

# УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

ГОЛОВА ВЧЕНОЇ РАДИ

В.А. ПАВЛОВА

2023 р.

РЕКТОР

С.Б. ХОЛОД

2023 р.



## ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

### «МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: перший (бакалаврський) рівень вищої освіти  
(назва рівня вищої освіти)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ бакалавр  
(назва ступеня вищої освіти)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 Управління та адміністрування  
(шифр та назва галузі знань)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 Маркетинг  
(код та найменування спеціальності)

КВАЛІФІКАЦІЯ В ДИПЛОМІ бакалавр маркетингу

Затверджено  
на засіданні Вченої ради  
Протокол № 3 від 30 травня 2019 р.  
Освітня програма вводиться в дію  
з 01.09.2019 р.  
(наказ № 50/1 від 30 травня 2019 р.)

Затверджено зі змінами  
на засіданні Вченої ради  
Протокол № 2 від "14" травня 2020 р.  
Освітня програма вводиться в дію  
з 01.09.2020 р.  
(наказ № 43/1 від "14" травня 2020 р.)

Затверджено зі змінами  
на засіданні Вченої ради  
Протокол № 4 від "25" квітня 2023 р.  
Освітня програма вводиться в дію  
з 01.09.2023 р.  
(наказ № 146-01-ОД від "25" квітня 2023 р.)

м. Дніпро  
2023 р.

## ПРЕАМБУЛА

I. Освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг, галузі знань 07 Управління та адміністрування, переглянуто за запитами стейкхолдерів, змінено і доповнено з урахуванням рекомендацій стейкхолдерів та експертів агентства ZEvA, Ганновер (Німеччина), затверджено та введено в дію рішенням Вченої ради Університету імені Альфреда Нобеля від 31 травня 2023 р., протокол № 5.

II. Розробники освітньо-професійної програми:

1. Мішустіна Т.С., канд. екон. наук, доц., (керівник робочої проектної групи);
2. Тараненко І.В., д-р екон. наук, проф.;
3. Красовська О.Ю., д-р. екон. наук, проф.;
4. Яременко С.С., канд. екон. наук, доц.;
5. Мостова А.Д. д-р. екон. наук;
6. Шевченко В.М., канд. держ. упр., доц.;
7. Білоткач І.А., канд. екон. наук, доц.;
8. Овчаренко О.В., канд. екон. наук, доц.;
9. Щолокова Г.В., канд. політ. наук, доц.;

III. Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Гришина Г. В., директор з маркетингу ТОВ РУШ, лінія магазинів Єва
2. Жихарева-Толстік Г.В., директор рекламного агентства Faberge Marketing Partner
3. Богуцький В.Б., CEO & Founder B91 Targeting Agency.

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

## ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 МАРКЕТИНГ

<b>1 - Загальна інформація</b>	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	ВНЗ Університет імені Альфреда Нобеля, кафедра Міжнародного маркетингу
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Бакалавр. Бакалавр маркетингу. Bachelor in Marketing
<i>Офіційна назва освітньо-професійної програми</i>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг
<i>Тип диплому та обсяг освітньо-професійної 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 28.07.2021р.-31.09.2027 р. (погоджено національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, протокол №18 від 09.12.2021 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, 6 рівень НРК України
<i>Передумови (вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, та результатів їх навчання)</i>	Наявність документа про загальну середню освіту або диплома освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста. Умови вступу визначаються Правилами прийому до ВНЗ Університет імені Альфреда Нобеля ( <a href="http://duan.edu.ua/abit">duan.edu.ua/abit</a> ).
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська, англійська
<i>Термін дії освітньо-професійної програми</i>	На період дії сертифікату Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover, Німеччина (до 31.09.2027 р.)
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми</i>	<a href="http://www.duan.edu.ua">www.duan.edu.ua</a>

<b>2 – Мета освітньо-професійної програми</b>	
Метою бакалаврської освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» є підготовка, у відповідності до європейських стандартів освіти, що відповідає місії та стратегії розвитку університету імені Альфреда Нобеля ( <a href="http://duan.edu.ua">duan.edu.ua</a> ), 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	
<b>3 - Характеристика освітньо-професійної програми</b>	
<i>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</i>	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
<i>Орієнтація освітньо-професійної програми</i>	Освітньо-професійна програма прикладної орієнтації
<i>Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації</i>	Загальна освіта в галузі 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг. <b>Ключові слова:</b> маркетинг, міжнародний маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингове

