

**Про відповідність освітніх програм
кафедри міжнародного маркетингу (спеціальність 075 маркетинг)
критеріям оцінювання якості
(відповідно до положення про акредитацію освітніх програм, за
якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти)**

Доповідач: завідувач кафедри,

доктор економічних наук, професор Тараненко І.В.

КРИТЕРІЙ І. ПРОЕКТУВАННЯ ТА ЦІЛІ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

На кафедрі здійснюється підготовка здобувачів за освітніми програми із спеціальності 075 Маркетинг на бакалаврському та магістерському рівнях вищої освіти.

Спеціальність Маркетинг бакалаврського рівня акредитована і має сертифікат про акредитацію УП № 04001668 від 13 грудня 2017 р. Термін дії сертифікату до 01.07.2027 р.

ОП Маркетинг магістерського рівня акредитована і має сертифікат про акредитацію УП № 04001480 від 20 лютого 2018 р. Термін дії сертифікату до 01.07.2023 р.

Освітні програми Маркетинг бакалаврського і магістерського рівня пройшли міжнародну акредитацію в агентстві ZEvA, термін дії сертифікатів до 31.08.2021 року. Наразі триває підготовка до наступної акредитації в агентстві ZEvA, візити експертів заплановані на березень-квітень 2021 р. Освітні програми Маркетинг також беруть участь в акредитації AACSB.

ОСВІТНІ ПРОГРАМИ

- У зв'язку з прийняттям Стандартів вищої освіти для підготовки бакалаврів і магістрів зі спеціальності 075 Маркетинг, кафедрою було розроблено:
- ОП Маркетинг (бакалаврський рівень) і затверджено рішенням Вченої ради від 30 травня 2019 р. В зв'язку з стрімкими змінами, що відбуваються в професійній сфері та ринку праці, в 2020 р. ОП було переглянуто за запитом стейкхолдерів та затверджено рішенням Вченої ради від 14 травня 2020 р. Гарант програми к.е.н., доцент Яременко С.С.
- ОП Маркетинг (магістерський рівень) і затверджено рішенням Вченої ради від 14 травня 2020 р. Гарант програми д.е.н., проф. Тараненко І.В.
- Освітні програми введені в дію з 01 вересня 2020 року.
- Програми розміщені на сайті Університету.

Цілі програм сформульовані у відповідності до стандартів та відповідають місії і стратегії Університету імені Альфреда Нобеля, затвердженій рішенням вченої ради Університету до 2030 року. Формулювання цілей демонструє специфіку програм та їх спрямування на вміння розв'язувати складні завдання маркетингової діяльності.

Метою бакалаврської ОПП «Маркетинг» є підготовка, у відповідності до європейських стандартів освіти, 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.

Метою магістерської ОПП Маркетинг є підготовка висококваліфікованих маркетологів, що володіють інноваційним способом мислення, систематичними знаннями і передовими компетенціями в області управління маркетингом, необхідними для успішної роботи в українських та зарубіжних компаніях, державних і муніципальних органах влади, в якості керівників і провідних фахівців маркетингових служб, відділів стратегічного розвитку, консалтингових і дослідницьких організацій, а також для створення своїх власних успішних бізнесів.

-
- До розробки та освітніх компонентів програм активно залучалися стейкхолдери (роботодавці, випускники та здобувачі). Проекти ОПП були розміщені на сайті університету та обговорювались на засіданні групи змісту і якості освіти. Отримані побажання, рекомендації та зауваження були враховані при доопрацюванні проекту. Офіційними рецензентами програм виступили провідні фахівці з маркетингу і реклами, випускники зі спеціальності:
 - 1. Гришина Г. В., директор з маркетингу ТОВ РУШ, лінія магазинів Єва
 - 2. Кривонос В. А., директор рекламного агентства SLAV.UA.
 - 3. Растихіна І.І., директор з маркетингу мережі аптек «ЛІНДА-ФАРМ»
 - Компетентності та результати навчання, включені до ОПП, повністю відповідають стандартам. Крім того, додано кілька додаткових результатів, які відображають специфіку програми та особливості її цілей.

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ, ДОДАНІ ДО ОП ПОРІВНЯНО З СТАНДАРТОМ

Бакалаврська програма:

PH19. 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.

PH20. Демонструвати знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та промислових, в т.ч. міжнародних, ринках.

PH21. 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

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ, ДОДАНІ ДО ОП ПОРІВНЯНО З СТАНДАРТОМ

Магістерська програма:

PH16. Застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу.

