

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

ГОЛОВА ВЧЕНОЇ РАДИ

А.О. ЗАДОЯ

"14" травня 2020 р.

ПРЕЗИДЕНТ

Б.І. ХОЛОД

"14" травня 2020 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Рівень: *другий (магістерський) рівень вищої освіти*

За спеціальністю: *075 Маркетинг*

Галузь знань: *07 Управління та адміністрування*

Кваліфікація: *магістр маркетингу*

Затверджено

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, другого (магістерського) рівня вищої освіти, розроблено за Стандартом вищої освіти України, що затверджений на підставі наказу Міністерства освіти і науки України від 10.07. 2019 р. № 960, 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:

1. Гришина Г. В., директор з маркетингу ТОВ РУЩ, лінія магазинів Єва.
2. Растихіна І.І., директор з маркетингу мережі аптек «ЛПНДА-ФАРМ»

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>	Університет імені Альфреда Нобеля, кафедра Міжнародного маркетингу
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Магістр. Магістр маркетингу. Master 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 90 кредитів ЄКТС, 1 рік 5 міс.
<i>Наявність акредитації</i>	Міжнародна акредитація надана агентством ZEvA (Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover), Німеччина, на період 28.07.2016 р. - 31.08.2021 р. Освітня програма акредитована МОН України. Сертифікат про акредитацію Серія УП № 04001480 від 20 лютого 2018 р.
<i>Цикл / рівень</i>	Другий (магістерський) рівень вищої освіти, 7 рівень НРК
<i>Передумови (вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, та результатів їх навчання)</i>	Диплом бакалавра, спеціаліста або магістра за різними галузями знань
<i>Мова(и) викладання</i>	українська
<i>Термін дії освітньо-професійної програми</i>	01.09.2020-31.01.2022
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми</i>	www.duan.edu.ua

2 – Мета освітньо-професійної програми	
<p>Метою магістерської освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 «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.</p> <p>Освітньо-професійна програма спрямована на надання ефективної, якісної, сучасної освіти у відповідності до європейських стандартів освіти, шляхом формування загальних і професійних (фахових) компетентностей маркетолога з урахуванням вимог ринку праці, з впровадженням інновацій в освіті.</p>	
3 - Характеристика освітньо-професійної програми	
<i>Предметна область (галузь знань),</i>	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг

<i>спеціальність, спеціалізація (за наявності)</i>	
<i>Орієнтація освітньо-професійної програми</i>	Освітньо-професійна програма прикладної орієнтації
<i>Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації</i>	Спеціальна освіта в галузі 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг. Ключові слова: стратегічний маркетинг, товарна інноваційна політика, рекламний менеджмент, бренд менеджмент, маркетинг відносин, маркетинговий менеджмент.
<i>Особливості програми</i>	Освітньо-професійна програма акредитована МОН України. Сертифікат про акредитацію Серія УП № 04001480 від 20 лютого 2018 р. Єдина в Україні магістерська програма «Маркетинг», відповідність якої європейським стандартам освіти засвідчено міжнародним акредитаційним сертифікатом агентства ZEvA (Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover), Німеччина. В рамках програми впроваджена концепція бізнес-орієнтованої освіти, спрямованої на інтеграцію освітнього процесу та бізнесу, забезпечено участь фахівців-практиків у розробці та реалізації освітньо-професійної програми.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні), в яких випускники працюють у якості керівників організацій, керівників структурних підрозділів; органи державного та муніципального управління; структури, в яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу. Магістр 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: науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва), науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва), економіст із збуту, експерт із зовнішньоекономічних питань, консультант з маркетингу, логіст, рекламіст, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою, фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку, економіст, економіст з міжнародної торгівлі, економіст із ціноутворення, консультант з економічних питань, фахівець з розміщення продуктивних сил та регіональної економіки.
<i>Подальше навчання</i>	Можливість продовження навчання в аспірантурі
5 – Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	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>	Поточне опитування, тестовий контроль, кейси, презентація індивідуальних завдань, звіти з практики. Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Атестація проводиться у формі магістерської кваліфікаційної роботи

	Система підсумкового оцінювання будується на умовах академічної доброчесності та прозорості.	
6 - Програмні компетентності		
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог	ІК1
<i>Загальні компетентності (ЗК)</i>	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.	ЗК1 ЗК2 ЗК3 ЗК4 ЗК5 ЗК6 ЗК7 ЗК8
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК10. Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу. СК11. Здатність застосовувати знання з педагогіки і психології у навчальному процесі у закладах вищої освіти.	СК1 СК2 СК3 СК4 СК5 СК6 СК7 СК8 СК9 СК10 СК11
7 - Програмні результати навчання		
РН1	РН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	
РН2	РН2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	
РН3	РН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	
РН4	РН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	