	ціноутворення, маркетингові комунікації, маркетингові канали розподілу, інтернет маркетинг, реклама, PR, креативність, брендинг.
<i>Особливості програми</i>	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 освітньо-професійної програми впроваджена концепція бізнес-орієнтованої освіти, спрямованої на інтеграцію освітнього процесу та бізнесу, забезпечено участь фахівців-практиків у розробці та реалізації освітньо-професійної програми. Можливість вивчення дисциплін англійською мовою.
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні); органи державного та муніципального управління; структури, в яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу. Бакалавр з маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за: "Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010". (Розд. 3.) Посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; маркетингових досліджень; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних дослідницьких та проектних завдань, керування фахівцями нижчого посадового рівня Фахівці, зокрема: агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами), помічник керівника підприємства (установи, організації), помічник керівника іншого основного підрозділу, помічник керівника малого підприємства без апарату управління, фахівець з інтерв'ювання, інспектор з експорту.
<i>Подальше навчання</i>	Можливість продовження навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<i>Викладання та навчання</i>	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання (лекції, практичні заняття, самостійна робота здобувачів, індивідуальна робота з викладачем, кейс стаді, проектна робота); бізнес-орієнтоване навчання (воркшопи, майстер класи фахівців-практиків, виробнича практика)
<i>Оцінювання</i>	Оцінювання здобувачів проводиться відповідно до встановлених процедур, які передбачені Положенням про організацію освітнього процесу (duan.edu.ua). Поточне опитування, тестовий контроль, презентація індивідуальних завдань, звіти команд, захист курсової роботи, звіти з практики.

	<p>Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю.</p> <p>Атестація проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи.</p> <p>Система підсумкового оцінювання будується на умовах академічної доброчесності та прозорості.</p>	
<b>6 - Програмні компетентності</b>		
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов	ІК-1
<i>Загальні компетентності (ЗК)</i>	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.	ЗК1
	ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства та основи розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.	ЗК2
	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.	ЗК3
	ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.	ЗК4
	ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.	ЗК5
	ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	ЗК6
	ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	ЗК7
	ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.	ЗК-8
	ЗК9. Навички використання інформаційних комунікаційних технологій.	ЗК9
	ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.	ЗК10
	ЗК11. Здатність працювати в команді.	ЗК11
	ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).	ЗК12
	ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.	ЗК13
	ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	ЗК14
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані базові знання предметної області маркетингу.	СК1
	СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.	СК2
	СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.	СК3
	СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.	СК4
	СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.	СК5
	СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.	СК6

	<p>СК7. Здатність визначити вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначити особливості функціонування ринків</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>	<p>СК7</p> <p>СК8</p> <p>СК9</p> <p>СК10</p> <p>СК11</p> <p>СК12</p> <p>СК13</p> <p>СК14</p>
--	--	--

### 7 - Програмні результати навчання

РН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
РН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
РН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
РН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію.
РН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
РН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності економічного суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники що характеризують результативність такої діяльності.
РН7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження сучасної маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію.
РН8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності економічного суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін ринкового середовища.
РН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
РН10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
РН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
РН12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

RH13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
RH14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
RH15	Діяти соціально відповідально та громадської свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
RH16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
RH17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
RH18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
RH19	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.
RH20	Демонструвати знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та промислових, в т.ч. міжнародних, ринках.
RH21	Використовувати знання професійної та практичної підготовки з маркетингу для моніторингу основних характеристик маркетингового середовища, при проведенні маркетингових досліджень, сегментування ринку та позиціонування товару/послуги на ринку, формуванні товарної, цінової, комунікаційної та розподільчої політики та організації маркетингової діяльності
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<i>Кадрове забезпечення</i>	Освітній процес забезпечений висококваліфікованими науково-педагогічними працівниками у відповідності до ліцензійних умов. 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 ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти, регулярно підвищують свою кваліфікацію, є визнаними професіоналами з досвідом практичної, дослідницької, управлінської, інноваційної або творчої роботи за фахом. Викладачі, що забезпечують викладання англійською мовою, мають підтверджуючі кваліфікаційні документи. До викладання дисциплін професійної підготовки залучаються практики.
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	Випускова кафедра міжнародного маркетингу розташована на 6-ому поверсі 2-го навчального корпусу. Вона має необхідні приміщення для професорсько-викладацького складу, аудиторії для проведення практичних та семінарських занять, при необхідності використовуються спеціалізовані лекційні аудиторії з мультимедійним обладнанням. Контроль знань здобувачів здійснюється в автоматизованій системі тестування внутрішньої електронної мережі Університету. Крім цього, є тематичні кабінети; комп'ютерні класи; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивний зал; пункти харчування; гуртожитки.

