

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

ГОЛОВА ВЧЕНОЇ РАДИ

А.О. ЗАДОЯ

2020 р.



ПРЕЗИДЕНТ

Б.І. ХОЛОД

2020 р.



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Рівень: перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

За спеціальністю: 075 Маркетинг

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: 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 від "14" травня 2020 р.)

м. Дніпро
2020 р.

ПЕРЕДМОВА

I. Освітньо-професійну програму «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг, галузі знань 07 Управління та адміністрування, першого (бакалаврського) рівня вищої освіти розроблено за Стандартом вищої освіти України, що затверджений на підставі наказу Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343, переглянуто за запитом стейкхолдерів, затверджено та введено в дію рішенням Вченої ради ВНЗ "Університет імені Альфреда Нобеля" від 14 травня 2020 р., протокол № _2.

II. Розробники освітньо-професійної програми:

1. Тараненко І.В., д-р екон. наук, проф.;
2. Яременко С.С., канд. екон. наук, доц.;
3. Красовська О.Ю., канд. екон. наук, доц.;
4. Мішустіна Т.С., канд. екон. наук, доц.;
5. Мостова А.Д., канд. екон. наук;
6. Шевченко В.М., канд. держ. упр., доц.

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 ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 МАРКЕТИНГ

1 - Загальна інформація	
<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>	Освітня програма акредитована МОН України. Сертифікат про акредитацію Серія УП № 04001668 від 13 грудня 2017 р. Міжнародна акредитація: рішення Центрального агентства з оцінювання та акредитації ZEvA (Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover), Німеччина від 18 липня 2016 р., на період 28.07.2016 р. - 31.08.2021 р.
<i>Цикл / рівень</i>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, 7 рівень НРК України
<i>Передумови (вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, та результатів їх навчання)</i>	Наявність документу про загальну середню освіту або диплому освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста. Результати навчання визначаються за додатком до документу про освіту, а також за результатами вступних випробувань: для вступу на 1 курс на навчання для здобуття ступеня бакалавра на основі повної загальної середньої освіти – у формі ЗНО з дисциплін, передбачених Правилами прийому до Університету імені Альфреда Нобеля; для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста – у формі ЗНО з української мови і літератури, а також з математики або історії України та фахового випробування.
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська, англійська
<i>Термін дії освітньо-професійної програми</i>	01.09.2020-30.06.2024
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми</i>	www.duan.edu.ua

2 – Мета освітньо-професійної програми

Метою бакалаврської освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «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

3 - Характеристика освітньо-професійної програми

<i>Предметна область (галузь)</i>	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
-----------------------------------	---

знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма прикладної орієнтації
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	Загальна освіта в галузі 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення, маркетингові комунікації, маркетингові канали розподілу, маркетинговий аудит, інтернет маркетинг, реклама, PR.
Особливості програми	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 всіх дисциплін англійською мовою.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	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. Фахівці, а саме: брокер, дилер, торговець (власність), фахівець із організації дозвілля, мерчендайзер, комівояжер, агент комерційний, агент торговельний, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, інспектор торговельний, організатор з постачання, організатор із збуту, торговельний брокер (маклер), 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.
Подальше навчання	Можливість продовження навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	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)
Оцінювання	Поточне опитування, тестовий контроль, презентація індивідуальних завдань, звіти команд, звіти з практики. Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Атестація проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи. Система підсумкового оцінювання будується на умовах академічної доброчесності та прозорості.

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>	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільств, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>	<p>ЗК1</p> <p>ЗК2</p> <p>ЗК3</p> <p>ЗК4</p> <p>ЗК5</p> <p>ЗК6</p> <p>ЗК7</p> <p>ЗК-8</p> <p>ЗК9</p> <p>ЗК10</p> <p>ЗК11</p> <p>ЗК12</p> <p>ЗК13</p> <p>ЗК14</p>
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <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>СК1</p> <p>СК2</p> <p>СК3</p> <p>СК4</p> <p>СК5</p> <p>СК6</p> <p>СК7</p> <p>СК8</p>

	СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.	СК9
	СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.	СК10
	СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначити особливості функціонування ринків	СК11
	СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	СК12
	СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.	СК13
	СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	СК14

