

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ



ГОЛОВА ВЧЕНОЇ РАДИ

В.А.ПАВЛОВА

"25"

червня

2024 р.



РЕКТОР

С.Б. ХОЛОД

"25"

червня

2024 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ»

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

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ бакалавр
(назва ступеня вищої освіти)

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

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 Маркетинг
(код та найменування спеціальності)

КВАЛІФІКАЦІЯ В ДИПЛОМІ бакалавр маркетингу

Затверджено
на засіданні Вченої ради
Протокол № 2 від 19 березня 2024 р.
Освітня програма вводиться в дію
з 01.09.2024 р.
(наказ № 243-ОД від 25 червня 2024 р.)

м. Дніпро
2024 р.

ПРЕАМБУЛА

I. Освітньо-професійну програму «Е-commerce» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг, галузі знань 07 Управління та адміністрування затверджено та введено в дію рішенням Вченої ради Університету імені Альфреда Нобеля від «25» червня 2024 р., протокол № 4.

II. Розробники освітньо-професійної програми:

1. Стрельченко І.І., д-р екон. наук, доцент (керівник робочої проектної групи);
2. Мішустіна Т.С., канд. екон. наук, доцент;
3. Овчаренко О.В., канд. екон. наук, доцент;
4. Тараненко І.В., д-р екон. наук, професор;
5. Яременко С.С., канд. екон. наук, доцент.

III. Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Матвійчук А.В., генеральний директор Наукового парку ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», д-р екон. наук, професор.
2. Аракелова І.О., канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та туризму Маріупольського державного університету.
3. Мілютін О.О. Директор ТОВ «Інтернет Маркетинг Технології».

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

ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «E-COMMERCE» 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 «E-commerce» 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>	
<i>Цикл / рівень</i>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, 6 рівень НРК України
<i>Передумови (вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, та результатів їх навчання)</i>	Наявність документу про загальну середню освіту або диплому освітньо-професійного ступеня молодшого бакалавра, диплому освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра, диплому освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста. Результати навчання визначаються за додатком до документу про освіту, а також за результатами вступних випробувань, встановлених чинним законодавством, та Правилами прийому Університету імені Альфреда Нобеля у рік вступу (duan.edu.ua/abit). На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») Університет визнає та перезараховує не більше ніж 120 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) за спеціальностями галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка». На основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» Університет визнає та перезараховує не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська, англійська
<i>Термін дії освітньо-професійної програми</i>	01.09.2024 – 30.06.2028
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми</i>	www.duan.edu.ua
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Метою бакалаврської освітньо-професійної програми «E-commerce» за спеціальністю 075 «Маркетинг» є підготовка кваліфікаційних фахівців згідно з європейськими стандартами вищої освіти, що відповідає місії та Стратегії розвитку університету імені Альфреда Нобеля (duan.edu.ua), кваліфікованих фахівців, здатних впроваджувати та управляти електронно-комерційними проектами в різних сферах бізнесу. Ключовою метою програми є надання здобувачам глибоких знань з питань електронної комерції та маркетингу, а також розвиток практичних навичок у сфері цифрового маркетингу, інтернет-торгівлі, аналізу даних та стратегічного планування. Випускники програми зможуть адаптуватися до постійних змін у сфері електронної комерції та використовувати свої знання для успішного розвитку бізнесу в онлайн-середовищі.	
3 - Характеристика освітньо-професійної програми	

<i>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</i>	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
<i>Орієнтація освітньо-професійної програми</i>	Освітньо-професійна програма прикладної орієнтації
<i>Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації</i>	Загальна освіта в галузі 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг. Ключові слова: e-commerce, цифровий маркетинг, електронні платіжні системи, e-ртейл, UI/UX дизайн, міжнародний маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення, маркетингові комунікації, цифрові канали продажу, штучний інтелект, креативність, брендинг.
<i>Особливості програми</i>	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень. 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 окремих освітніх компонент англійською мовою.