<p><i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i></p>	<p>Всі освітні компоненти 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 ЗВО. Навчально-методичне забезпечення дисциплін за структурою і змістом відповідає вимогам.</p> <p>Навчально-методичне забезпечення представлено на електронному ресурсі – ftp сервері та в Google classroom. В університеті є доступ з офіційного сайту закладу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою, зокрема бази JSTOR та електронної бібліотеки Університету Уельсу.</p> <p>В освітньому процесі використовуються стандартне програмне забезпечення та спеціалізовані програмні оболонки, зокрема, 1С-Підприємство, Adobe Acrobat, Project Expert, освітнє середовище Zoom та АСУ університет. Програмне забезпечення використовується викладачами і здобувачами для підготовки до лекційних та практичних занять, самостійної роботи, виконання індивідуальних завдань, здійснення наукових досліджень.</p>
<p><b>9 – Академічна мобільність</b></p>	
<p><i>Національна кредитна мобільність</i></p>	<p>Кожен здобувач вищої освіти має можливість в рамках внутрішньої 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.</p>
<p><i>Міжнародна кредитна мобільність</i></p>	<p>Принципи міжнародної академічної мобільності визначаються законодавством України, інших країн та міждержавними угодами.</p> <p>Кожен здобувач вищої освіти має можливість пройти процедуру визнання кредитів / періодів навчання, для проведення процедури визнання освітніх компонентів та періодів навчання в університеті існує комісія з трансферу (Положення про комісію з трансферу).</p>
<p><i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i></p>	<p>Програма передбачає можливості навчання іноземних громадян. Іноземні здобувачі мають можливість вивчати всі дисципліни англійською мовою. НПП володіють англійською мовою на рівні B2, що підтверджено відповідними дипломами і сертифікатами.</p>



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

Дана освітньо-професійна програма передбачає виділення освітніх компонент двох видів: обов'язкових освітніх компонент та освітніх компонент за вільним вибором здобувача, які розподілені на:

- вибіркові загальні компоненти;
- вибіркові професійні компоненти.

У табл. 1 подано розподіл змісту освітньо-професійної програми з урахуванням навчального часу та кількості кредитів ЄКТС за обов'язковими освітніми компонентами та освітніми компонентами вільного вибору здобувачів.

В даній освітній програмі одному семестру відповідає 30 кредитів ЄКТС, а звичайному навчальному року – 60 кредитів ЄКТС. Одному кредиту ЄКТС відповідають 30 годин загального навчального навантаження здобувача.

### 2.1. Перелік компонент ОПП

*Таблиця 1*

Код о/к	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОПП</b>			
<b>Цикл загальної підготовки (01)</b>			
ОК 1	Українська ідентичність, історія, культура, мова	5	екзамен
ОК 2	Іноземна мова	15	залік, залік
ОК 3	Інформаційні та комунікаційні технології	4	залік
ОК 4	Бізнес-математика і теорія статистики	8	залік, екзамен
ОК 5	Економічні основи бізнесу і маркетингу (Основи економічної науки)	4	екзамен
ОК 6	Мікроекономіка	5	екзамен
ОК 7	Макроекономіка	4,5	екзамен
<b>Цикл професійної підготовки (02)</b>			
ОК 8	Нобелівські студії: Маркетинг	3	залік
ОК 9	Основи прийняття креативних рішень в маркетингу	4	залік
ОК 10	Регіональні економічні студії і регіональний маркетинг	3	екзамен
ОК 11	Фінанси в бізнесі (Фінанси, гроші та кредит. Фінанси підприємства)	4	екзамен
ОК 12	Менеджмент	5	екзамен
ОК 13	Статистичні методи аналізу в бізнесі	4,5	екзамен
ОК 14	Маркетинг	10	залік, екзамен
ОК 15	Маркетинг (Курсова робота)	1	
ОК 16	Економічні основи бізнесу і маркетингу (Економіка підприємства. Підприємництво)	4	екзамен
ОК 17	Облік в маркетингу (Бухгалтерський облік. Облік витрат в маркетингу)	5	екзамен
ОК 18	Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи і моделі. Економетрика)	5	залік, екзамен