PH17. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.

PH18. Формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій, брати на себе відповідальність за прийняття і реалізацію маркетингових рішень

КРИТЕРІЙ 2. СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

- Загальний обсяг ООП з підготовки бакалаврів становить 240 ЄКТС, а магістрів – 90 ЄКТС, що повністю відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту».
- Структура, зміст та обсяг освітніх програм відповідають чинним вимогам та визначені Положенням про організацію освітнього процесу в Університеті імені Альфреда Нобеля.
- Усі освітні компоненти, включені до ОПП, поділені на обов'язкові та вибіркові. Кожна з груп, у свою чергу, поділяються на компоненти загальної підготовки та компоненти професійної підготовки.
- Частка освітніх компонент за вільним вибором здобувача на всіх рівнях становить не менше 25%.
- Формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів забезпечується можливістю вибору між блоками вибіркових дисциплін для двох професійних спрямувань «Маркетинг» та «Маркетинг: Реклама та бізнес-комунікації». Крім того, здобувачі I-3 курсів обирають загальноуніверситетські вибіркові дисципліни, що пропонують кафедри університету. В поточному році здобувачам запропоновано можливість обрати додатково одну дисципліну на семестр серед тих, що викладаються на інших освітніх програмах університету.
- *Розвиток соціальних та професійних навичок відбувається завдяки проведенню майстер-класів, воркшопів із залученням представників бізнесу, роботі клубу «Маркетолог», проведенню міжнародних науково-практичних конференцій, участі в програмах студентської мобільності, у телевізійних програмах Nobel TV. тощо.*

Подальше удосконалення структури та змісту освітньої програми відбувається шляхом врахування думок і рекомендацій роботодавців та результатів моніторингу фактичного навчального навантаження здобувачів з окремих дисциплін шляхом щосеместрових опитувань, результати яких обговорюються на засіданнях групи змісту та якості освіти та служать підставою для внесення змін до освітніх програм та навчальних планів, а також обсягів завдань з навчальних дисциплін. При перегляді освітніх програм було враховано рекомендації експертів, надані під час міжнародної акредитації в агентстві ZEvA.



КРИТЕРІЙ 3. ДОСТУП ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ВИЗНАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

- Правила прийому на навчання за освітніми програмами із спеціальності 075 Маркетинг визначені Правилами прийому до ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», які щороку затверджуються вченою радою і оприлюднюються на сайті Університету.
- Програми фахових вступних випробувань для вступників на бакалаврську програму на базі освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст», а також для вступників на магістерську програму на базі ОКР спеціаліст і магістр розміщені на сайті Університету.
- Порядок перезарахування результатів навчання, отриманих у інших закладах вищої освіти, в т.ч. результатів неформальної освіти, відбувається у відповідності до Положення про організацію освітнього процесу в Університеті імені Альфреда Нобеля.
- Кафедра веде активну профорієнтаційну роботу: бере участь у всіх Днях абітурієнта, проводить День кафедри для майбутніх абітурієнтів, проводить профорієнтаційну роботу в середніх школах, коледжах та технікумах.

КРИТЕРІЙ 4. НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ ЗА ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ

- Під час викладання за ОП Маркетинг використовуються форми і методи навчання: навчальні заняття (лекційні, практичні, лабораторні); методи: case-study, ситуаційні вправи, гейміфікація, ділові ігри, інтерактивні дискусії та обговорення, майстер-класи, виконання індивідуальних завдань, курсових робіт, практика, майстер-класи, воркшопи, контрольні заходи, самостійна робота. Для навчання активно використовуються освітній контент Google Classroom та сервіс Zoom.
- При реалізації освітніх програм забезпечується поєднання навчальної та науково-дослідницької роботи студентів, зокрема через участь здобувачів у різноманітних конкурсах наукових та творчих робіт; публікації здобувачами статей у фахових виданнях; участь у міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях, в т.ч. Міжнародній науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів», яка щорічно проводиться кафедрою, з публікацією тез; проведення досліджень в рамках виконання кваліфікаційних робіт бакалавра і магістра.
- Навчальні матеріали постійно оновлюються викладачами та розміщуються у Google Classroom та на FTP сервері.
- Інтернаціоналізація навчального процесу здійснюється за різними напрямками. Зокрема, спільно з Міжнародним відділом готується заявка на отримання гранту за програмою Жан Моне (розробка модуля Жан Моне); здійснюється підготовка до міжнародної акредитації освітніх програм Маркетинг в агентстві ZEvA та асоціації AACSB; викладачі кафедри володіють англійською мовою на рівні B2, викладають на англійській мові програми Університету, в т.ч. на Уельській програмі. Здобувачі беруть участь в програмах міжнародної мобільності, програмах паралельних дипломів з Вищою школою бізнесу Новий Сонч (Польща), Вищою школою охорони праці, Катовіце (Польща), а також в міжнародних заходах з університетами Франції, що проводить Центр франкомовних програм.