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 e-commerce може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за: "Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010". (Розд. 3.) Посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогноною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; маркетингових досліджень; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних дослідницьких та проектних завдань, керування фахівцями нижчого посадового рівня; у сфері управління проектами та програмами. Фахівці, зокрема: агент рекламний (Код КП 3429), представник з реклами (Код КП 3429), торговець (обслуговування бізнесу та реклами) (Код КП 3429), торговець комерційний (Код КП 3415), помічник керівника підприємства (установи, організації) (Код КП 3436.1), помічник керівника іншого основного підрозділу (Код КП 3436.2), помічник керівника малого підприємства без апарату управління (Код КП 3436.3), інспектор з експорту (Код КП 3449), президент компанії (Код КП 1210.1), Фахівець з управління проектами та програмами у сфері матеріального (нематеріального) виробництва (Код КП 2447.2).
<i>Подальше навчання</i>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання (лекції, практичні заняття, самостійна робота здобувачів, індивідуальна робота з викладачем, кейс стаді, проектна робота); бізнес-орієнтоване навчання (воркшопи, майстер класи фахівців-практиків, виробнича практика)
<i>Оцінювання</i>	Оцінювання здобувачів проводиться відповідно до встановлених процедур, які передбачені Положенням про організацію освітнього процесу (duan.edu.ua). Поточне опитування, тестовий контроль, презентація індивідуальних завдань, звіти команд, захист курсової роботи, звіти з практики. 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, здійснюється за британськими стандартами за єдиним білетом. Передбачає можливість апеляції.
6 - Програмні компетентності	

<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов	ІК-1
<i>Загальні компетентності (ЗК)</i>	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.	ЗК1 ЗК2 ЗК3 ЗК4 ЗК5 ЗК6 ЗК7 ЗК-8 ЗК9 ЗК10 ЗК11 ЗК12 ЗК13 ЗК14 ЗК15
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	Спеціальні (фахові) компетентності, визначені стандартом спеціальності: СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані базові знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначити вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.	СК1 СК2 СК3 СК4 СК5 СК6 СК7

	СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначити особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. Спеціальні (фахові) компетентності, визначені Університетом: СК15. Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в електронній комерції. СК16. Здатність застосовувати технології та системи електронної комерції зокрема: технології формування, узгодження та організації роботи екосистем для електронної комерції, сучасних платіжних онлайн систем, сучасних логістичних технологій в електронній комерції.	СК8 СК9 СК10 СК11 СК12 СК13 СК14 СК15 СК16
7 - Програмні результати навчання		
	Програмні результати навчання, визначені стандартом спеціальності:	
РН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
РН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
РН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	
РН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію.	
РН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	
РН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності економічного суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники що характеризують результативність такої діяльності.	
РН7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження сучасної маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію.	
РН8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності економічного суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін ринкового середовища.	
РН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	
РН10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	
РН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	
РН12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	

RH13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
RH14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
RH15	Діяти соціально відповідально та громадської свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
RH16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
RH17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
RH18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
RH19	Програмні результати навчання, визначені Університетом: Усвідомлювати сутність та зміст макро- та мікросередовища маркетингу, основи сегментування ринку, вибору цільових сегментів та позиціонування, структурні елементи комплексу маркетингу підприємства, основи формування товарної, цінової, комунікаційної та розподільчої політики, теоретичні основи організації та здійснення маркетингових досліджень, принципи організації маркетингової діяльності.
RH20	Демонструвати навички до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в електронній комерції.
RH21	Вирішувати професійні завдання щодо застосування технологій та систем електронної комерції, сучасних платіжних онлайн систем та логістичних технологій в електронній комерції.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
<i>Кадрове забезпечення</i>	Викладачі, що забезпечують освітньо-професійну програму, відповідають кадровим вимогам ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти. Викладачі, що забезпечують викладання англійською мовою, мають підтверджуючі кваліфікаційні документи, пов'язані з використанням іноземної мови. До викладання дисциплін професійної підготовки залучаються практики.
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	Випускова кафедра міжнародного маркетингу розташована на 6-ому поверсі 2-го навчального корпусу. Вона має необхідні приміщення для професорсько-викладацького складу, аудиторії для проведення практичних та семінарських занять, при необхідності використовуються спеціалізовані лекційні аудиторії з мультимедійним обладнанням. Контроль знань здобувачів здійснюється в автоматизованій системі тестування внутрішньої електронної мережі Університету. Крім цього, є навчальні корпуси; гуртожитки; тематичні кабінети; комп'ютерні класи; пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивний зал.