ОК 19	Комплекс маркетингу (Маркетингова політика розподілу)	4	екзамен
ОК 20	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)	4	екзамен
ОК 21	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика: курсова робота)	1	
ОК 22	Реклама і рекламна діяльність	5	залік
ОК 23	Логістика	3	залік
ОК 24	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК 25	Маркетингові дослідження (Курсова робота)	1	
ОК 26	Комплекс маркетингу (Маркетингові комунікації)	4	екзамен
ОК 27	Комплекс маркетингу (Маркетингове ціноутворення)	3,5	екзамен
ОК 28	Маркетинг промислового підприємства	3	екзамен
ОК 29	Міжнародний маркетинг	5	екзамен
ОК 30	Поведінка споживача	3,5	екзамен
ОК 31	Інтернет-маркетинг	4	залік
ОК 32	Маркетинг послуг	4,5	екзамен
ОК 33	Виробнича практика	13,5	
ОК 34	Кваліфікаційна робота	7,5	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів:</b>		<b>162 кред. / 4860 год.</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОПП*</b>			
<b>Цикл загальної підготовки ВЗП</b>			
<b>Вибірковий блок 1*</b>			
ВК 1	Вибірковий компонент 1	3	залік
ВК 2	Вибірковий компонент 2	5	залік
ВК 3	Вибірковий компонент 3	4	залік
ВК 4	Вибірковий компонент 4	3	залік
ВК 5	Ділова іноземна мова	19	залік, залік, залік, екзамен
<b>Цикл професійної підготовки ВПП</b>			
<b>Вибірковий блок 2 (професійне спрямування «Маркетинг»)**</b>			
ВК 6	Основи маркетингового управління (Маркетингові основи підприємницької діяльності)	4	залік
ВК 7	Сучасні технології маркетингу (Управління продажами)	4	залік
ВК 8	Сучасні технології маркетингу (Обробка і аналіз маркетингової інформації за допомогою програмних засобів)	3	залік
ВК 9	Основи маркетингового управління (Створення і управління власним бізнесом)	3	залік
ВК 10	Основи маркетингового управління (Маркетинговий контроль і аудит)	3	залік

<b>Вибірковий блок 3 (професійне спрямування «Маркетинг: Реклама і бізнес-комунікації»)**</b>			
ВК 11	Основи бізнес комунікації (Ділові комунікації)	4	залік
ВК 12	Сучасні технології маркетингу (Брендинг)	4	залік
ВК 13	Сучасні технології маркетингу (Рекламні технології)	3	залік
ВК 14	Основи маркетингового управління (Рекламний бізнес)	3	залік
ВК 15	Сучасні технології маркетингу (Паблік рилейшнз)	3	залік
<b>Вибірковий блок 4***</b>			
ВК 16	Сучасні технології маркетингу (Копірайтинг)	4	залік
	Основи бізнес комунікації (Ділові комунікації)		
	Психологія маркетингу		
	Психологія особистості в маркетингу		
ВК 17	Основи бізнес-комунікацій (Комп'ютерна графіка і комунікативний дизайн)	3,5	залік
	Основи маркетингового управління (Маркетингові основи підприємницької діяльності)		
	Дизайн мислення в бізнесі		
	Основи маркетингового управління (Інфраструктура і тенденції розвитку сучасних товарних ринків)		
ВК 18	Сучасні технології маркетингу (Маркетинг в соціальних мережах)	3,5	залік
	Основи бізнес-комунікації (Історія реклами)		
	Сучасні технології маркетингу (Управління продажами)		
	Сучасні технології маркетингу (Брендинг)		
ВК 19	Сучасні технології маркетингу (Аналіз та візуалізація даних в маркетингу)	3,5	залік
	Сучасні технології маркетингу (Рекламні технології)		
	Теорія організацій		
ВК 20	Європейські стратегії	3	залік
	Основи ЗЕД підприємства		
	Побудова особистого бренду		
	PR в міжнародних відносинах		
ВК 21	Основи маркетингового управління (Маркетингове управління конкурентоспроможністю)	3	залік
	Іноземна мова для спеціальних цілей		

