК 1, ОК 18, одночасно з ОК 26, ВБ 2.16, ВБ 2.17

3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи та атестаційного екзамену з ділової іноземної мови і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр з маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

ФСК3						+			+				+		+											
ФСК 4													+		+							+			+	
ФСК 5						+			+	+	+	+	+		+				+	+						
ФСК 6									+				+		+	+			+							
ФСК 7									+	+	+		+		+	+										
ФСК 8									+	+	+	+	+		+	+										
ФСК 9									+	+	+	+	+		+	+			+					+	+	+

Скорочення:

ЗІК - загальні інструментальні компетентності

ФК - функціональні компетентності

ССК – спеціальні специфічні компетентності

РН - результати навчання

МАТРИЦЯ "ДИСЦИПЛІНИ-РЕЗУЛЬТАТИ"

	PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	PH9	PH10	PH11	PH12	PH13	PH14	PH15	PH16	PH 17	PH 18	PH 19	PH 20	PH 21	PH 22	PH 23	PH 24	PH 25	
ОБОВ'ЯЗКОВІ																										
Українська ідентичність, історія, культура, мова	+															+			+	+	+				+	+
Іноземна мова	+																		+	+						+
Інформаційні та комунікаційні технології		+								+		+				+			+			+				
Вища математика (Вища та прикладна математика)	+	+								+		+										+				
Вища математика (Теорія ймовірностей і математична статистика)	+	+								+		+										+				
Економіко-математичні методи та моделі (Оптимізаційні методи та моделі)	+	+								+		+										+				
Економіко-математичні методи та моделі (Економетрика)	+	+								+		+		+								+				
Економічна теорія (Основи економічної науки)		+							+	+	+											+				
Економічна теорія (Мікроекономіка)	+	+		+							+											+				
Економічна теорія (Макроекономіка)		+		+					+	+		+										+				
Вступ до фаху (практика)				+							+						+		+			+	+			+
Економіка підприємства і підприємництва		+							+			+				+								+		
Регіональна економіка		+		+					+	+	+		+									+				
Фінанси, гроші та кредит		+							+	+		+				+		+				+		+		
Менеджмент		+							+			+			+		+	+					+			
Статистика		+							+		+	+										+				
Маркетинг			+	+	+	+				+			+					+				+				

4. Опис внутрішньої системи забезпечення якості

Законодавчою базою формування системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті виступає Закон України "Про вищу освіту" (розділ 5, стаття 16).

За вимогами Закону система внутрішнього забезпечення якості є одним з трьох елементів системи забезпечення якості вищої освіти.

Аналіз процедур та заходів системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті наводяться в табл. 4.

Таблиця 4

Оцінка системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті імені Альфреда Нобеля

Процедури та заходи системи внутрішнього забезпечення якості згідно Закону України "Про вищу освіту"	Оцінка стану формування і застосування відповідних процедур та заходів в Університеті
1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти	Сформовано стратегічні плани розвитку та вдосконалення освітньої діяльності з підготовки фахівців зі спеціальностей з урахуванням потреб ринку праці та освітніх прагнень громадян. Розроблені та діють: Настанова з якості, Положення про моніторинг системи внутрішнього забезпечення якості, Положення про центр управління якістю, Положення про департамент дидактики, Положення про організацію освітнього процесу, Положення про Комісію з трансферу в Університеті імені Альфреда Нобеля.
2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм	Затверджено рішеннями Вченої ради від 10 грудня 2015 р механізм створення освітніх програм з урахуванням компетентнісного підходу. Затверджено рішенням Вченої Ради від 24.11.2016 р. та введено в дію механізм періодичного перегляду освітніх програм. Затверджено рішенням Вченої Ради від 27.06.2017 р. механізм моніторингу навчального навантаження здобувачів вищої освіти.
3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників ВНЗ та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ВНЗ, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб	Впроваджено механізм оцінювання досягнень здобувачів-претендентів на отримання стипендій; оцінювання науково-педагогічних і педагогічних працівників на основі рейтингів науково-дослідної, науково-методичної та науково-організаційної роботи і рейтингування викладачів за результатами анкетування здобувачів (Положення про стипендії, Положення про систему рейтингування науково-дослідної, науково-методичної та науково-організаційної роботи викладачів). Результати оцінки та рейтингування оприлюднюються на веб-сайті Університету.
4) забезпечення підвищення кваліфікації	Відбувається на регулярній основі. Ведеться робота над посиленням практичної складової