<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. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення реалізації програми представлено наступними компонентами: офіційний сайт: http://duan.edu.ua; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; необмежений доступ до мережі Інтернет; наукова бібліотека, читальні зали; освітній контент GOOGLE CLASSROOM та АСУ Університет; – Zoom – програма для організації відеоконференцій. В освітньому процесі використовуються стандартне програмне забезпечення та спеціалізовані програмні оболонки, зокрема, 1С-Підприємство, Adobe Acrobat, Project Expert, освітнє середовище Zoom та АСУ університет. Програмне забезпечення використовується викладачами і здобувачами для підготовки до лекційних та практичних занять, самостійної роботи, виконання індивідуальних завдань, здійснення наукових досліджень.
9 – Академічна мобільність	
<i>Національна академічна мобільність</i>	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. Принципи академічної мобільності визначаються законодавством України. Можливість навчатися за кількома спеціальностями або у кількох ЗВО одночасно визначається законодавством України.
<i>Міжнародна академічна 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, для проведення процедури визнання освітніх компонентів та періодів навчання в університеті існує комісія з трансферу (Положення про комісію з трансферу).
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої Освіти</i>	Програма передбачає можливості навчання іноземних громадян.

Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

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

- Вибіркові компоненти циклу загальної підготовки;
- Вибіркові компоненти циклу професійної підготовки.
- У табл. 1 подано розподіл змісту освітньо-професійної програми з урахуванням навчального часу та кількості кредитів ЄКТС за обов'язковими освітніми компонентами та освітніми компонентами за вільним вибором здобувачів.

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

2.1. Перелік компонент ОПП

Таблиця 1

Код о/к	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОПП			
Цикл загальної підготовки (01)			
ОК 1	Українська ідентичність, історія, культура	3	залік
ОК 2	Українська ідентичність: стилістика та культура мови	3	залік
ОК 3	Іноземна мова	11	залік
ОК 4	Інформаційні та комунікаційні технології	3	залік
ОК 5	Бізнес-математика і теорія статистики	8	екзамен
ОК 6	Мікроекономіка	4	екзамен
ОК 7	Макроекономіка	4	екзамен
Цикл професійної підготовки (02)			
ОК 8	Основи цивільного захисту та охорона праці	3	залік
ОК 9	Web-дизайн (конструктор сайтів та ритейл платформ)	3	залік
ОК 10	Маркетинг	9	залік, екзамен
ОК 11	Маркетинг (Курсова робота)	1	захист
ОК 12	Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)	3	залік
ОК 13	Менеджмент	4	екзамен
ОК 14	Статистичні методи аналізу в бізнесі	4	екзамен
ОК 15	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)	4	екзамен
ОК 16	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика: курсова робота)	1	захист
ОК 17	Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи і моделі. Економетрика)	4	екзамен
ОК 18	Фінанси в бізнесі (Фінанси, гроші та кредит. Фінанси підприємства)	4	екзамен
ОК 19	Маркетинг послуг	4	екзамен
ОК 20	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОК 21	Маркетингові дослідження (Курсова робота)	1	захист
ОК 22	Облік в e-commerce	3	залік
ОК 23	Логістика	3	екзамен
ОК 24	Маркетинг промислового підприємства	4	залік
ОК 25	Міжнародний маркетинг (Особливості онлайн ведення бізнесу за кордоном)	3	екзамен
ОК 26	Комплекс маркетингу (Лабораторія ідей, інновацій та стартапів)	4	залік