	Підприємництво та підприємницька діяльність		
ВК 22	Сучасні технології маркетингу (Обробка і аналіз маркетингової інформації за допомогою програмних засобів)	3	залік
	HR менеджмент		
ВК 23	Маркетингові комунікації II (Таргетинг. Медіапланування)	3,5	залік
	Сучасні технології маркетингу (Іміджмейкінг)		
	Основи маркетингового управління (Територіальний маркетинг)		
	<b>Вибірковий блок 5***</b>		
ВК 33	Друга іноземна мова	23,0	залік залік залік екзамен
<b>Загальний обсяг вибіркових компонент:</b>		<b>78 кред. / 2340 год</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240 кред. / 7200 год.</b>	

\*Здобувач обирає із запропонованого переліку дисциплін, по одній за кожним ВК

\*\*Здобувач обирає блок 2 або блок 3, залежно від обраного професійного спрямування. Замість певної кількості дисциплін блоку 4 можливе обрання дисципліни Друга іноземна мова з блоку 5 в обсязі, визначеному робочим навчальним планом.

\*\*\*Здобувач обирає дисципліни з блоків 4, 5 в обсязі, визначеним робочим навчальним планом.

Примітка: 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 ОПП

Короткий опис логічної послідовності вивчення компонент освітньо-професійної програми (Додаток А1).

## 3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми *Маркетинг* зі спеціальності *075 Маркетинг* проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: *бакалавр маркетингу*.

Атестація здійснюється відкрито і публічно

Таблиця 2

## МАТРИЦЯ «КОМПЕТЕНТНОСТІ-РЕЗУЛЬТАТИ»

	ІК	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14
PH 1							+									+	+												
PH 2				+			+	+	+	+								+								+			+
PH 3								+						+					+					+	+				
PH 4									+	+								+			+	+							+
PH 5				+			+														+	+					+		+
PH 6				+			+	+	+										+	+	+	+							+
PH 7										+															+	+	+		
PH 8				+	+		+	+								+				+				+	+			+	
PH 9							+	+															+				+	+	+
PH 10									+	+	+							+										+	+
PH 11				+			+	+					+							+	+		+				+	+	+
PH 12					+			+				+						+		+									
PH 13						+									+								+						+
PH 14					+	+		+				+							+										+
PH 15		+	+											+	+													+	
PH 16					+		+								+					+	+								+
PH 17											+					+											+		
PH 18		+	+												+														
PH 19							+									+	+					+							
PH 20								+	+					+	+			+			+			+	+	+	+		
PH 21								+	+	+			+	+	+				+	+	+		+	+	+	+	+	+	+

Скорочення:

ІК – інтегральна компетентність

ЗК - загальні компетентності

СК - спеціальні (фахові) компетентності

РН - результати навчання

ТАБЛИЦЯ 3

МАТРИЦЯ «ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ-РЕЗУЛЬТАТИ»

Освітні компоненти / Результати	РН1 (ЗК6, СК1, СК2)	РН2 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК9, СК3, СК11, СК14)	РН3 (ЗК7, ЗК13, СК4, СК9, СК10)	РН4 (ЗК8, ЗК9, СК3, СК6, СК7, СК14)	РН5 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, СК7, СК12, СК14)	РН6 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК4, СК5, СК6, СК7, СК14)	РН7 (ЗК9, СК10, СК11, СК12)	РН8 (ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, СК1, СК5, СК9, СК10, СК13)	РН9 (ЗК6, ЗК7, СК8, СК12, СК13, СК14)	РН10 (ЗК8, ЗК9, ЗК10, ЗК12, СК3, СК13, СК14)	РН11 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК12, СК5, СК6, СК8, СК12, СК13, СК14)	РН12 (ЗК4, ЗК7, ЗК11, СК3, СК5)	РН13 (ЗК5, ЗК14, СК8, СК14)	РН14 (ЗК4, ЗК5, ЗК7, ЗК11, СК4, СК14)	РН15 (ЗК1, ЗК2, ЗК13, ЗК14, СК13)	РН16 (ЗК4, ЗК6, ЗК14, СК4, СК5, СК14)	РН17 (ЗК10, СК1, СК12)	РН18 (ЗК1, ЗК2, ЗК14)	РН19 (ЗК6, СК1, СК2, СК7)	РН20 (ЗК7, ЗК8, ЗК13, ЗК14, ЗК3, СК6, СК9, СК10, СК11)	РН21 (ЗК7, ЗК8, ЗК9, ЗК12, ЗК13, ЗК14, СК4, СК5, СК6, СК8, СК9, СК10, СК11, СК12, СК13, СК14)
<i>Обов'язкові освітні компоненти</i>																					
<b>Українська ідентичність, історія, культура, мова</b>	+															+			+	+	+
<b>Іноземна мова</b>	+																		+	+	