7 - Програмні результати навчання

РН1	РН1 Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
РН2	РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
РН3	РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
РН4	РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію.
РН5	РН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
РН6	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	РН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження сучасної маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію.
РН8	РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності економічного суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін ринкового середовища.
РН9	РН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
РН10	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	РН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
РН12	РН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, буди критичним і самокритичним.
РН13	РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
РН14	РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

RH15	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	RH16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
RH17	RH17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
RH18	RH18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
RH19	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	RH20. Демонструвати знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та промислових, в т.ч. міжнародних, ринках.
RH21	RH21. 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
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
<i>Кадрове забезпечення</i>	Освітній процес забезпечений висококваліфікованим 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, регулярно підвищують свою кваліфікацію, є визнаними професіоналами з досвідом практичної, дослідницької, управлінської, інноваційної або творчої роботи за фахом. До викладання дисциплін англійською мовою допускаються працівники, що мають щонайменше рівень B2 володіння англійською мовою.
<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 здобувачі проходять у Центрі новітніх комп'ютерних технологій з доступом до Інтернет. Контроль знань здобувачів здійснюється в автоматизованій системі тестування внутрішньої електронної мережі Університету.
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	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. Навчально-методичне забезпечення представлено на електронному ресурсі – ftp сервері та в Google classroom. Читальні зали забезпечені відповідними

	<p>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.</p> <p>В освітньому процесі використовуються стандартне програмне забезпечення та спеціалізовані програмні оболонки, зокрема, 1С-Підприємство, Adobe Acrobat, Project Expert. Програмне забезпечення використовується викладачами і здобувачами для підготовки до лекційних та практичних занять, самостійної роботи, виконання індивідуальних завдань, здійснення наукових досліджень.</p>
9 – Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	<p>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.</p> <p>Принципи академічної мобільності визначаються законодавством України. Можливість навчатися за кількома спеціальностями або у кількох ЗВО одночасно визначається законодавством України</p>
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	<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.</p>
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	<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

2.1. Перелік компонент ОПП

Таблиця 1

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОПП			
Цикл загальної підготовки ОЗП (01)			
ОК 1	Українська ідентичність, історія, культура, мова	4,5	екзамен
ОК 2	Іноземна мова	12	залік, залік
ОК 3	Фізичне виховання	0	залік, залік
ОК 4	Інформаційні та комунікаційні технології	6	залік
ОК 5	Вища математика (Вища та прикладна математика)	6	екзамен
ОК 6	Вища математика (Теорія ймовірностей і математична статистика)	4,5	екзамен
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)	5	екзамен
ОК 10	Економічна теорія (Макроекономіка)	4,5	екзамен
ОК 11	Ділова іноземна мова	22	залік, залік, залік, екзамен
Цикл професійної підготовки ОПП (02)			
ОК 12	Регіональна економіка	5	екзамен
ОК 13	Фінанси, гроші та кредит	4,5	залік
ОК 14	Менеджмент	4,5	екзамен
ОК 15	Статистика	4,5	екзамен
ОК 16	Маркетинг	10,5	залік, екзамен
ОК 17	Маркетинг (Курсова робота)	1	
ОК 18	Економіка підприємства та підприємництва	5	екзамен
ОК 19	Бухгалтерський облік	3	екзамен
ОК 20	Міжнародні економічні відносини	4,5	залік
ОК 21	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ОК 22	Маркетингова товарна політика (Курсова робота)	1	
ОК 23	Маркетингова політика розподілу	3	екзамен
ОК 24	Логістика	3	залік
ОК 25	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК 26	Маркетингові дослідження (Курсова робота)	1	
ОК 27	Маркетингові комунікації	4,5	екзамен
ОК 28	Маркетинг промислового підприємства	4,5	екзамен
ОК 29	Міжнародний маркетинг	4,5	екзамен
ОК 30	Поведінка споживача	4	екзамен
ОК 31	Маркетингове ціноутворення	3,5	екзамен
ОК 32	Маркетинг послуг	3,5	екзамен
ОК 33	Вступ до фаху (практика)	3	залік
ОК 34	Виробнича практика	13,5	
ОК 35	Кваліфікаційна робота	7,5	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		179 кред. / 5370 год.	