	(проект переддипломний)		
ОК 27	Комплекс маркетингу (Ціноутворення в e-commerce)	3	екзамен
ОК 28	Поведінка споживача	4	екзамен
ОК 29	Основи UI/UX design	3	екзамен
ОК 30	Управління ризиками/ Основи маркетингового управління (Рекламний бізнес)	3	залік
ОК 31	Нобелівські студії: Лабораторія інновацій, ідей та стартапів	7	залік
ОК 32	Виробнича практика	4	залік
ОК 33	Комплексна практика з фаху	7	залік
ОК 34	Підготовка кваліфікаційної роботи	6	попередній захист
ОК 35	Захист кваліфікаційної роботи	1	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		142 кред. / 4260 год.	
Вибіркові компоненти ОПП*			
Цикл загальної підготовки ВЗП			
Вибірковий блок 1*			
ВК 1	Вибірковий компонент 1 циклу загальної підготовки	4	залік
ВК 2	Вибірковий компонент 2	4	залік
ВК 3	Вибірковий компонент 3	4	залік
ВК 4	Вибірковий компонент 4	4	залік
ВК 5	Вибірковий компонент 5	4	залік
ВК 6	Ділова іноземна мова	26	залік, екзамен
Цикл професійної підготовки ВПП**			
Вибірковий блок 2			
ВК 7	Основи прийняття креативних рішень в маркетингу/ Дизайн мислення в бізнесі	4	залік
ВК 8	Інвестиції та сучасні фінансові інструменти/ Основи бізнес комунікації (Ділові комунікації)	4	залік
ВК 9	Основи бізнес-комунікації (Комп'ютерна графіка і комунікативний дизайн)/ Основи бізнес-комунікації (Історія та психологія реклами)	4	залік
ВК 10	Сучасні технології маркетингу та e-commerce (AI в маркетингу та e-commerce)/ Психологія маркетингу	4	залік
ВК 11	Основи систем e-ртейлу/ Маркетингові комунікації II (Таргетинг. Медіапланування)	4	екзамен
ВК 12	Сучасні технології маркетингу (Маркетинг в соціальних мережах)/ Основи маркетингового управління (Інфраструктура і тенденції розвитку сучасних товарних ринків)	4	залік
ВК 13	Сучасні технології маркетингу (Брендинг)/ Сучасні технології маркетингу (Управління продажами)	4	залік
ВК 14	Інтернет маркетинг/ Побудова особистого бренду	4	залік
ВК 15	Сучасні технології маркетингу (Аналіз та візуалізація даних в маркетингу)/ Сучасні технології маркетингу (Іміджмейкінг)	4	залік
ВК 16	Сучасні технології маркетингу (Управління онлайн продажами)/ Теорія організацій	4	залік
ВК 17	Бізнес право/ Основи ЗЕД підприємства	4	залік
ВК 18	Європейські стратегії ВД професійної підготовки (можлива для вибору іншими ОП)/ Основи маркетингового управління (Маркетингове управління конкурентоспроможністю)	4	залік
ВК 19	Технології онлайн платежів/ HR менеджмент	4	залік
Загальний обсяг вибіркових компонент:		98 кред. / 2940 год	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240 кред. / 7200 год.	

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

**Здобувач обирає дисципліни з блоку 2 в обсязі, визначеним робочим навчальним планом. Примітка:

Згідно із Законом України “Про вищу освіту” здобувачі вищої освіти мають право на “вибір навчальних дисциплін у межах, передбачених відповідною освітньою програмою та робочим навчальним планом, в обсязі, що становить не менш як 25 відсотків загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для даного рівня вищої освіти. При цьому здобувачі певного рівня вищої освіти мають право вибирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, за погодженням з керівником відповідного факультету чи підрозділу”.

Вибіркові дисципліни можуть формуватися у блоки, тоді здобувач вибирає блок дисциплін, після чого усі дисципліни блоку стають обов'язковими для вивчення. Рекомендується використовувати як блочні форми вибору, так і повністю вільний вибір дисциплін здобувачами.

2.2. Структурно-логічна схема ОПП

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

3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

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

Атестація здійснюється відкрито і публічно

ТАБЛИЦЯ 2

МАТРИЦЯ «КОМПЕТЕНТНОСТІ-РЕЗУЛЬТАТИ»

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

Скорочення:

ІК – інтегральна компетентність

ЗК - загальні компетентності

СК - спеціальні (фахові) компетентності

РН - результати навчання

ТАБЛИЦЯ 3

МАТРИЦЯ «ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ-РЕЗУЛЬТАТИ»