PH5	PH5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
PH6	PH6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
PH7	PH7. Вміти формувати і вдосконалювати и систему маркетингу ринкового суб'єкта.
PH8	PH8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
PH9	PH9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
PH10	PH10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
PH11	PH11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
PH12	PH12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
PH13	PH13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
PH14	PH14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
PH15	PH15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
PH16	PH16. Застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу.
PH17	PH17. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.
PH18	PH18. Формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій, брати на себе відповідальність за прийняття і реалізацію маркетингових рішень.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

<i>Кадрове забезпечення</i>	Освітній процес забезпечений висококваліфікованим професорсько-викладацьким складом, 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.
<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.

	<p>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.</p>
<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-методичні комплекси дисциплін за структурою і змістом відповідають вимогам.</p> <p>Навчально-методичне забезпечення представлено на електронному ресурсі – ftp сервері та Google classroom. Читальні зали забезпечені відповідними фаховими періодичними виданнями загальною кількістю 19 найменувань. В університеті є доступ з офіційного сайту закладу до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою, зокрема бази JSTOR та електронної бібліотеки Університету Уельсу.</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>
<p>9 – Академічна мобільність</p>	
<p><i>Національна кредитна мобільність</i></p>	<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>
<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.</p>
<p><i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i></p>	<p>Програма передбачає можливості навчання іноземних громадян. Іноземні здобувачі мають можливість за бажанням відвідувати лекції та практичні заняття з вибіркового дисциплін, які викладаються англійською мовою. Всі викладачі випускової кафедри 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

Шифр о/к	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 професійної підготовки ОПП (01)			
ОК 1.	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ОК 2	Курсова робота	1	
ОК 3	Рекламний менеджмент і управління брендом	6	екзамен
ОК 4	Фінансовий менеджмент	5	залік
ОК 5	Товарна інноваційна політика	6	екзамен
ОК 6	Логістичний менеджмент	5	залік
ОК 7	Методологія наукових досліджень в маркетингу	3	залік
ОК 8	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3	залік
ОК 9	Виробнича практика	6	
ОК 10	Переддипломна практика	6	
ОК 11	Дипломовання	15	
ОК 12	Захист кваліфікаційної роботи	3	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		65 кред. / 1950 год.	
Вибіркові компоненти ОПП *			
Цикл загальної підготовки ВЗП (01)			
ВК 1	Вибіркова дисципліна	4,5	залік
Цикл професійної підготовки ВПП (02)			
ВК 2	Маркетинговий менеджмент	6	екзамен
ВК 3	Економіко-математичні методи і моделі в маркетингу	6	екзамен
ВК 4	Рекламний менеджмент і управління брендом II	5	екзамен
ВК 5	Інноваційний розвиток підприємства	5	екзамен
ВК 6	Інтегрований маркетинг (Маркетинг відносин)	5	залік
ВК 7	Управління міжнародними проектами	4,5	залік
ВК 8	Інтегрований маркетинг (Міжнародні маркетингові комунікації)	4,5	залік
ВК 9	Міжнародний менеджмент	4,5	залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		25 кред / 750 год	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90 кред. / 2700 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» за спеціальністю 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: *магістр маркетингу*.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	Компетентності																		
	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності										
	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11
РН1									+	+							+		
РН2	+	+							+	+							+		
РН3	+					+		+			+		+						
РН4	+	+		+										+	+	+			
РН5						+		+		+	+							+	
РН6	+							+	+	+				+		+			
РН7		+	+									+	+	+		+			
РН8		+			+							+						+	
РН9	+								+			+		+		+			
РН10	+	+												+	+	+			
РН11						+							+	+	+	+			
РН12	+							+					+		+	+			
РН13	+		+										+	+	+	+			
РН14				+	+									+		+			
РН15						+				+	+		+		+				
РН16		+				+	+		+	+	+	+			+		+	+	+
РН17				+	+	+	+	+					+	+	+	+		+	
РН18	+	+	+		+			+		+		+			+			+	

Скорочення:

ЗК - загальні компетентності

СК – спеціальні (фахові) компетентності

РН - результати навчання

Таблиця 3

МАТРИЦЯ "ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ – РЕЗУЛЬТАТИ"