Вибіркові компоненти ОПП *			
Цикл загальної підготовки ВЗП			
ВК 1	Вибіркова дисципліна 1	5	залік
ВК 2	Вибіркова дисципліна 2	5	залік
ВК 3	Вибіркова дисципліна 3	3	залік
Цикл професійної підготовки ВПП			
ВК 4	Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)	4,5	залік
ВК 5	Економічний механізм маркетингу	4,5	залік
ВК 5	Сучасні технології маркетингу (Інтернет маркетинг)	4	залік
ВК 6	Бізнес-планування	4	залік
ВК 7	Основи бізнес-комунікацій (Комп'ютерна графіка і комунікативний дизайн)	4,5	залік
ВК 8	Друга іноземна мова	4,5	залік
ВК 9	Сучасні технології маркетингу (Управління продажами)	3	залік
ВК 10	Політичний маркетинг	3	залік
ВК 11	Економіко-математичні методи та моделі (Оптимізаційні методи та моделі)	3	залік
ВК 12	Економічний аналіз	3	залік
Вибірковий блок 1			
ВК 13	Основи маркетингового управління (Інфраструктура товарного ринку)	3	залік
ВК 14	Основи маркетингового управління (Маркетингові основи підприємницької діяльності)	4	залік
ВК 15	Основи маркетингового управління (Територіальний маркетинг)	4,5	залік
ВК 16	Інформаційні технології в маркетингу	4	залік
ВК 17	Основи маркетингового управління II (Облік витрат в маркетингу)	3	залік
ВК 18	Основи маркетингового управління II (Маркетингове управління конкурентоспроможністю)	4	залік
ВК 12	Створення і управління власним бізнесом	3	залік
ВК 13	Основи маркетингового управління II (Маркетинговий контроль і аудит)	3,5	залік
Вибірковий блок 2			
ВК 14	Основи бізнес комунікації (Ділові комунікації)	3	залік
ВК 15	Основи бізнес-комунікації (Історія реклами)	4	залік
ВК 16	Основи бізнес-комунікації (Організація ярмарково-виставкової діяльності)	4,5	залік
ВК 17	Основи бізнес-комунікації (Іміджмейкінг)	4	залік
ВК 18	Сучасні технології маркетингу (Рекламні технології)	3	залік
ВК 19	Рекламний бізнес	4	залік
ВК 20	Маркетингові комунікації II (Медіапланування)	3,5	залік
ВК 21	Маркетингові комунікації II (Паблік рилейшнз)	3	залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		61 кред. / 1830 год	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240 кред. / 7200 год.	

* 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 відповідності результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	Компетентності																											
	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності													
	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
PH1						+								+	+													
PH2			+			+	+	+								+								+			+	
PH3							+					+					+					+	+					
PH4								+	+							+			+	+							+	
PH5			+			+													+	+					+		+	
PH6			+			+	+	+									+	+	+	+					+		+	
PH7									+														+	+	+			
PH8			+	+		+	+							+				+			+	+			+		+	
PH9						+	+														+				+	+	+	
PH10								+	+	+							+									+	+	
PH11			+			+	+				+							+	+		+				+	+	+	
PH12				+			+				+						+		+									
PH13					+								+								+						+	
PH14				+	+		+				+						+										+	
PH15	+	+										+	+													+		
PH16				+		+							+				+	+									+	
PH17										+					+										+			
PH18	+	+											+															
PH19						+									+	+					+							
PH20							+	+				+	+			+			+			+	+	+				
PH21							+	+	+			+	+	+				+	+	+		+	+	+	+	+	+	

Скорочення:

ЗК - загальні компетентності

СК – спеціальні (фахові) компетентності

PH - результати навчання

Освітні компоненти / Результати	PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	PH9	PH10	PH11	PH12	PH13	PH14	PH15	PH16	PH17	PH18	PH19	PH20	PH21
Менеджмент		+					+					+			+		+	+			
Статистика		+					+		+	+		+									+
Маркетинг			+	+	+	+			+				+					+			+
Маркетинг (Курсова робота)			+						+	+		+						+			+
Економіка підприємства та підприємництва		+					+		+	+		+						+			+
Бухгалтерський облік		+							+			+			+						+
Міжнародні економічні відносини					+	+			+			+	+		+			+			
Маркетингова товарна політика					+	+				+	+	+	+		+			+			
Маркетингова товарна політика (Курсова робота)					+	+				+	+	+	+		+						+
Маркетингова політика розподілу						+			+			+	+		+						
Логістика					+	+			+	+		+	+		+						
Маркетингові дослідження						+			+	+	+	+	+		+						
Маркетингові дослідження (Курсова робота)					+				+	+	+	+	+					+			+
Маркетингові комунікації									+	+	+	+	+					+			+
Маркетинг промислового підприємства						+		+	+		+	+	+		+						
Міжнародний маркетинг					+	+			+	+		+	+		+						
Поведінка споживача						+	+		+		+	+			+	+		+			
Маркетингове ціноутворення		+							+	+				+		+					
Маркетинг послуг						+			+	+		+	+	+			+				
Вступ до фаху (практика)						+			+	+		+	+	+			+			+	+
Виробнича практика	+		+	+			+			+		+	+	+		+					+
Кваліфікаційна робота	+	+	+	+	+		+			+	+	+				+	+		+	+	+

ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ	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
Вибіркова дисципліна 1										+	+	+						+			
Вибіркова дисципліна 2									+	+		+	+	+				+			
Вибіркова дисципліна 3												+	+	+	+			+			
Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)						+			+				+	+	+						
Економічний механізм маркетингу						+			+				+	+	+						
Сучасні технології маркетингу (Інтернет маркетинг)					+	+			+	+		+	+		+						
Бізнес-планування				+	+			+	+		+	+		+							
Основи бізнес-комунікацій (Комп'ютерна графіка і комунікативний дизайн)						+				+			+	+	+			+			
Друга іноземна мова						+				+			+	+	+			+			
Сучасні технології маркетингу (Управління продажами)						+				+			+	+	+			+			
Політичний маркетинг					+	+			+	+		+	+		+						
Економіко-математичні методи та моделі (Оптимізаційні методи та моделі)						+				+			+	+	+			+			
Економічний аналіз				+	+			+	+		+	+		+							
ВИБІРКОВИЙ БЛОК 1																					
Основи маркетингового управління (Інфраструктура товарного ринку)	+	+								+		+									+
Основи маркетингового управління (Маркетингові основи підприємницької діяльності)				+	+			+	+		+	+		+							
Основи маркетингового управління						+			+				+	+	+						

(Територіальний маркетинг)																				
Інформаційні технології в маркетингу					+	+			+				+				+		+	
Основи маркетингового управління II (Облік витрат в маркетингу)					+	+			+				+				+		+	
Основи маркетингового управління II (Маркетингове управління конкурентоспроможністю)						+		+	+	+			+	+	+					
Створення і управління власним бізнесом						+			+				+	+	+					
Основи маркетингового управління II (Маркетинговий контроль і аудит)					+	+			+	+			+							
ВИБІРКОВИЙ БЛОК 2																				
Основи бізнес комунікації (Ділові комунікації)	+																	+	+	+
Основи бізнес-комунікації (Історія реклами)	+					+	+						+					+		+
Основи бізнес-комунікації (Організація ярмарково-виставкової діяльності)							+		+	+				+	+	+				
Основи бізнес-комунікації (Іміджмейкінг)							+						+	+	+					
Сучасні технології маркетингу (Рекламні технології)						+	+			+	+			+						
Рекламний бізнес							+			+			+	+	+			+		
Маркетингові комунікації II (Медіапланування)							+			+			+	+	+			+		
Маркетингові комунікації II (Паблік рилейшнз)							+			+			+	+	+			+		

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	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
та в будь-який інший спосіб	
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 І-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 оснащених відповідним чином базах практики.

Види та обсяги практик, передбачених освітньо-професійною 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 (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	До складу Звіту з виробничої практики

			PH 18, PH 19, PH 20, PH 21	<p>навчальних дисциплін, які є обов'язковими, та включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>входять:</p> <ul style="list-style-type: none"> - щоденник практики; - титульний аркуш; - зміст; - основний текст; - індивідуальне завдання; - висновки; - використана література
--	--	--	----------------------------	--	---

Гарант освітньо-професійної програми,
доцент кафедри міжнародного маркетингу,

канд. екон. наук, доцент



С.С. ЯРЕМЕНКО

Структурно-логічна схема ОП

		Семестри							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Освітні компоненти, кількість кредитів ECTS									
Обов'язкові навчальні дисципліни 158									
Цикл загальної підготовки 72	27	15,5	10,5	5	9	5	-	-	
Цикл професійної підготовки 86	3	10	13,5	10,5	8,5	11,5	18,5	10,5	
Вибіркові навчальні дисципліни 61									
Цикл загальної підготовки 13									
-	5	-	5	-	3	-	-		
Цикл професійної підготовки 48									
-	-	6	8,5	13	6	11,5	3		
Виробнича практика									
Виробнича практика 4,5								Виробнича практика 9	
								Атестація	
								Диплом ування 6	
								Захист кваліфікаційної роботи 1,5	
Всього 240	Обов'язкові 158	Вибіркові 61		Виробнича практика 13,5			Атестація 7,5		