Освітні компоненти / Результати	PH1 (ЗК6, СК1, СК2)	PH2 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК9, СК3, СК11, СК14, СК15, СК16)	PH3 (ЗК7, ЗК13, ЗК4, СК9, СК10)	PH4 (ЗК8, ЗК9, СК3, СК6, СК7, СК12, СК14, СК15, СК16)	PH5 (ЗК3, ЗК6, СК6, СК7, СК12, СК14)	PH6 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, СК4, СК5, СК6, СК7, СК14)	PH7 (ЗК9, СК10, СК11, СК12, СК16)	PH8 (ЗК3, ЗК4, ЗК6, ЗК7, СК8, СК1, СК5, СК9, СК10, СК13, СК15, СК16)	PH9 (ЗК6, ЗК7, ЗК15, ЗК10, ЗК15, СК12, СК13, СК13, СК14, СК15)	PH10 (ЗК8, ЗК9, ЗК10, ЗК15, СК3, СК13, СК13, СК14, СК15)	PH11 (ЗК3, ЗК6, ЗК7, ЗК12, ЗК15, СК3, СК5, СК8, СК12, СК13, СК14)	PH12 (ЗК4, ЗК7, ЗК11, ЗК15, СК3, СК5, СК15)	PH13 (ЗК5, ЗК14, ЗК15, СК8, СК14, СК15)	PH14 (ЗК4, ЗК5, ЗК7, ЗК11, СК4, СК14)	PH15 (ЗК1, ЗК2, ЗК13, ЗК14, ЗК15, СК13)	PH16 (ЗК4, ЗК6, ЗК14, СК4, СК5, СК14)	PH17 (ЗК10, СК1, СК12)	PH18 (ЗК1, ЗК2, ЗК14, ЗК15)	PH19 (ЗК6, ЗК8, СК1, СК2, СК6, СК7, СК11)	PH20 (ЗК2, ЗК6, СК3, СК8, СК9, СК10, СК12, СК13, СК15, СК16)	PH21 (ЗК6, ЗК8, СК10, СК15, СК16)
Обов'язкові освітні компоненти																					
Українська ідентичність, історія, культура	+														+	+	+	+	+		
Українська ідентичність: стилістика та культура мови	+														+	+	+	+	+		
Іноземна мова	+			+										+		+	+	+	+		
Інформаційні та комунікаційні технології	+	+	+				+				+	+								+	+
Бізнес-математика і теорія статистики		+	+	+	+				+												
Мікроекономіка	+	+									+								+		
Макроекономіка	+	+									+								+		
Основи цивільного захисту та охорона праці													+		+			+			
Web-дизайн (конструктор сайтів та рітейл платформ)							+	+												+	+
Маркетинг			+	+	+	+			+										+		
Маркетинг (Курсова робота)			+						+	+		+									
Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)			+			+			+				+	+	+						

Менеджмент				+		+			+	+		+	+							
Статистичні методи аналізу в бізнесі		+	+	+	+				+											
Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)					+	+				+	+	+	+						+	
Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика: курсова робота)					+	+				+	+	+	+						+	
Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи і моделі.Економетрика)		+		+		+			+											
Фінанси в бізнесі (Фінанси, гроші та кредит. Фінанси підприємства)	+					+					+		+						+	+
Маркетинг послуг						+			+	+			+	+	+			+		
Маркетингові дослідження					+				+	+	+	+	+		+					
Маркетингові дослідження (Курсова робота)					+				+	+	+	+	+		+					
Облік в e-commerce	+					+					+		+						+	+
Логістика		+	+	+					+				+						+	
Маркетинг промислового підприємства						+		+	+		+	+	+		+					
Міжнародний маркетинг (Особливості онлайн ведення бізнесу за кордоном)		+		+		+			+		+		+		+		+			
Комплекс маркетингу (Лабораторія ідей, інновацій та стартапів (проект переддипломний)			+				+	+	+	+		+	+	+				+		+
Комплекс маркетингу (Ціноутворення в e-commerce)				+				+	+	+	+	+		+				+	+	+

Поведінка споживача			+								+			+							
Управління ризиками	+					+					+		+						+		+
Основи UI/UX design					+		+														+
Нобелівські студії: Лабораторія інновацій, ідей та стартапів			+				+	+	+	+		+	+	+				+		+	+
Виробнича практика	+		+	+			+			+		+	+	+		+				+	+
Комплексна практика з фаху	+		+	+			+			+		+	+	+		+				+	+
Підготовка кваліфікаційної роботи	+	+	+	+	+		+			+	+	+							+	+	+
Захист кваліфікаційної роботи	+	+	+	+	+		+			+	+	+							+	+	+
<i>Вибіркові освітні компоненти</i>	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
Вибірковий блок 1										+	+	+						+			
Вибірковий блок 2		+	+				+				+		+	+					+	+	+

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 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	Застосовуються процедури моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм відповідно до Положення про організацію освітнього процесу (розділ II. Організація освітнього процесу, підрозділ 2.1. Освітня (освітньо-професійна, освітньо-наукова) програма, пп. 2.1.4. Процедура моніторингу та перегляду освітніх програм).
3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників ЗВО та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ЗВО, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб	Діє механізм оцінювання досягнень здобувачів-претендентів на отримання стипендій; оцінювання науково-педагогічних працівників на основі рейтингів науково-дослідної, науково-методичної та науково-організаційної роботи і рейтингування викладачів за результатами анкетування здобувачів (Положення про стипендії, Положення про систему рейтингування науково-дослідної, науково-методичної та науково-організаційної роботи викладачів). Результати оцінки та рейтингування оприлюднюються на веб-сайті Університету.