МАЙСТЕР-КЛАСИ, ВОРКШОПИ (ЖОВТЕНЬ-ЛИСТОПАД 2020)

- Майстер клас В. Петлицької, заступника директора з маркетингу лінії магазинів Єва на тему «Неймінг як засіб маркетингової комунікації»
- Майстер клас О. Скляр (Академія ІМТ) «Створення привабливого візуального контенту в Інстаграм»
- Воркшоп К. Дорошевської та А. Щербіни, співзасновниць платформи БУДЬ в UA «Старт власного бізнесу: з чого почати?»
- Інтерактивна лекція сертифікованого експерта з маркетингу (Chartered Institute of Marketing, UK) В. Осадчого
- Майстер клас Г. Сазонової, засновника smm агентства
- Майстер клас Г. Жихаревої-Толстик, засновника рекламного агентства Faberge

КРИТЕРІЙ 5. КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ, ОЦІНЮВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

- Здійснення контрольних заходів та оцінювання результатів навчання за ОП Маркетинг відбуваються відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Університеті імені Альфреда Нобеля.
- Критерії оцінювання сформульовані за кожною дисципліною та доводяться викладачами до відома студентів на початку вивчення дисципліни, що підтверджують результати опитування здобувачів.
- Атестація бакалаврів та магістрів відбувається у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи, що відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».
- При реалізації ОПП Маркетинг втілюється ідея академічної доброчесності, зокрема здобувачам I курсу бакалаврату в рамках дисципліни Вступ до спеціальності доводиться зміст поняття академічної доброчесності та вимоги щодо її неухильного дотримання. В рамках дисципліни «Методика та організація наукових досліджень» здобувачам-магістрам проголошуються принципи академічної доброчесності. Використовуються відповідні програми «Anti-Plagiarism», «Unicheck», програми, які знаходяться у вільному доступі, зокрема <https://www.etxt.biz/antiplagiat/>. Перевірку проходять наукові роботи здобувачів (тези, статті), курсові та кваліфікаційні роботи.

КРИТЕРІЙ 6. ЛЮДСЬКІ РЕСУРСИ

1. Усі викладачі кафедри відповідають від 6 до 12 вимогам п.30 Ліцензійних умов.
2. Всі викладачі мають диплом про вищу філологічну освіту (перекладач з англійської мови) або сертифікати, що підтверджують рівень знання англійської мови.
3. Всі викладачі проходять підвищення кваліфікації згідно вимог: шляхом довгострокового стажування на підприємствах, у ЗВО м. Дніпра за профілем викладання.
4. Відповідність рівня кваліфікації викладача дисципліні забезпечується наявністю виданих ним навчальних посібників та інших методичних робіт, наукових статей та наукових доповідей.

На сьогодні на кафедрі працює 7 штатних викладачів, з яких 2 доктори наук, 1 професор, 6 кандидатів наук, доцентів. В 2020 році докторську дисертацію захистила А.Д. Мостова.

Важливим елементом підвищення кваліфікації є участь у міжнародних стажуваннях. В останні роки таке стажування пройшли проф. Тараненко І.В., доц. Мостова А.Д., доц. Яременко С.С.

КРИТЕРІЙ 7. ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ТА МАТЕРІАЛЬНІ РЕСУРСИ

