



УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

ГОЛОВА ВЧЕНОЇ РАДИ

ПРЕЗИДЕНТ

_____ А.О. ЗАДОЯ
" ____ " _____ 20__ р.

_____ Б.І. ХОЛОД
" ____ " _____ 20__ р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

Рівень: *перший (бакалаврський) рівень вищої освіти*

За спеціальністю: *075 Маркетинг*

Галузь знань: *07 Управління та адміністрування*

Кваліфікація: *бакалавр з маркетингу*

Затверджено

на засіданні Вченої ради

Протокол № 2 від 10 квітня 2018 р.

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2018 р.

(наказ № 44/3 від "10" квітня 2018 р.)

Затверджено зі змінами

на засіданні Вченої ради

Протокол № 3 від 30 травня 2019 р.

(наказ № 50/1 від 30 травня 2019 р.)

**м. Дніпро
2019 р.**

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ "МАРКЕТИНГ" ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 "МАРКЕТИНГ"

Обсяг програми: 240 кредитів

Рівень: перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

ПОГОДЖЕНО:

Проректор із забезпечення
якості вищої освіти _____ І.С. Шкура

Начальник департаменту дидактики _____ М.Ю. Онищенко

Завідувач кафедри
Міжнародного маркетингу _____ І.В. Тараненко

РОЗГЛЯНУТО І ПОГОДЖЕНО:
на засіданні Комітету з якості академічних стандартів
Протокол № __ від " __ " _____ 20__ р.

ПЕРЕДМОВА

I. Освітньо-професійну програму «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг, галузі знань 07 Управління та адміністрування, першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджено зі змінами та введено в дію рішенням Вченої ради ВНЗ "Університет імені Альфреда Нобеля" від 30 травня 2019 р., протокол № 3.

II. Розробники освітньо-професійної програми:

1. Тараненко І.В., д-р екон. наук, проф.;
2. Яременко С.С., канд. екон. наук, доц.;
3. 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
3. Растихіна І.І., директор з маркетингу мережі аптек «ЛІНДА-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>	Бакалавр. Бакалавр з маркетингу
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Одиничний 240 кредитів ЄКТС, 3 роки 10 міс.
<i>Наявність акредитації</i>	Міжнародна акредитація надана агентством ZEvA (Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover), Німеччина, на період 28.07.2016 р. - 31.08.2021 р. Освітня програма акредитована МОН України. Сертифікат про акредитацію Серія УП № 04001668 від 13 грудня 2017 р.
<i>Цикл / рівень</i>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, 7 рівень НРК України
<i>Передумови</i>	Повна загальна середня освіта або освітньо-кваліфікаційний рівень молодшого спеціаліста
<i>Мова(и) викладання</i>	українська
<i>Термін дії освітньої програми</i>	01.09.2018-30.06.2022.
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	www.duan.edu.ua

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

	Єдина в Україні бакалаврська програма «Маркетинг», відповідність якої європейським стандартам освіти засвідчено міжнародним акредитаційним сертифікатом агентства ZEvA (Central Evaluation and Accreditation Agency Hannover), Німеччина. В рамках програми впроваджена концепція бізнес-орієнтованої освіти, спрямованої на інтеграцію освітнього процесу та бізнесу, забезпечено участь фахівців-практиків у розробці та реалізації освітньо-професійної програми.	
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		
<i>Придатність до працевлаштування</i>	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, фахівець з інтерв'ювання (засоби масової інформації).	
<i>Подальше навчання</i>	Можливість продовження навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти	
5 – Викладання та оцінювання		
<i>Викладання та навчання</i>	Проблемно-орієнтоване навчання (лекції, практичні заняття, самостійна робота студентів, індивідуальна робота з викладачем, кейс стаді, проектна робота); бізнес-орієнтоване навчання (воркшопи, майстер класи фахівців-практиків, виробнича практика)	
<i>Оцінювання</i>	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 бакалаврської роботи зі спеціальності. Практика, есе, презентації, проектна робота. 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>	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. 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	ЗК1 ЗК2

	<p>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>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>
<p><i>Спеціальні (фахові) компетентності</i></p>	<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>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>СК1</p> <p>СК2</p> <p>СК3</p> <p>СК4</p> <p>СК5</p> <p>СК6</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	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.
РН15	РН15. 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.
РН16	РН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
РН17	РН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
РН18	РН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
РН19	РН19. 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