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

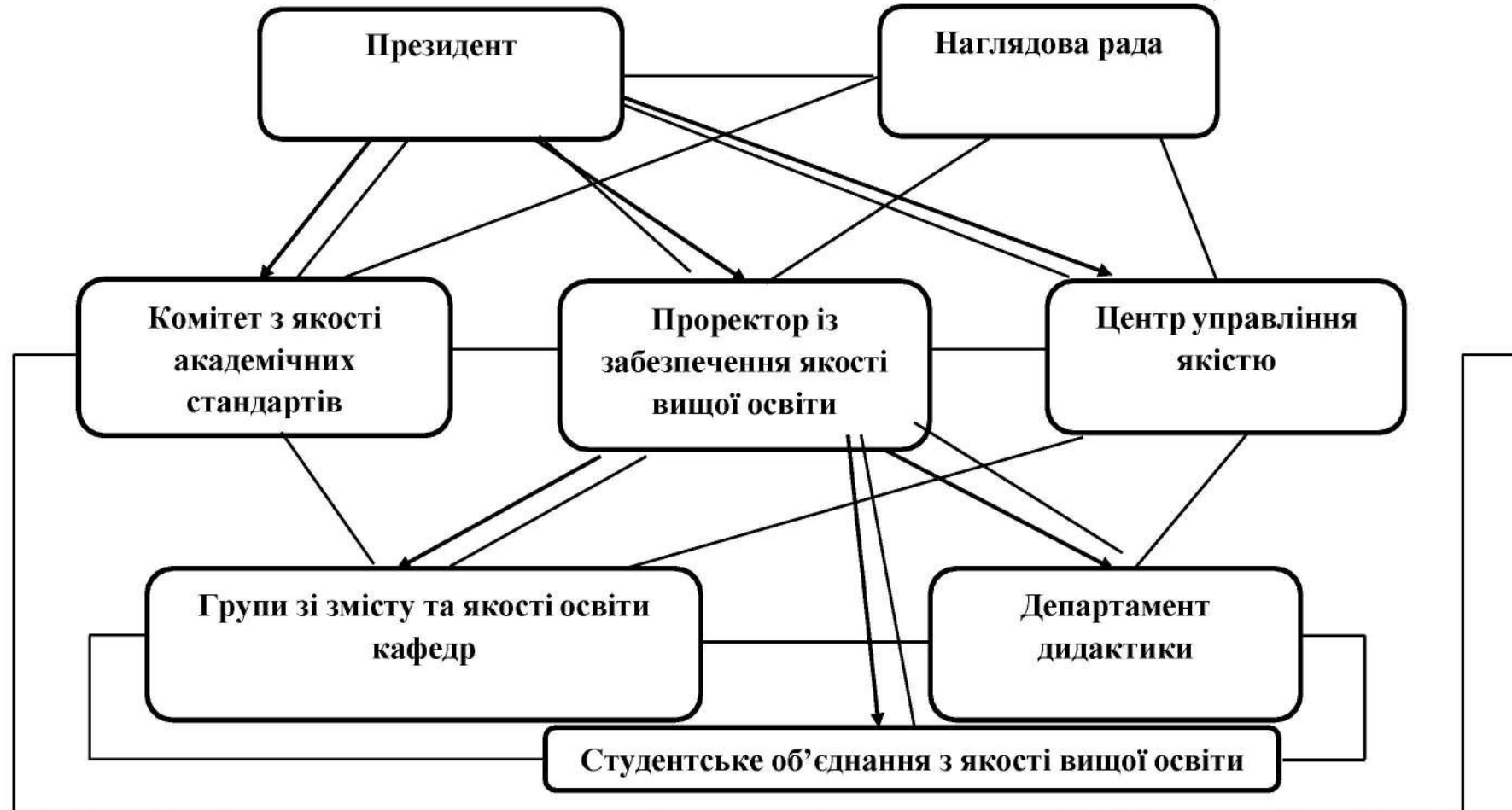


Рис 1. Організаційна структура системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті імені Альфреда Нобеля

Умовні позначення: ← підпорядкування — комунікації