Освітні компоненти / Результати	PH 1 (СК1, СК2, СК9)	PH 2 (ЗК1, ЗК2, СК1, СК2, СК9)	PH 3 (ЗК1, ЗК6, ЗК8, СК3, СК5)	PH 4 (ЗК1, ЗК2, ЗК4, СК6, СК7, СК8)	PH 5 (ЗК6, ЗК8, СК2, СК3, СК10)	PH 6 (ЗК1, ЗК8, СК1, СК2, СК6, СК8)	PH 7 (ЗК2, ЗК3, СК4, СК5, СК6, СК8)	PH 8 (ЗК2, ЗК5, СК4, СК10)	PH 9 (ЗК1, СК1, СК4, СК6, СК8)	PH 10 (ЗК1, ЗК2, СК6, СК7, СК8)	PH 11 (ЗК6, СК5, СК6, СК7, СК8)	PH 12 (ЗК1, ЗК8, СК5, СК7, СК8)	PH 13 (ЗК1, ЗК3, СК5, СК6, СК7, СК8)	PH 14 (ЗК4, ЗК5, СК6, СК8)	PH 15 (ЗК6, СК2, СК3, СК5, СК7)	PH 16 (ЗК2, ЗК6, ЗК7, СК1, СК2, СК3, СК4, СК7, СК9, СК10, СК11)	PH17 (ЗК4, ЗК5, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК5, СК6, СК7, СК8, СК10)	PH18 (ЗК1, ЗК2, ЗК3, ЗК5, ЗК7, СК2, СК4, СК7, СК10)
<i>Обов'язкові освітні компоненти</i>																		
Стратегічний маркетинг	+	+			+	+	+				+			+	+		+	+
Стратегічний маркетинг. Курсова робота	+	+			+	+	+	+			+			+			+	
Рекламний менеджмент і управління брендом		+		+			+		+				+	+	+		+	+
Фінансовий менеджмент					+				+					+				+
Товарна інноваційна політика		+	+	+					+	+					+		+	+
Логістичний менеджмент			+					+		+		+				+		+
Методологія наукових досліджень в маркетингу			+		+			+							+	+	+	+
Іноземна мова (за професійним спрямуванням)					+								+	+				
Виробнича практика	+			+		+	+	+	+	+			+	+	+		+	
Переддипломна практика	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+		+		+		+
Кваліфікаційна робота	+	+	+	+	+			+	+	+	+				+	+		
<i>Вибіркові освітні компоненти</i>																		
Вибіркова дисципліна 1			+					+					+		+			
Маркетинговий менеджмент		+									+	+		+	+		+	+
Економіко-математичні методи і моделі в маркетингу											+	+	+		+			
Рекламний менеджмент і управління брендом II		+		+			+		+				+	+	+		+	+
Інноваційний розвиток підприємства		+	+	+					+	+					+		+	+
Інтегрований маркетинг (Маркетинг відносин)								+				+	+		+			+
Управління міжнародними проектами			+			+		+					+		+		+	
Інтегрований маркетинг (Міжнародні маркетингові комунікації)		+									+	+		+	+		+	+
Міжнародний менеджмент		+									+	+		+	+		+	+

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 відображено у Положенні про організацію освітнього процесу Університету імені Альфреда Нобеля (додаток А 2).

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 (2 семестр)	4,5 (135)	PH1, PH4, PH6, PH7, PH8, PH9, PH10, PH13, PH14, PH15, PH17.	Метою виробничої практики є формування та розвиток у здобувачів професійного вміння приймати самостійні рішення в умовах конкретного виробництва, формування навичок практичної роботи за обраною спеціальністю, поглиблення знань про сучасні технології та обладнання підприємств, їх діючої нормативної бази, зменшення часу на адаптацію випускників на первинних посадах.	Звіт про практику є основним документом, в якому здобувач висловлює рішення завдань, поставлених перед ним у період практики.
2.	Переддипломна практика (3 семестр)	5,5 (165)	PH1, PH4, PH6, PH7, PH8, PH9, PH10, PH 11, PH12, PH14, PH16, PH18	Метою переддипломної практики є формування та розвиток у здобувачів професійного вміння приймати самостійні рішення в умовах конкретного	Звіт про практику є основним документом, в якому здобувач висловлює рішення завдань, поставлених перед ним у період практики.

				виробництва, поглиблення знань про сучасні технології маркетингу, набуття навичок і діагностування і планування маркетингової діяльності, ознайомлення з практикою стратегічного і оперативного управління на підприємстві.	
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Гарант освітньо-професійної програми,
завідувач кафедри міжнародного

маркетингу, д-р екон. наук, проф.