<p>RH20</p> <p>RH21</p>	<p>політики, теоретичні основи організації та здійснення маркетингових досліджень, принципи організації маркетингової діяльності.</p> <p>RH20. Демонструвати знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та промислових, в т.ч. міжнародних, ринках.</p> <p>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</p>
<p>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</p>	
<p><i>Кадрове забезпечення</i></p>	<p>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.</p>
<p><i>Матеріально-технічне забезпечення</i></p>	<p>Випускова кафедра міжнародного маркетингу розташована на 6-ому поверсі 2-ого навчального корпусу (загальною площею 274,5 м²). Вона має необхідні приміщення для професорсько-викладацького складу (загальною площею 84 м²), аудиторії для проведення практичних та семінарських занять (площею 190,5 м²), 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.</p>
<p><i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i></p>	<p>Всі дисципліни забезпечені підручниками і навчальними посібниками, навчально-методичними розробками, практикумами, методичними вказівками на 100%. Цілий ряд навчальних посібників, у т. ч. з грифом МОН України, підготовлено викладачами ВНЗ. Навчально-методичні комплекси дисциплін за структурою і змістом відповідають вимогам.</p> <p>Навчально-методичне забезпечення усіх дисциплін представлено на електронному ресурсі – віртуальному середовищі Moodle 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 студентами 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</p>

	одночасно визначається законодавством України
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	Принципи міжнародної академічної мобільності визначаються законодавством України, інших країн та міждержавними угодами. Кожен здобувач вищої освіти має можливість пройти процедуру визнання кредитів / періодів навчання.
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	Програма передбачає можливості навчання іноземних громадян. Іноземні здобувачі мають можливість за бажанням відвідувати лекції та практичні заняття з фундаментальних і професійно орієнтованих дисциплін, які викладаються англійською мовою. Всі викладачі випускової кафедри володіють англійською мовою, що підтверджено відповідними дипломами і сертифікатами.

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

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» передбачає виділення дисциплін за двома компонентами: основні (обов'язкові) дисципліни та вибіркові дисципліни

У табл. 1 представлено розподіл змісту освітньо-професійної програми з урахуванням навчального часу та кількості кредитів ЄКТС за основними дисциплінами та дисциплінами вільного вибору здобувачів.

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 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)			
ОЗП 1.	Українська ідентичність, історія, культура, мова	4,5	екзамен
ОЗП 2.	Іноземна мова	12	залік, залік
ОЗП 3.	Фізичне виховання	0	залік, залік
ОЗП 4.	Інформаційні та комунікаційні технології	6	залік
ОЗП 5.	Вища математика (Вища та прикладна математика)	6	екзамен
ОЗП 6.	Вища математика (Теорія ймовірностей і математична статистика)	4,5	екзамен
ОЗП 7.	Економіко-математичні методи та моделі (Економетрика)	3	екзамен
ОЗП 8.	Економічна теорія (Основи економічної науки)	4,5	екзамен
ОЗП 9.	Економічна теорія (Мікроекономіка)	5	екзамен
ОЗП 10.	Економічна теорія (Макроекономіка)	4,5	екзамен
ОЗП 11.	Ділова іноземна мова	22	залік, залік, залік, екзамен
Цикл професійної підготовки ОПП (02)			
ОПП 1.	Регіональна економіка	5	екзамен
ОПП 2.	Фінанси, гроші та кредит	4,5	залік
ОПП 3.	Менеджмент	4,5	екзамен
ОПП 4.	Статистика	4,5	екзамен
ОПП 5.	Маркетинг	10,5	залік, екзамен
	Маркетинг (Курсова робота)	1	
ОПП 6.	Економіка підприємства та підприємництва	5	екзамен
ОПП 7.	Бухгалтерський облік	3	екзамен
ОПП 8.	Міжнародні економічні відносини	4,5	залік
ОПП 9.	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
	Маркетингова товарна політика (Курсова робота)	1	
ОПП 10.	Маркетингова політика розподілу	3	екзамен
ОПП 11.	Логістика	3,5	залік
ОПП 12.	Маркетингові дослідження	4	екзамен
	Маркетингові дослідження (Курсова робота)	1	
ОПП 13.	Маркетингові комунікації	4,5	екзамен
ОПП 14.	Маркетинг промислового підприємства	4,5	екзамен