Процедури та заходи системи внутрішнього забезпечення якості згідно Закону України "Про вищу освіту"	Оцінка стану формування і застосування відповідних процедур та заходів в Університеті
педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників	підвищення кваліфікації НПП кафедр шляхом проходження стажувань на підприємствах, установах, організаціях, участі у міжнародних проектах, грантових програмах, навчання за сертифікованими програмами.
5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у т.ч. самостійної роботи здобувачів, за кожною освітньою програмою	Забезпечено необхідними ресурсами (матеріальна база, навчально-методичне та інформаційне забезпечення, освітній контент MOODLE). Реалізуються заходи щодо удосконалення організації самостійної роботи здобувачів, в т.ч. через постійний моніторинг, актуалізацію курсів дисциплін, активізацію використання освітнього контенту MOODLE для здобувачів як заочної (заочно-дистанційної), так і денної форм навчання.
6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом	Використовуються інформаційні системи І-С "Університет", ЄДЕБО, АСУ.
7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації	Інформація про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації, у т.ч. інформація щодо освітніх програм кафедр англійською мовою, оприлюднюється на веб-сайті Університету.
8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату	Кваліфікаційні та наукові роботи здобувачів вищої освіти, наукові роботи науково-педагогічних працівників перевіряються на предмет академічного плагіату. Основні процедури регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу
9) інші процедури і заходи	Оновлено інституційну структуру системи внутрішнього забезпечення якості, до якої увійшли: Президент Університету, проректор із забезпечення якості вищої освіти, Громадська рада, агентство із забезпечення якості вищої освіти в Університеті імені Альфреда Нобеля, центр управління якістю, групи зі змісту та якості освіти кафедр, департамент дидактики (додаток А.1)

5. Практика здобувачів

Практика здобувачів є невід'ємною складовою частиною процесу підготовки фахівців і проводиться на оснащених відповідним чином базах практики.

Види та обсяги практик, передбачених освітньою програмою підготовки фахівців, відображені у таблиці 5, а також в навчальному плані і графіку навчального процесу.

Таблиця 5

№ з/п	Вид практики (семестр, в якому проводиться практика)	Кількість кредитів (тривалість практики в год.)	Заплановані результати	Зміст практики	Звітність
1.	Виробнича практика (8 семестр)	4,5 кр. 135 год.	Знання: РН 4.1. РН 4.2. Уміння: РН 12.1. РН 12.2. РН 12.3. РН 12.4. РН 17. Комунікація: РН 19.1. . РН 19.2. . Автономність і відповідальність: РН 21.1. РН 21.2.	Зміст виробничої практики здобувачів визначається переліком і тематикою навчальних дисциплін, які є обов'язковими для студентів спеціальності „Маркетинг”, та включає: - збір матеріалів для виконання індивідуального завдання; - ознайомлення з літературою, періодикою, вивчення сучасних тенденцій з заданої проблеми в Україні та за кордоном, виконання індивідуального завдання; - систематизація даних, зібраних у процесі практики; - складання звіту з практики	До складу Звіту з виробничої практики входять: - щоденник практики; - титульний аркуш; - зміст; - основний текст; - індивідуальне завдання; - висновки; - використана література

Гарант освітньої програми,
доцент
кафедри міжнародного маркетингу,
к.е.н., доцент



С.С. ЯРЕМЕНКО