- Фінансові та матеріально-технічні ресурси, а також навчально-методичне забезпечення гарантують досягнення визначених ОПП цілей та програмних результатів навчання. Університет забезпечує доступ до належних матеріально-технічних та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання та науково-дослідної роботи. Навчально-методичне забезпечення освітніх компонентів програми регулярно оновлюється та доповнюється у відповідності до запитів стейкхолдерів та розвитку відповідних профільних дисциплін. Викладання лекційних курсів здійснюється в аудиторіях, оснащених мультимедійними комплексами для проведення інтерактивних занять. Під час освітнього процесу активно використовуються такі платформи, як Google Classroom так і Zoom.
- Бібліотека Університету забезпечена періодичними виданнями, які відображають стан розвитку сучасної політичної науки та практики. В цілому фонд бібліотеки складає понад 200 тис. примірників. До послуг читачів – електронні ресурси бібліотеки: електронний каталог, електронна картотека журнальних статей, Wi-Fi, електронне обслуговування здобувачів на абонементі навчальної літератури. Студентський квиток є пропуском також до бібліотеки, що не потребує додаткового оформлення.
- Університет забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, соціальну та консультативну підтримку здобувачів вищої освіти, що навчаються за ОПП за допомогою функціонування злагодженої системи структурних підрозділів ЗВО при участі органів студентського самоврядування. Студентський деканат надає оперативну допомогу здобувачам у вирішенні всіх питань, пов'язаних з процесом навчання в Університеті. Співробітники деканату координують комунікаційну діяльність на рівні «Здобувач – Університет – Кафедра». Студентське самоврядування забезпечує захист прав та інтересів здобувачів та їх участь в управлінні Університетом. Університет регулярно проводить опитування здобувачів: <https://duan.edu.ua/yakist/uchast-steikkholderiv/13-demo/204-rezultaty-opytuvan.html>
- В свою чергу, кафедра забезпечує індивідуальну взаємодію між завідувачем кафедри, викладачами і здобувачами під час навчальних занять і проведення консультацій.
- Викладачі та здобувачі мають можливість звернутися до лікувально-діагностичного центру Університету, який проводить комп'ютерну діагностику, повне медичне обслуговування, лікування та консультації.
- Слід наголосити також на тому, що в Університеті значна увага приділяється створенню умов для реалізації права на освіту особам з особливими освітніми потребами: https://duan.edu.ua/images/head/Studies/Inclusive_education.pdf. Також це знайшло своє відображення у Положенні про організацію освітнього процесу (пп. 1.1, 2.4.2, 2.4.3, 3.2.5, 3.4).

КРИТЕРІЙ 8. ВНУТРІШНЄ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

- ОПП «Маркетинг» регулярно переглядаються на основі врахування рекомендацій стейкхолдерів. Стейкхолдери (роботодавці, здобувачі та випускники) залучені до розробки та реалізації ОПП через участь у засіданнях групи зі змісту та якості освіти, що відображено у новинах та протоколах засідань групи зі змісту та якості освіти, які розміщені на сайті Університету. Здобувачі (Чебанова Інеса, Кузнецов Руслан) беруть участь у роботі Студентського об'єднання з якості освіти.
- Університет регулярно проводить опитування здобувачів, результати яких аналізуються та враховуються при перегляді ОПП: <https://duan.edu.ua/yakist/uchast-steikkholderiv/13-demo/204-rezultaty-opytuvan.html>
- В Університеті створена та діє внутрішня система забезпечення якості освіти: <https://duan.edu.ua/yakist/systema-zabezpechennia-ta-pidvyshchennia-iaкости-osvity.html>
- НПП та здобувачі кафедри є експертами Національного агентства якості вищої освіти: Тараненко І.В., Жалдаченко М.М., Голубкова С.А. Досвід, набутий експертами під час акредитації освітніх програм, використовується для забезпечення якості освітньо-професійних програм спеціальності Маркетинг.

КРИТЕРІЙ 9. ПРОЗОРИСТЬ ТА ПУБЛІЧНІСТЬ

- У зв'язку з прийняттям Стандартів вищої освіти для підготовки бакалаврів і магістрів зі спеціальності 075 Маркетинг, кафедрою було розроблено:
- ОП Маркетинг (бакалаврський рівень) затверджена рішенням Вченої ради від 30 травня 2019 р. В зв'язку зі змінами, що відбуваються в професійній сфері та ринку праці, в 2020 р. ОП була переглянута за запитом стейкхолдерів та затверджена рішенням Вченої ради від 14 травня 2020 р.
- ОП Маркетинг (магістерський рівень) затверджена рішенням Вченої ради від 14 травня 2020 р.
- Освітні програми введені в дію з 01 вересня 2020 року. Програми розміщені на сайті Університету.
- Викладачами кафедри розроблені силабуси за кожною дисципліною. Здобувачам силабуси презентуються та обговорюються на першому аудиторному занятті в семестрі з одночасним їх розміщенням на платформі [Google Classroom](#).
- Оновлюється інформація на сторінці кафедри на сайті Університету. Кафедра міжнародного маркетингу веде сторінку у Facebook.

ДОПОВІДЬ ЗАКІНЧЕНО

Дякую за увагу