ОПП 15.	Міжнародний маркетинг	4,5	екзамен
ОПП 16.	Поведінка споживача	3,5	екзамен
ОПП 17.	Маркетингове ціноутворення	3,5	екзамен
ОПП 18.	Маркетинг послуг	3,5	екзамен
ОПП 19.	Вступ до фаху (практика)	3	залік
	Виробнича практика	13,5	
	Кваліфікаційна робота бакалавра	7,5	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		179 кред. / 5370 год.	
Вибіркові компоненти ОПП *			
Цикл загальної підготовки ВЗП			
ВЗП 1	Вибіркова дисципліна 1 (Основи прийняття креативних рішень, Основи психології бізнесу)	5	залік
ВЗП 2	Вибіркова дисципліна 2 (Конфліктологія, Управління кар'єрою)	5	залік
ВЗП 3	Вибіркова дисципліна 3 (Безпека життєдіяльності, Охорона праці, Цивільний захист)	3	залік
Цикл професійної підготовки ВПП			
ВПП 1.1	Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)	4,5	залік
ВПП 1.2	Основи маркетингового управління (Економічний механізм маркетингу)		
ВПП 2.1	Маркетингові комунікації II (Інтернет маркетинг)	4	залік
ВПП 2.2	Маркетингові комунікації II (SMM маркетинг)		
ВПП 3.1	Основи бізнес-комунікацій (Комп'ютерна графіка і комунікативний дизайн)	4,5	залік
ВПП 3.2	Друга іноземна мова		
ВПП 4.1	Основи маркетингового управління (Територіальний маркетинг)	3	залік
ВПП 4.2	Основи маркетингового управління (Інноваційний маркетинг)		
ВПП 5.1	Економіко-математичні методи та моделі (Оптимізаційні методи та моделі)	3	залік
ВПП 5.2	Економіко-математичне прогнозування в маркетингу		
Вибірковий блок 1			
ВПП 6	Основи маркетингового управління (Інфраструктура товарного ринку)	3	залік
ВПП 7	Основи маркетингового управління (Маркетингові основи підприємницької діяльності)	4	залік
ВПП 8	Сучасні технології маркетингу (Управління продажами)	4,5	залік
ВПП 9	Сучасні технології маркетингу (Інформаційні технології в маркетингу)	4	залік
ВПП 10	Основи маркетингового управління (Облік витрат в маркетингу)	3	залік
ВПП 11	Основи маркетингового управління (Маркетингове управління конкурентоспроможністю)	4	залік
ВПП 12	Основи маркетингового управління (Створення і управління власним бізнесом)	3,5	залік
ВПП 13	Основи маркетингового управління (Маркетинговий контроль і аудит)	3	залік
Вибірковий блок 2			
ВПП 14	Основи бізнес комунікації (Ділові комунікації)	3	залік
ВПП 15	Основи бізнес-комунікації (Історія реклами)	4	залік
ВПП 16	Основи бізнес-комунікації (Організація ярмарково-виставкової діяльності)	4,5	залік
ВПП 17	Сучасні технології маркетингу (Іміджмейкінг)	4	залік

ВПП 18	Сучасні технології маркетингу (Рекламні технології)	3	залік
ВПП 19	Основи маркетингового управління (Рекламний бізнес)	4	залік
ВПП 20	Сучасні технології маркетингу (Медіапланування)	3,5	залік
ВПП 21	Маркетингові комунікації II (Паблік рилейшнз)	3	залік
Загальний обсяг вибіркового компонента:		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

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

Короткий опис логічної послідовності, вивчення компонентів освітньо-професійної програми.

Компоненти освітньо-професійної програми	Послідовність вивчення компоненту освітньо-професійної програми
ОЗП 1.	базовий
ОЗП 2.	базовий
ОЗП 3.	базовий
ОЗП 4.	базовий
ОЗП 5.	після ОК 4
ОЗП 6.	після ОЗП 4, ОЗП 5, ОЗП 6, ОЗП 8, ОЗП 9, ОЗП 10
ОЗП 7.	базовий
ОЗП 8.	після ОЗП 8
ОЗП 9.	після ОЗП 8, ОЗП 9
ОЗП 10.	після ОЗП 2, ОЗП 8, ОПП 18, ОПП 12, ОПП 13, ОПП 16, ВПП 1.4
ОПП 10.	базовий
ОПП 11.	базовий
ОПП 12.	базовий
ОПП 13.	базовий
ОПП 14.	після ОЗП 10, ОПП 13
ОПП 15.	після ОПП 13
ОПП 16.	після ОЗП 5, ОЗП 7
ОПП 17.	після ОПП 12, ОПП 13, ОПП 16
ОПП 18.	після ОЗП 3, ОПП 12, ОПП 13, ОПП 16
ОПП 19.	після ОЗП 8, ОЗП 10
ОПП 20.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18
ОПП 21.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19
ОПП 22.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22
ОПП 23.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22