Маркетинг			+	+	+	+			+				+					+			+	
Маркетинг (Курсова робота)			+						+	+		+							+			+
Економічні основи бізнесу і маркетингу (Економіка підприємства)		+							+	+		+							+			+
Облік в маркетингу (Бухгалтерський облік. Облік витрат в маркетингу)		+							+			+										+
Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи та моделі. Економетрика)		+						+	+	+												+
Комплекс маркетингу (Маркетингова політика розподілу)						+	+			+		+	+		+				+			
Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)						+	+			+	+	+	+		+				+			
Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика: Курсова робота)						+	+			+	+	+	+		+							+
Реклама і рекламна діяльність						+			+			+	+	+								
Логістика						+	+		+	+		+	+		+							
Маркетингові дослідження						+			+	+	+	+	+		+							



<b>Маркетингові дослідження (Курсова робота)</b>					+				+	+	+	+	+					+			+
<b>Комплекс маркетингу (Маркетингове ціноутворення)</b>		+							+	+				+		+					
<b>Комплекс маркетингу (Маркетингові комунікації)</b>						+			+			+	+		+						
<b>Маркетинг промислового підприємства</b>						+		+	+		+	+	+		+						
<b>Міжнародний маркетинг</b>			+									+			+					+	
<b>Поведінка споживача</b>			+									+			+					+	
<b>Інтернет маркетинг</b>					+	+			+	+		+	+		+						
<b>Маркетинг послуг</b>						+			+	+		+	+	+			+				
<b>Виробнича практика</b>	+		+	+			+			+		+	+	+		+					+
<b>Кваліфікаційна робота</b>	+	+	+	+	+		+			+	+	+				+	+		+	+	+
<i>Вибіркові освітні компоненти</i>	<b>PH1</b>	<b>PH2</b>	<b>PH3</b>	<b>PH4</b>	<b>PH5</b>	<b>PH6</b>	<b>PH7</b>	<b>PH8</b>	<b>PH9</b>	<b>PH10</b>	<b>PH11</b>	<b>PH12</b>	<b>PH13</b>	<b>PH14</b>	<b>PH15</b>	<b>PH16</b>	<b>PH 17</b>	<b>PH 18</b>	<b>PH 19</b>	<b>PH 20</b>	<b>PH 21</b>
<b>Вибірковий блок 1</b>										+	+	+						+			
<b>Вибірковий блок 2</b>									+	+		+	+	+				+			
<b>Вибірковий блок 3</b>												+	+	+	+			+			
<b>Вибірковий блок 4</b>						+			+				+	+	+						
<b>Вибірковий блок 5</b>						+			+				+	+	+						

#### 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	Освітні програми мають чітко сформульовані цілі, які відповідають місії та стратегії Університету імені Альфреда Нобеля. Освітня діяльність базується на засадах студентоцентрованого навчання та удосконалюється з урахуванням освітніх потреб громадян, потреб ринку праці та інтересів всіх груп стейкхолдерів. Розроблені та діють: Положення про організацію освітнього процесу Університету імені Альфреда Нобеля, Положення про центр управління якістю, Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти, Положення про Центр міжнародної акредитації, Положення про Комісію з трансферу в Університеті імені Альфреда Нобеля, Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників, Положення про групи зі змісту та якості освіти 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. Розроблені та систематично застосовуються процедури моніторингу та перегляду освітніх програм.
3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників ЗВО та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ЗВО, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб	Діє механізм оцінювання досягнень здобувачів-претендентів на отримання стипендій; оцінювання науково-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.