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

5. Практика здобувачів

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

Види та обсяги практик, передбачених освітньо-професійною програмою підготовки фахівців, відображені у таблиці 5, а також в навчальному плані і графіку освітнього процесу.

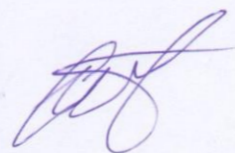
Таблиця 5

№ з/п	Вид практики (семестр, в якому проводиться практика)	Кількість кредитів (тривалість практики в год.)	Заплановані результати	Зміст практики	Звітність
1	Нобелівські студії: Лабораторія інновацій, ідей та стартапів	7	РН 3, РН 7, РН 8, РН 9, РН 10, РН 12, РН 13, РН 14, РН 18, РН 20, РН 21	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 проекту; - презентація проекту.	Залік

2.	Виробнича практика (6 семестр)	4 кред. 120 год.	РН1, РН3, РН4, РН7, РН10, РН12, РН13, РН 14, РН 16, РН 20	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
3.	Комплексна практика з фаху (8 семестр)	7 кред. 210 год.	РН1, РН3, РН4, РН7, РН10, РН12, РН13, РН 14, РН 16, РН 20, РН 21	Визначається переліком і тематикою навчальних	До складу Звіту з виробничої практики входять:

				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.	- щоденник практики; - титульний аркуш; - зміст; - основний текст; - індивідуальне завдання; - висновки; - використана література.
--	--	--	--	---	--

Гарант освітньо-професійної програми,
 професорка кафедри міжнародного
 маркетингу,
 д-р екон. наук, доцент І.І. СТРЕЛЬЧЕНКО



Структурно-логічна схема ОПП

1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
Іноземна мова	Іноземна мова	Менеджмент	Статистичні методи аналізу в бізнесі (бізнес-аналітика)	Маркетингова аналітика (Оптимізаційні методи та моделі. Економетрика)	Основи UI/UX design	Маркетинг промислового підприємства	Ділова іноземна мова
Українська ідентичність: історія, культура	Українська ідентичність: стилістика та культура мови /Ділова українська мова	Мікроекономіка	Макроекономіка	Фінанси та податки в бізнесі (Фінанси підприємства)	Маркетинг послуг	Маркетингові дослідження (дослідження ринку)	Комплекс маркетингу (Ціноутворення в e-commerce)
Інформаційні та комунікаційні технології	Бізнес математика	Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)	Ділова іноземна мова	Комплекс маркетингу (Маркетингова товарна політика)	Ділова іноземна мова	Комплекс маркетингу (Лабораторія ідей, інновацій та стартапів (проект переддипломний))	Поведінка споживача
Бізнес математика	Маркетинг	Маркетинг	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 3	Ділова іноземна мова	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 5	Міжнародний маркетинг (особливості онлайн ведення бізнесу за кордоном)	Логістика
Нобелівські студії: Лабораторія ідей, інновацій та стартапів	Web-дизайн (конструктор сайтів та рітейл платформ)	Ділова іноземна мова	Основи бізнес-комунікації (Комп'ютерна графіка і комунікативний дизайн)	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 4	Інтернет маркетинг	Вибіркова дисципліна загальної підготовки (Ділова іноземна мова)	Комплексна практика з фаху
Основи цивільного захисту та охорона праці	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 1	Вибіркова дисципліна загальної підготовки 2	Сучасні технології маркетингу та e-commerce (AI в маркетингу та e-commerce)	Сучасні технології маркетингу (Маркетинг в соціальних мережах)	Сучасні технології маркетингу (Аналіз та візуалізація даних в маркетингу)	Облік в e-commerce	Підготовка кваліфікаційної роботи
Бізнес-економікс/Основи економіки	Основи прийняття креативних рішень в маркетингу	Інвестиції та сучасні фінансові інструменти	Основи систем e-рітейлу	Сучасні технології маркетингу (Брендинг)	Сучасні технології маркетингу (Управління онлайн продажами)	Європейські стратегії ВД професійної підготовки	Захист кваліфікаційної роботи
					Бізнес право	Технології онлайн платежів	Управління ризиками
					Виробнича практика		
Обов'язкові дисципліни загальної підготовки		Обов'язкові дисципліни професійної підготовки		Вибіркові дисципліни загальної підготовки		Вибіркові дисципліни професійної підготовки	