ОПП 24.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22
ОПП 25.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22
ОПП 26.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22, ОПП 25, одночасно з ОПП 26
ОПП 27.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22, ОПП 25, одночасно з ОПП 26, ОПП 27
ОПП 28.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22, ОПП 25, одночасно з ОПП 26, ОПП 27
ОПП 29.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22, ОПП 25, одночасно з ОПП 26, ОПП 27
ОПП 30.	після ОЗП 6, ОЗП 7, ОЗП 8, ОЗП 9, ОПП 18
ОПП 31.	після ОЗП 8, ОЗП 9, ОЗП 10, ОПП 12, ОПП 14, ОПП 18, ОПП 22, ОПП 23, ОПП 26, ОПП 27, ОПП 28
ОПП 32.	після ОЗП 6, ОЗП 7, ОЗП 18, ОЗП 22
ОПП 33.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22, ОПП 25, одночасно з ОПП 26, ОПП 27, ОПП 31
ОПП 34.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22, ОПП 25, одночасно з ОПП 26, ОПП 27, ОПП 31
ВЗП 1.1.	після ОЗП 1, ОЗП 3
ВЗП 1.2.	після ОЗП 1, ОЗП 3, ОЗП 8, ОПП 13, ОПП 16
ВЗП 1.3.	після ОЗП 1, ОЗП 3, ОЗП 8, ОПП 13, ОПП 16, ОПП 17
ВПП 1.4.	після ОПП 12, ОПП 13, ОПП 14
ВПП 1.5.	після ОПП 12, ОПП 13, ОПП 14, ВПП 1.5
ВПП 1.6.	після ОПП 12, ОПП 16, одночасно з ВПП 1.6
ВПП 1.7.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ВПП 1.6
ВПП 1.8.	після ОЗП 3, ОПП 12, ОПП 18, ВПП 1.7
ВПП 1.9.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ВПП 1.8
ВПП 1.10.	після ОПП 12, ОПП 14, ОПП 16, ОПП 18, ВПП 1.5
ВПП 1.11.	після ОПП 12, ОПП 14, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 23, ВПП 1.5, ВПП 1.11
ВПП 1.12.	після ОЗП 6, ОЗП 7, ОЗП 8, ОЗП 9, ОПП 18, ОПП 20
ВПП 1.13.	після ОЗП 3, ОЗП 7, ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22, ОПП 25, одночасно з ОПП 26, ОПП 27
ВПП 1.14.	після ОПП 18, ОПП 26, ВПП 1.7
ВПП 1.15.	після ОЗП 7, ОПП 13, ОПП 18, ВПП 1.8, ВПП 1.12, ВПП 1.13
ВПП 1.16.	після ОПП 12, ОПП 16, ОПП 18, ОПП 19, ОПП 22, ОПП 25, ВПП 1.13, ВПП 1.14; одночасно з ОПП 26, ОПП 27
ВПП 2.1.	після ОЗП 1, ОЗП 3
ВПП 2.2.	після ОЗП 1, ОЗП 3, ОЗП 8, ОПП 13, ОПП 16
ВПП 2.3.	після ОЗП 1, ОЗП 3, ОЗП 8, ОПП 13, ОПП 16, ОПП 17
ВПП 2.4.	після ОЗП 2, ОЗП 8, ОПП 13, ОПП 16, ВПП 1.4
ВПП 2.5.	після ОЗП 1, ОЗП 2, ОЗП 12, одночасно з ОПП 16, ВПП 1.14
ВПП 2.6.	після ОПП 12, ВПП 2.5, одночасно ОЗП 18
ВПП 2.7.	після ОПП 12, ВПП 2.5 одночасно ОПП 18
ВПП 2.8.	після ОПП 12, ОПП 18
ВПП 2.9.	після ОЗП 6, ОЗП 7, ОПП 12, ОПП 15, ОПП 16, ОПП 17, ОПП 18, ОПП 20
ВПП 2.10.	після ОЗП 3, ОПП 18, ВПП 2.5, ВПП 2.6
ВПП 2.11.	після ОПП 18, ВПП 2.5, ВПП 2.6, ВПП 2.10