Процедури та заходи системи внутрішнього забезпечення якості згідно Закону України "Про вищу освіту"	Оцінка стану формування і застосування відповідних процедур та заходів в Університеті
4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників	Підвищення кваліфікації відбувається на постійній основі з метою професійного розвитку науково-педагогічних працівників відповідно до державної політики у галузі освіти та забезпечення якості освіти. Науково-педагогічні працівники підвищують кваліфікацію шляхом стажування, навчання за програмами підвищення кваліфікації, у тому числі участі у семінарах, практикумах, тренінгах, вебінарах, майстер-класах, конференціях, симпозиумах тощо; беруть участь у програмах академічної мобільності, науковому стажуванні, здобувають наукові ступені або вищу освіту.
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 Google Classroom). Реалізуються заходи щодо удосконалення організації самостійної роботи здобувачів, в т.ч. через постійний моніторинг, актуалізацію курсів дисциплін, активізацію використання освітнього контенту Google Classroom для здобувачів всіх форм навчання.
6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом	Використовуються інформаційні системи 1-С "Університет", ЄДЕБО, АСУ, система електронного документообігу (ЕДО).
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, науково-методичні роботи НПП перевіряються на предмет дотримання академічної доброчесності. Основні процедури регламентує «Положення про організацію освітнього процесу Університету імені Альфреда Нобеля» (п.4.9) «Забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти».
9) інші процедури і заходи	Діючу організаційну структуру системи внутрішнього забезпечення якості (додаток А2) відображено у Положенні про організацію освітнього процесу Університету імені Альфреда Нобеля

## 5. Практика здобувачів

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

Види та обсяги практик, передбачених освітньо-професійною програмою підготовки фахівців, відображені у таблиці 5, а також в навчальному плані і графіку освітнього 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 (6 семестр)	4,5 кред. 135 год.	РН1, РН3, РН4, РН7, РН10, РН12, РН13, РН 14, РН 16	Визначається переліком і тематикою навчальних дисциплін, які є обов'язковими, 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; - виконання виробничих завдань на підприємстві (на базі практики) - 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
2.	Виробнича практика (8 семестр)	9 кред. 270 год.	РН1, РН3, РН4, РН7, РН10, РН12, РН13, РН 14, РН 16,	Визначається переліком і тематикою навчальних	До складу Звіту з виробничої практики входять:

			PH 18, PH 19, PH 20, PH 21	<p>дисциплін, які є обов'язковими, та включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- збір матеріалів для виконання індивідуального завдання;</li> <li>- ознайомлення з літературою, періодикою, вивчення сучасних тенденцій з заданої проблеми в Україні та за кордоном, виконання індивідуального завдання;</li> <li>- виконання виробничих завдань на підприємстві (на базі практики)</li> <li>- систематизація даних, зібраних у процесі практики;</li> <li>- складання звіту з практики</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- щоденник практики;</li> <li>- титульний аркуш;</li> <li>- зміст;</li> <li>- основний текст;</li> <li>- індивідуальне завдання;</li> <li>- висновки;</li> <li>- використана література</li> </ul>
--	--	--	----------------------------	---	---

Гарант освітньо-професійної програми,  
доцент кафедри міжнародного маркетингу,  
канд. екон. наук, доцент

С.С. ЯРЕМЕНКО

## Структурно-логічна схема ОПП

Семестри								
	1	2	3	4	5	6	7	8
Освітні компоненти, кількість кредитів ECTS								
Обов'язкові навчальні дисципліни 162 (141 + 13,5 практика + 7,5 атестація)								
Цикл загальної підготовки 45,5	25	11	5	4,5	-	-	-	-
Цикл професійної підготовки 95,5	3	13	18	4,5	13	15	17	10
Вибіркові навчальні дисципліни 78								
Цикл загальної підготовки 34								
3	5	8	5	8	5	-	-	
Цикл професійної підготовки 44								
-	-	-	11,5	7,5	6,5	9	9,5	
Виробнича практика								
					Виробнича практика 4,5			Виробнича практика 9
Атестація								
							Дипломування 6	
							Захист кваліфікаційної роботи 1,5	
<b>Всього 240</b>	Обов'язкові 141	Вибіркові 78	Виробнича практика 13,5			Атестація 7,5		