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

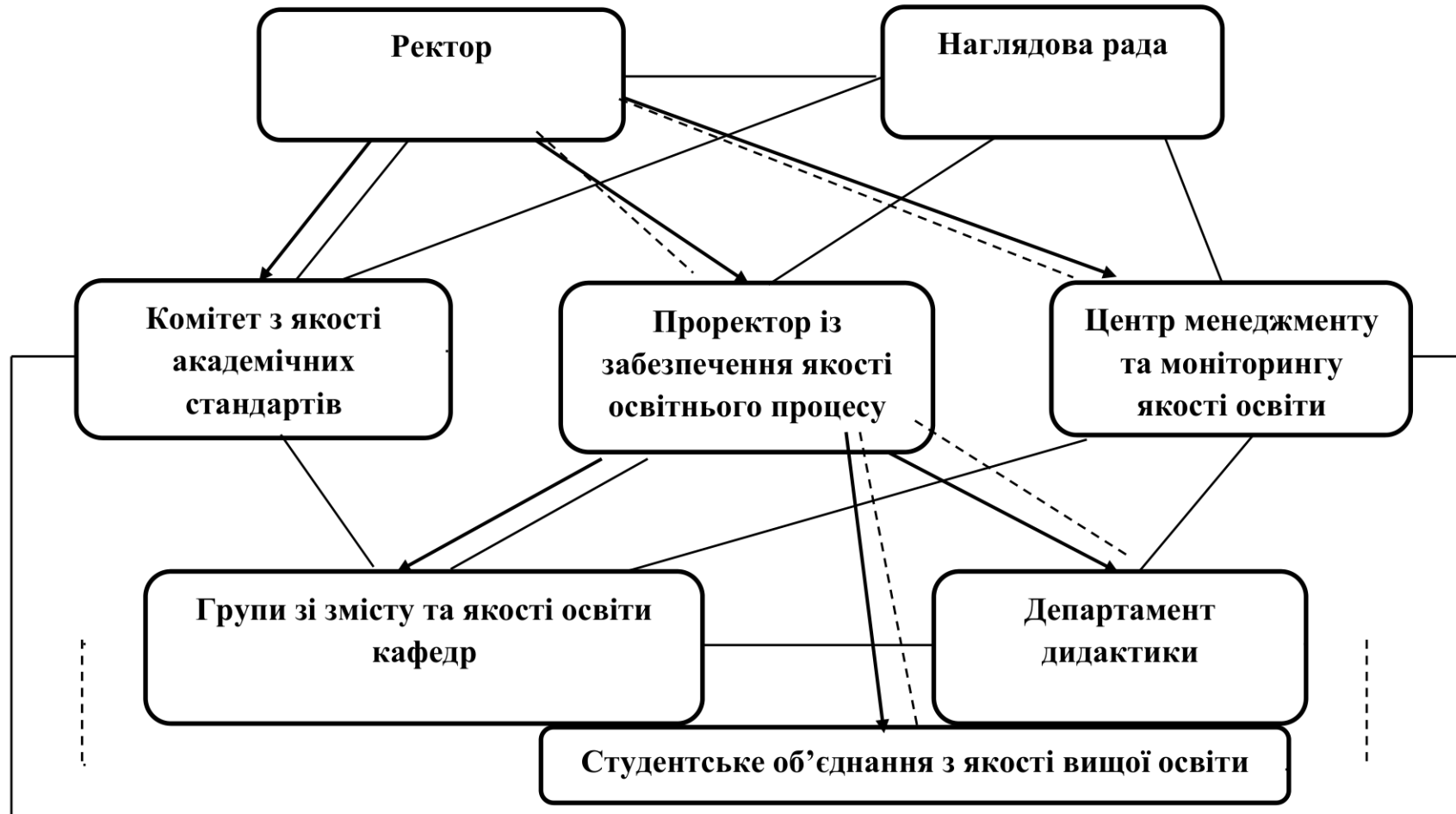


Рис 1. Організаційна структура системи внутрішнього забезпечення якості в Університеті імені Альфреда Нобеля

Умовні позначення:



підпорядкування



комунікації