I.V. ТАРАНЕНКО

Структурно-логічна схема ОП

		Семестри			
		1	2	2	
		Освітні компоненти, кількість кредитів ECTS			
		Обов'язкові навчальні дисципліни			
Цикл професійної підготовки		29		6	
		Вибіркові навчальні дисципліни			
Цикл загальної підготовки			4,5		
Цикл професійної підготовки			20,5		
		Практика			
		Виробнича практика	Переддипломна практика		
		6	6		
		Підсумкова атестація			
		Дипломування			
		15			
		Захист кваліфікаційної роботи магістра			
		3			
		Обов'язкові	Вибіркові	Практика	Атестація
Всього 90		35	25	12	18

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

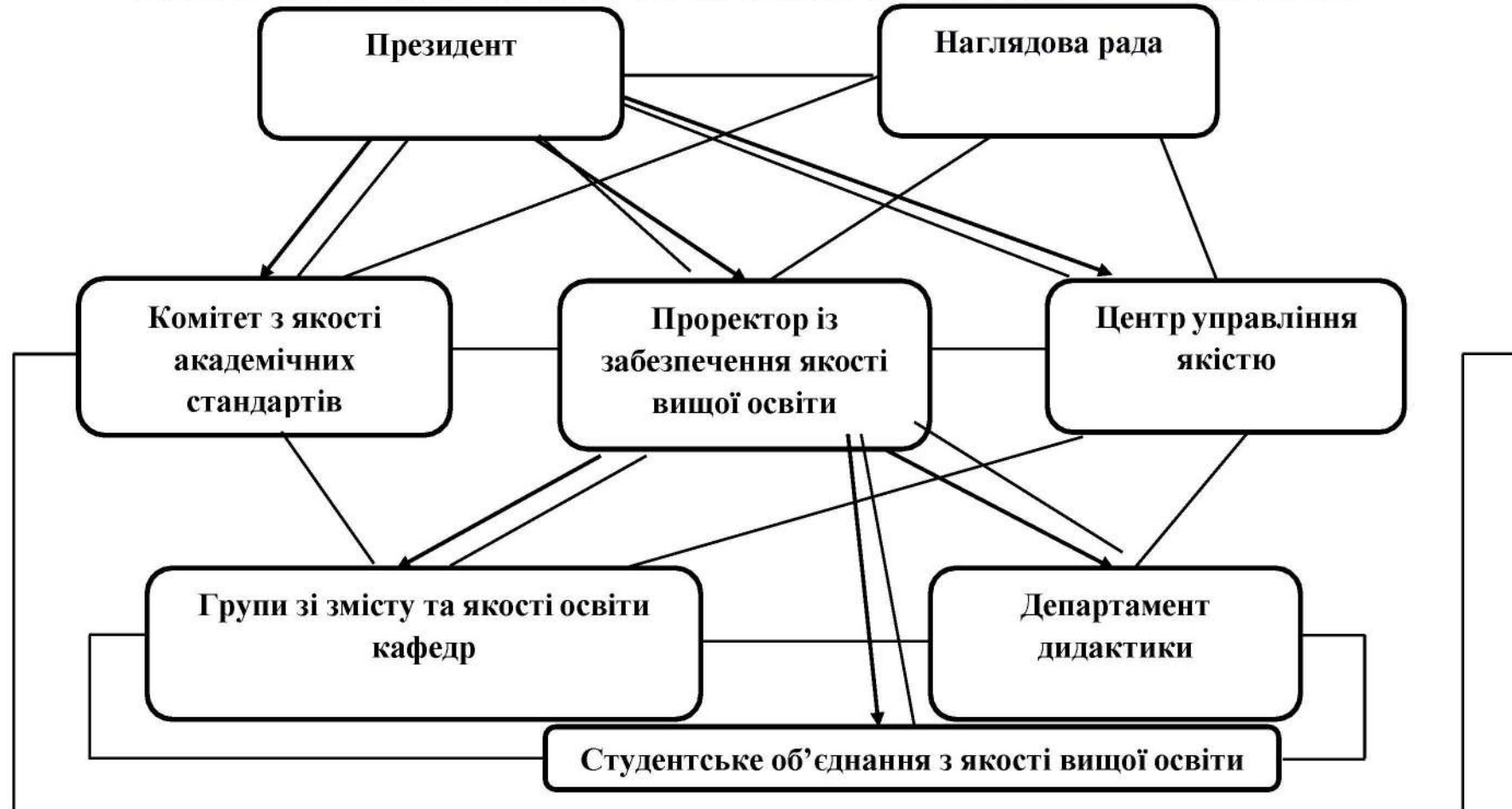


Рис 1. Організаційна структура системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті імені Альфреда Нобеля

Умовні позначення:

- ← підпорядкування
- комунікації