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КОМПЕТЕНТНІСТНО-ОРІЄНТОВАНА СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

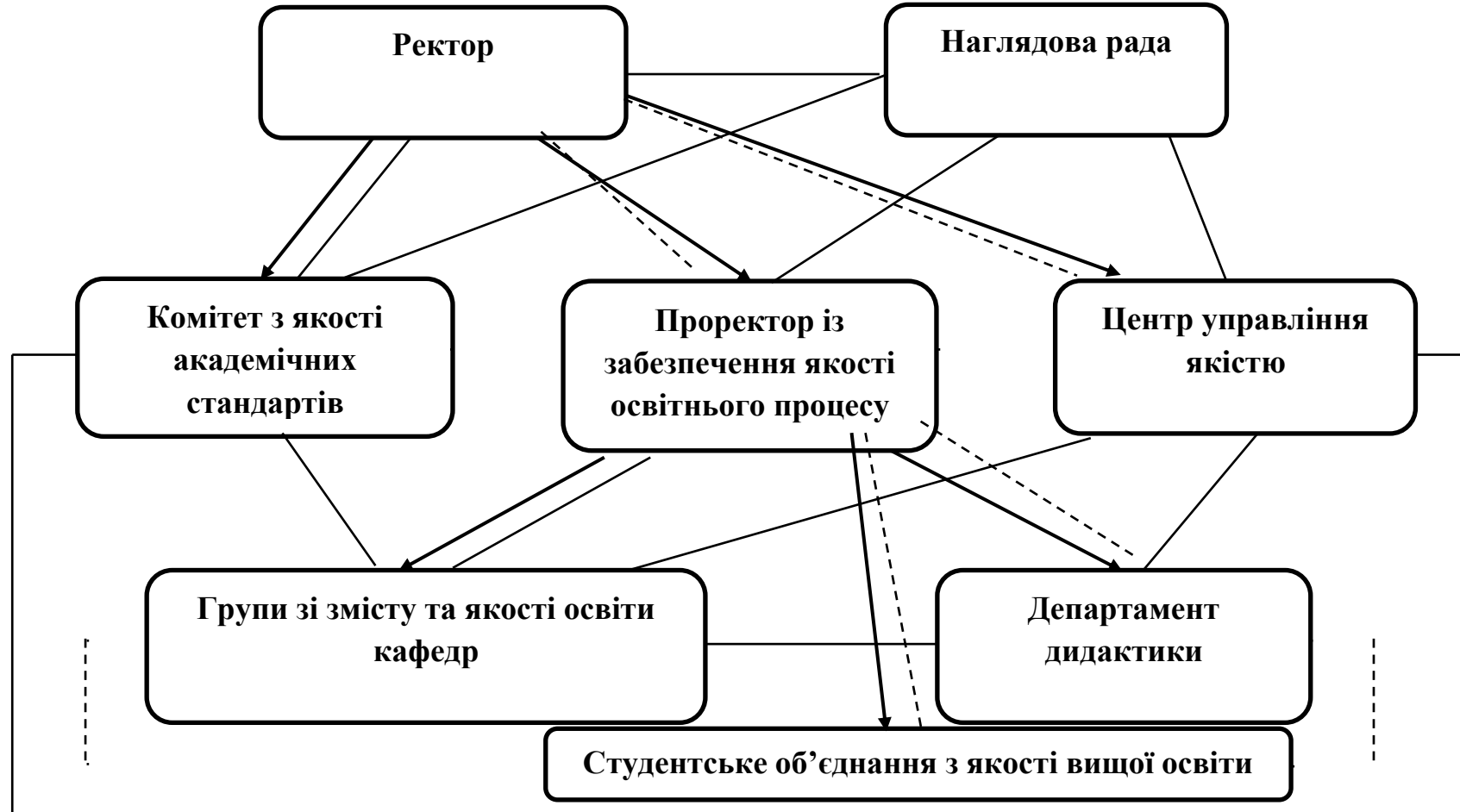


Рис 1. Організаційна структура системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті імені Альфреда Нобеля  
Умовні позначення: ← підпорядкування · комунікації