ВПП 2.12.	після ОПП 18, ВПП 2.5, ВПП 2.6, ВПП 2.10
ВПП 2.13.	після ОПП 18, ВПП 2.5, ВПП 2.6, ВПП 2.11
ВПП 2.14.	після ОЗП 3, ОПП 18, ВПП 2.5 одночасно з ОПП 26
ВПП 2.15.	після ОПП 18, одночасно з ОПП 26, ВПП 2.16, ВПП 2.17
ВПП 2.16.	після ОЗП 1, ОЗП 18, одночасно з ОПП 26, ВПП 2.16, ВПП 2.17
ВПП 2.17.	після ОЗП 1, ОЗП 18, одночасно з ОПП 26, ВПП 2.16, ВПП 2.17

3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація – це встановлення відповідності засвоєних здобувачами вищої освіти рівня та обсягу знань, умінь, інших компетентностей вимогам стандартів вищої освіти.

Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра, здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань.

До атестації допускаються здобувачі, які успішно виконали всі вимоги навчального плану рівня вищої освіти «бакалавр» і не мають академічної та фінансової заборгованостей.

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

бакалавр з 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

ТАБЛИЦЯ 3. МАТРИЦЯ «ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ-РЕЗУЛЬТАТИ»

	PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	PH9	PH10	PH11	PH12	PH13	PH14	PH15	PH16	PH17	PH18	PH19	PH20	PH21
ОБОВ'ЯЗКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ																					
Українська ідентичність, історія, культура, мова	+															+			+	+	+
Іноземна мова	+																		+	+	
Фізичне виховання		+								+		+				+		+			+
Інформаційні та комунікаційні технології	+	+								+		+									+
Вища математика (Вища та прикладна математика)	+	+								+		+									+
Вища математика (Теорія ймовірностей і математична статистика)	+	+								+		+		+							+
Економіко-математичні методи та моделі (Економетрика)		+						+	+	+											+
Економічна теорія (Основи економічної науки)	+	+		+					+												+
Економічна теорія (Мікроекономіка)		+		+				+	+			+									+
Економічна теорія (Макроекономіка)				+							+						+		+		+
Ділова іноземна мова		+						+				+				+					
Регіональна економіка		+		+				+	+	+		+									+
Фінанси, гроші та кредит		+						+	+		+					+		+			+
Менеджмент		+						+				+			+		+	+			
Статистика		+						+	+	+		+									+
Маркетинг			+	+	+	+		+					+					+			+
Маркетинг (Курсова робота)			+					+	+		+							+			+
Економіка підприємства та підприємництва		+						+	+	+		+						+			+
Бухгалтерський облік		+						+				+			+						+
Міжнародні економічні					+	+		+				+	+		+			+			

продажами)																					
Сучасні технології маркетингу (Інформаційні технології в маркетингу)	+																		+	+	+
Основи маркетингового управління (Облік витрат в маркетингу)	+				+	+			+				+					+		+	
Основи маркетингового управління (Маркетингове управління конкурентоспроможністю)						+		+	+	+				+	+	+					
Основи маркетингового управління (Створення і управління власним бізнесом)						+			+				+	+	+						
Основи маркетингового управління (Маркетинговий контроль і аудит)					+	+			+	+			+		+						
Основи маркетингового управління (Маркетингове управління конкурентоспроможністю)						+				+			+	+	+				+		
Основи маркетингового управління (Створення і управління власним бізнесом)						+				+			+	+	+				+		
Основи маркетингового управління (Маркетинговий контроль і аудит)						+				+			+	+	+				+		
ВИБІРКОВІ БЛОК 2	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
Основи бізнес комунікації (Ділові комунікації)	+																		+	+	+
Основи бізнес-комунікації (Історія реклами)	+				+	+			+				+					+		+	
Основи бізнес-комунікації (Організація ярмарково-виставкової діяльності)						+		+	+	+				+	+	+					
Сучасні технології маркетингу						+			+				+	+	+						

(Іміджмейкінг)																						
Сучасні технології маркетингу (Рекламні технології)					+	+			+	+		+	+		+							
Основи маркетингового управління (Рекламний бізнес)						+				+			+	+	+			+				
Сучасні технології маркетингу (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	Сформовано стратегічні плани розвитку та вдосконалення освітньої діяльності з підготовки фахівців зі спеціальностей з урахуванням потреб ринку праці та освітніх прагнень громадян. Розроблені та діють: Положення про організацію освітнього процесу Університету імені Альфреда Нобеля, Положення про центр управління якістю, Положення про Комісію з трансферу в Університеті імені Альфреда Нобеля, Положення про моніторинг системи внутрішнього забезпечення якості, 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.
3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників ВНЗ та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ВНЗ, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб	Впроваджено механізм оцінювання досягнень здобувачів-претендентів на отримання стипендій; оцінювання науково-педагогічних і педагогічних працівників на основі рейтингів науково-дослідної, науково-методичної та науково-організаційної роботи і рейтингування викладачів за результатами анкетування здобувачів (Положення про стипендії, Положення про систему рейтингування науково-дослідної, науково-методичної та науково-організаційної роботи викладачів). Результати оцінки та рейтингування оприлюднюються на веб-сайті Університету.

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	Відбувається на регулярній основі. Ведеться робота над посиленням практичної складової підвищення кваліфікації НПП кафедр шляхом проходження стажувань на підприємствах, установах, організаціях, участі у міжнародних проектах, грантових програмах, навчання за сертифікованими програмами.
5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у т.ч. самостійної роботи здобувачів, за кожною освітньою програмою	Забезпечено необхідними ресурсами (матеріальна база, навчально-методичне та інформаційне забезпечення, освітній контент MOODLE, Google Classroom). Реалізуються заходи щодо удосконалення організації самостійної роботи здобувачів, в т.ч. через постійний моніторинг, актуалізацію курсів дисциплін, активізацію використання освітнього контенту MOODLE, Google Classroom для здобувачів як заочної (заочно-дистанційної), так і денної форм навчання.
6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом	Використовуються інформаційні системи 1-С "Університет", ЄДЕБО, АСУ.
7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації	Інформація про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації, у т.ч. інформація щодо освітніх програм кафедр англійською мовою, оприлюднюється на веб-сайті Університету.
8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату	Кваліфікаційні та наукові роботи здобувачів вищої освіти, наукові роботи науково-педагогічних працівників перевіряються на предмет академічного плагіату. Основні процедури регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу
9) інші процедури і заходи	Оновлена інституційна структура системи внутрішнього забезпечення якості діє відповідно до Положення про організацію освітнього процесу Університету імені Альфреда Нобеля (Додаток А.1.1.)

5. Практика здобувачів

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

Види та обсяги практик, передбачених 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.	Знання: РН 4.1. РН 4.2. Уміння: РН 12.1. РН 12.2. РН 12.3. РН 12.4. РН 17. Комунікація: РН 19.1. . РН 19.2. . Автономність і відповідальність: РН 21.1. РН 21.2.	Зміст виробничої практики здобувачів визначається переліком і тематикою навчальних дисциплін, які є обов'язковими для студентів спеціальності „Маркетинг”, та включає: <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; - систематизація даних, зібраних у процесі практики; - складання звіту з практики 	До складу Звіту з виробничої практики входять: <ul style="list-style-type: none"> - щоденник практики; - титульний аркуш; - зміст; - основний текст; - індивідуальне завдання; - висновки; - використана література

2.	Виробнича практика (8 семестр)	9 кред. 270 год.	Знання: РН 4.1. РН 4.2. Уміння: РН 12.1. РН 12.2. РН 12.3. РН 12.4. РН 17. Комунікація: РН 19.1. . РН 19.2. . Автономність і відповідальність: РН 21.1. РН 21.2.	Зміст виробничої практики здобувачів визначається переліком і тематикою навчальних дисциплін, які є обов'язковими для студентів спеціальності „Маркетинг”, та включає: - збір матеріалів для виконання індивідуального завдання; - ознайомлення з літературою, періодикою, вивчення сучасних тенденцій з заданої проблеми в Україні та за кордоном, виконання індивідуального завдання; - систематизація даних, зібраних у процесі практики; - складання звіту з практики	До складу Звіту з виробничої практики входять: - щоденник практики; - титульний аркуш; - зміст; - основний текст; - індивідуальне завдання; - висновки; - використана література
----	--------------------------------	---------------------	--	---	---

Керівник групи забезпечення спеціальності,
доцент кафедри міжнародного маркетингу,
канд. екон. наук, доцент

С.С. ЯРЕМЕНКО